

ISSN:2687-3117



HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
— HÜSBBD —

HACETTEPE UNIVERSITY
JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Yıl / Year: 2021

Cilt / Volume: 3

Sayı / Issue: 2

Dr.Yasemin GEDİK

Pazarlamada Yeni Bir Dönem: Fijital Pazarlama

Dr.Öğr.Üyesi Fatih BAL
Doç.Dr. İpek OKKAY

*Dijital Oyunların Çocuklarda Uyku Bozuklukları ile İlişkinin
İncelenmesi*

Sultan TÛTMEZ

*Mevzuat ve Kalkınma Planları Çerçevesinde Teknokent-Hukuk
İlişkisi*

Turgut ÇİLĞİN

*Küresel Üretim ve Tedarik Zincirlerinde Denetim Sorunları ve
Modern Kölelik Uygulamaları*

İrem Nur KURAL

*1844 İktisadi ve Felsefi El Yazmaları Üzerine Genel
Değerlendirme*



Derginin Sahibi / Publisher

: Dr. Mehmet Akif Ayarlıoğlu
Müdür V. / Manager
H.Ü. Sosyal Bilimler Meslek
Yüksekokulu adına / on behalf of
H.U. Vocational School of Social
Sciences

Yayın Kurulu Başkanı ve Editör / Chief Editor
Yardımcı Editörler / Assistant Editors

: Doç.Dr. Volkan Işık
: Dr. Demet Çakıroğlu
Dr. Özlem Zerrin Keyvan
: Öğr.Gör. Ali Bertan Savaş

Mizanpaj ve Yazım Denetim Sorumlusu / Layout

Yayın Kurulu / Editorial Board :

Mehmet Akif Ayarlıoğlu - Hacettepe Üniversitesi, TR
Volkan Işık - Hacettepe Üniversitesi, TR
Demet Çakıroğlu - Hacettepe Üniversitesi, TR
Selen Yılmaz Işıkhân - Hacettepe Üniversitesi, TR
Özlem Zerrin Keyvan - Hacettepe Üniversitesi, TR

H.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi yılda iki defa online yayımlanan akademik hakemli bir dergidir.

Dergide yayımlanmak üzere gönderilen yazılar <http://dergipark.gov.tr/husbdergi> adresinden yüklenmelidir.

Diğer konularla ilgili yazışmalar aşağıdaki adrese yapılmalıdır:

Adres/Address:

Doç.Dr. Volkan Işık Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Talatpaşa Bulvarı No:5 06100,
Opera, ANKARA e-posta/e-mail: husbd@hacettepe.edu.tr

Dergiye gönderilecek makaleler, Dergi web-sitesinde (<http://dergipark.gov.tr/husbdergi>) yer alan “Yazar Rehberi” ndeki kurallara uygun olmalıdır.

H.U. Journal of Social Sciences is a peer-reviewed online, academic journal, published semi-yearly. Articles sent must conform to the requirements indicated on the Guide for Authors in the web-site (<http://dergipark.gov.tr/husbdergi>).

Yayının Türü/Product Type: İnternet üzerinden yayımlanan açık erişim hakemli dergi, yılda 2 sayı/
Open Access academic online journal, two issues per year.

Derginin Tarandığı Kaynaklar / Indexes:



Yayın Tarihi/Date of Issue: 31 Ağustos 2021

Yayının Yönetim Yeri/Editorial Office Contact Information: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler
Meslek Yüksekokulu, Talatpaşa Bulvarı No:5 06100 Opera-ANKARA, Tel: (0312) 311 60 15
Hacettepe University Vocational School of Social Sciences, Opera-ANKARA, Phone: +90312 3116015



DANIŞMA KURULU/ADVISORY BOARD

| | |
|------------------------------|--|
| Prof.Dr. A.Nizamettin AKTAY | Antalya Bilim Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Celal Reha ALPAR | Hacettepe Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Mehmet ALTINÖZ | Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Eyüp BEDİR | YÖK Denetleme Kurulu |
| Prof.Dr. Şenay GÖKBAYRAK | Ankara Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Vedat İŞIKHAN | Hacettepe Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Emine Tuncay KAPLAN | Başkent Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Cem KILIÇ | TOBB ETÜ, TR |
| Prof.Dr. Emine ORHANER | Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. M.Çağlar ÖZDEMİR | Sakarya Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Necdet SAĞLAM | Hacettepe Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Doğan TUNCER | Başkent Üniversitesi, TR |
| Doç.Dr. Erdem CAM | Ankara Üniversitesi, TR |
| Doç.Dr. Volkan İŞİK | Hacettepe Üniversitesi, TR |



HAKEM KURULU/REFEREES

| | |
|---------------------------------------|--|
| Prof.Dr. A.Nizamettin AKTAY | Antalya Bilim Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Mehmet ALTINÖZ | Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Belgin AYDINTAN | Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Enver AYDOĞAN | Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Doğan Yaşar AYHAN | Başkent Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Bülent BAYAT | Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Şenay GÖKBAYRAK | Ankara Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Himmet KARADAL | Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Cem KILIÇ | TOBB ETÜ, TR |
| Prof.Dr. Cengiz ÖZBESLER | Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. M.Çağlar ÖZDEMİR | Sakarya Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Zekai ÖZTÜRK | Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Alptekin SÖKMEN | Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Dilaver TENGİLİMOĞLU | Atılım Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Nafiz TOK | Aksaray Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Türker TOPALHAN | Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Hasan TUTAR | Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. İlker USTA | Hacettepe Üniversitesi, TR |
| Prof.Dr. Yücel UYANIK | Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TR |
| Doç.Dr. Meltem Özkan ALTINÖZ | Ankara Üniversitesi, TR |
| Doç.Dr. Mohammed ABUBAKAR | Antalya Bilim Üniversitesi, TR |
| Doç.Dr. Gürol BABA | Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi, TR |
| Doç.Dr. İsmail ERMAĞAN | İstanbul Medeniyet Üniversitesi, TR |
| Doç.Dr. Ayşe Esra İşmen GAZİOĞLU | İstanbul Üniversitesi, TR |
| Doç.Dr. E.Asuman ATİLLA | Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TR |
| Doç.Dr. Erdem CAM | Ankara Üniversitesi, TR |
| Doç.Dr. Aykut GÖKSEL | Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TR |
| Doç.Dr. Mahmut HIZIROĞLU | İstanbul Üniversitesi, TR |
| Doç.Dr. Volkan IŞIK | Hacettepe Üniversitesi, TR |
| Doç.Dr. Banu METİN | Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TR |
| Doç.Dr. İlhan ORAL | Anadolu Üniversitesi, TR |
| Doç.Dr. Nurullah UMARUSMAN | Aksaray Üniversitesi, TR |
| Doç.Dr. Bora YENİHAN | Kocaeli Üniversitesi, TR |
| Doç.Dr. Menekşe YILDIRIM | Hitit Üniversitesi, TR |
| Doç.Dr. Bora YILDIZ | İstanbul Üniversitesi, TR |
| Dr.Öğr.Üyesi İhsan Ömer ATAGENÇ | Kırklareli Üniversitesi, TR |
| Dr.Öğr.Üyesi Nuran Öztürk BAŞPINAR | Anadolu Üniversitesi, TR |
| Dr.Öğr.Üyesi Beril BAYKAL | Kocaeli Üniversitesi, TR |
| Dr.Öğr.Üyesi Nergis DAMA | Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, TR |
| Dr.Öğr.Üyesi Süheyla ERİKLİ | Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, TR |
| Dr.Öğr.Üyesi Zeki GEVEN | Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TR |
| Dr.Öğr.Üyesi Denizcan KUTLU | Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, TR |
| Dr.Öğr.Üyesi Nurdan ORBAY | Kırıkkale Üniversitesi, TR |
| Dr.Öğr.Üyesi Kader ÖZLEM | Uludağ Üniversitesi, TR |
| Dr.Öğr.Üyesi Cemre PEKCAN | Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, TR |
| Dr.Öğr.Üyesi Burak SAKAL | Kapadokya Üniversitesi, TR |
| Dr.Öğr.Üyesi Belal SHNEIKAT | University of Kyrenia, TRNC |
| Dr.Öğr.Üyesi Leyla ŞANLI | İstanbul Üniversitesi, TR |
| Dr.Öğr.Üyesi Nail TANRIÖVEN | Erciyes Üniversitesi, TR |
| Dr.Öğr.Üyesi Ahmet TÜRKMEN | Akdeniz Üniversitesi, TR |
| Dr.Öğr.Üyesi Kadir TEMİZ | İstanbul Şehir Üniversitesi, TR |
| Dr.Öğr.Üyesi Nilgün Eliküçük YILDIRIM | Atılım Üniversitesi, TR |
| Dr. Mehmet Atilla GÜLER | Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, TR |

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Derleme Makale

Pazarlamada Yeni Bir Dönem: Fijital Pazarlama

A New Era in Marketing: Phygital Marketing

Dr. Yasemin GEDİK 99-131

Araştırma Makalesi

Dijital Oyunların Çocuklarda Uyku Bozuklukları ile İlişkisinin İncelenmesi

Investigation of the Relationship between Digital Games and Sleep Disorders in Children

Dr.Öğr.Üyesi Fatih BAL ve Doç.Dr. İpek OKKAY 132-153

Derleme Makale

Mevzuat ve Kalkınma Planları Çerçevesinde Teknokent-Hukuk İlişkisi

Technopole-Law Relationship within the Frame of Regulations and Development Plans

Sultan TÛTMEZ 154-173

Derleme Makale

Küresel Üretim ve Tedarik Zincirlerinde Denetim Sorunları ve Modern Kölelik Uygulamaları

Control Problems and Modern Slavement Practices in Global Production and Supply Chains

Turgut ÇILĞIN 174-211

Kitap Kritiği

1844 İktisadi ve Felsefi El Yazmaları Üzerine Genel Değerlendirme

General Evaluation on the Economic and Philosophic Manuscripts of 1844

İrem Nur KURAL 212-239

Yazar Rehberi / *Guide for Author* 240

PAZARLAMADA YENİ BİR DÖNEM: FİJİTAL PAZARLAMA

Yasemin GEDİK*

Öz:

Günümüzde internetin ve akıllı telefonların kullanımının yaygınlaşması ve artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR) ve radyo frekansı tanımlama sistemleri (RFID) gibi teknolojik gelişmeler hem işletmelerin kullandığı pazarlama yöntemlerinde hem de tüketicilerin davranışlarında büyük bir değişim yaşanmasına neden olmaktadır. Araştırmalar, e-ticaretin, perakende satışlar içindeki payının artmaya devam ettiğini gösterse de, Y ve Z kuşağı için fiziksel mağazalardan alışveriş hala cazibesini korumaktadır. E-ticaretin fiziksel perakendeye göre birçok avantajı bulunmasına rağmen, fiziksel mağazalar da işletmelerin e-ticaretin sunamayacağı deneyimler oluşturmasına olanak tanır. İlk kez 2013 yılında tanıtılan fijiital pazarlama, pazarlama çabalarını fiziksel ve dijital dünyalar arasında sorunsuz bir şekilde entegre etmekle ilgilidir. Çevrimiçi ve çevrimdışı deneyimleri birleştirmenin nedeni, her iki dünyanın en iyi yönlerinden yararlanmak, müşterilere kalıcı bir izlenim bırakan benzersiz ve son derece kişiselleştirilmiş deneyimler sunmaktır. Bu çalışma, fijiital pazarlama hakkında geniş bir kavramsal çerçeve oluşturmaya odaklanmaktadır. Ayrıca çalışma, güncel istatistikleri ve fijiital pazarlama stratejilerini de paylaşarak ilgili pazarlama kararlarını alırken işletme yöneticilerine yardımcı olmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Fijital, Fijital pazarlama, Fijital pazarlama araçları, Fijital pazarlama stratejileri

Jel Kodu: M1, M3, M31

* Dr., Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı, İstanbul/Türkiye
dr.yasemingedik@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-1166-3227

Makale gönderim tarihi: 26.01.2021

Makale kabul tarihi: 10.03.2021

Künye Bilgisi: Gedik, Y. (2021), "Pazarlamada Yeni Bir Dönem: Fijital Pazarlama", *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 99-131.

A New Era in Marketing: Phygital Marketing

Abstract

Today the widespread use of the internet and smart phones and technological developments such as augmented reality (AR), virtual reality (VR) and radio frequency identification systems (RFID) cause a great change in both the marketing methods used by businesses and the behavior of consumers. Although research shows that the share of e-commerce in retail sales continues to increase, physical store shopping remains attractive for Generation Y and Z. Although e-commerce has many advantages over physical retail, physical stores also allow businesses to create experiences that e-commerce cannot offer. First introduced in 2013, phygital marketing is about seamlessly integrating marketing efforts between the physical and digital worlds. The reason for combining online and offline experiences is to take advantage of the best of both worlds, to provide unique and highly personalized experiences that leave a lasting impression to customers.. This study focuses on creating a broad conceptual framework for phygital marketing. In addition, the study aims to assist business managers in making relevant marketing decisions by sharing up-to-date statistics and phygital marketing strategies.

Key Words: Phygital, Phygital marketing, Phygital marketing tools, Phygital marketing strategies

Jel Code: M1, M3, M31

1.Giriş

İnternetin 1990'larda ve akıllı telefonların 2000'lerde ortaya çıkmasından bu yana pazarlama dünyası büyük bir değişim geçirmektedir (Belghiti vd., 2017: 62). Teknolojik gelişmeler, artırılmış gerçeklik üzerine yoğun araştırmalar, nesnelerin interneti ve yapay zekâ, yaşam alanlarımızı gerçek ve simüle edilmiş arasındaki farkı bulanıklaştıran dijital olarak zenginleştirilmiş ortamlara dönüştürmüş ve sanal, gerçek olanın içinde kendini göstermeye başlamıştır (Zurlo vd., 2018: 158). Geleneksel pazarlama model ve araçlarının, dijital ve çevrimiçi pazarlama unsurlarıyla zenginleştirildiği 21. yüzyıl dijital dönüşümde tüketiciler, markalarla kolay ve etkili bir şekilde etkileşim kurmak için en son teknolojileri ve bireysel deneyimleri artan oranda talep etmektedir. Ayrıca, çevrimiçi ve çevrimdışı dünyalar arasındaki sınırların kaldırıldığı müşteri deneyimleri daha fazla tercih edilmektedir. Tüm bu gelişmeler, fijital pazarlama konseptinin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Moravcikova ve Kliestikova, 2017: 148-150).

Fiziksel ve dijital kelimelerinin bir araya gelmesinden oluşan fijital (phygital) terimi, ilk kez 2013 yılında Avustralyalı pazarlama şirketi Momentum tarafından kullanılmıştır ve yeni World Wide Web çağının bir parçasıdır (Mustajbasic, 2018: 3). Günümüzde tüketiciler, satın alma kararı vermek için yalnızca çevrimiçi dünyaya güvenmemekte; ürünleri karşılaştırmayı, yorum almayı ve satın almadan önce ürünü hissetmeyi tercih etmektedir. Dolayısıyla, çevrimiçinin rahatlığının ve çevrimdışının somut yönünün bütünsel bir deneyimini aramaktadır. Bu taleplere cevap veren fijital konsept, gelecektir (<https://www.pulpstrategy.com/>,2019). Fijital, sadece fiziksel bir alanda teknolojiyi entegre etmek değil, müşteri yolculuğunu yeniden şekillendirmek, ortamı ve işletim süreçlerini özelleştirilmiş bir deneyimi desteklemek için uyarlamakla ilgilidir (Sauter ve Simonnet, 2019). Fijital pazarlama, müşteri deneyimini bir bütün olarak iyileştirmek için hem fiziksel hem de çevrimiçi satın almaların en iyi yönlerini alır ve fiziksel deneyimleri geliştirmek için dijital teknolojiyi kullanır (Brenner, 2020).

Günümüzde pazarlama, tamamen ilgi çekici ve keyifli deneyimler sunmakla ilgilidir. Marka sadakati en kritik noktadır ve artan marka sadakatının en itici gücü, bir markanın sunabileceği deneyimlerin türleri ve alaka düzeyidir. E-ticaretin fiziksel perakendeye göre çeşitli avantajları olsa da, fiziksel mağazalar markalara e-ticaretin üretemeyeceği deneyimler oluşturma fırsatı sunmaktadır. Dolayısıyla işletmelerin bu iki kanalın rekabetine değil, birleşimine ihtiyacı

vardır (Moore, 2020). Fijital pazarlama, başlangıçta Y kuşağının ihtiyaçlarına cevap vermek için geliştirilmiştir. Y kuşağı, günlük yaşamlarında dijital araçlara güçlü bir şekilde bağlıyken, şeffaflık ve güven duygusuna büyük önem vermektedir. Y kuşağı, ebeveynlerinin nesli olan X kuşağıyla karşılaştırıldığında, satın alma sırasında etkileyici bir deneyimi tercih etmeye daha yatkındır ve % 88'i bir akıllı telefona sahiptir. Markalar, hem fiziksel hem de e-perakende teklifleri arasında bir denge kurarak Y Kuşağı ile ilişkiyi dengeleyebilir (Chastel vd., 2019: 2). Y kuşağı için, fiziksel ve dijital arasındaki eşik mevcut değildir. % 82'si hem internetteki hem de mağazadaki ürünlere erişmek istemektedir (Everis US, 2018). Fijital deneyimlerin ideal tüketicileri için en iyi uygun demografik özellikler, Y ve Z kuşağıdır (De La Flor, 2020). 13 ülkeden 10,000'den fazla katılımcıyla gerçekleştirilen Global Consumer Shopping Survey 2017'ye göre, Z kuşağı tüketicilerin % 46'sı, çevrimiçi bir satın alma işlemi yapmadan önce daha fazla bilgi almak için mağazayı kontrol etmekte; % 60'ı mağazalardan, % 24'ü çevrimiçi ve % 13'ü mobil cihazlardan alışveriş yapmayı tercih etmekte; 2/3'ü doğrudan sosyal medya üzerinden satın almayla ilgilenmekte; % 40'tan fazlası, kıyafetlerinin ve tüketici elektroniği ürünlerinin % 50'sinden fazlası, kıyafetlerinin ve tüketici elektroniği ürünlerinin % 50'sinden fazlasını çevrimiçi olarak satın almaktadır. Ek olarak ABD'de yanıt veren Z kuşağı tüketicilerinin % 77'si fiziksel mağazalardan alışveriş yapmayı tercih ettiklerini belirtmiştir. Bu, perakendecilerin dijital kanalları büyütürken, fiziksel mağazaları ihmal etmemesi gerektiğini göstermektedir (<https://www.accenture.com/>, 2017).

Benzer şekilde, Unidays ve AdAge tarafından ABD, İngiltere, Avustralya ve Yeni Zelanda'da üniversite çağındaki 22.723 katılımcıyla gerçekleştirilen ankette, konu alışveriş olduğunda Z kuşağının kısmen modern ve kısmen de geleneksel olduğu görülmüştür. Katılımcıların %64'ü a mobil cihazlarını internette gezinmek, %59'u fiyat karşılaştırması yapmak, %58'i ürün incelemelerine bakmak, %52'si ürün kullanılabilirliğini kontrol etmek ve %46'sı mağaza yerleri aramak için kullanmaktadır. Araştırmalar Z kuşağının her ne kadar internette gezinmeyi sevse de, fiziksel mağazalardan da alışveriş yapma oranlarının yüksek olduğunu işaret etmektedir (AdAge&Unidays, 2018).

Öte yandan fijital pazarlama ile ilgili literatürde yapılan çalışmalar oldukça sınırlıdır. En yeni çalışmalar, fijital alışveriş deneyimi (örn. Belghiti vd., 2017; Anuradha vd., 2020), fijital pazarlama ve perakende sektörü ilişkileri (örn. Purcarea, 2018; Duhan ve Singh, 2019), fijital moda deneyimleri (örn. Armstrong ve Rutter, 2017; Mechan, 2020), fijital ve lüks perakende sektöründeki etkileri (örn. Chastel vd., 2019; David, 2017), akıllı turizm destinasyonunda

fijital deneyimi (örn. Ballina vd., 2019) gibi konuları içermektedir. Dolayısıyla bu alanda çok daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çalışma fijital pazarlamayla ilgili geniş bir kavramsal çerçeve oluşturarak literatüre katkı sunarken, güncel istatistikler ve fijital pazarlama stratejilerinden de bahsederek, ilgili pazarlama kararlarını alırken işletme yöneticilerine yardımcı olmayı hedeflemektedir. Bu amaçla öncelikle fijital dönüşüm, fijital ve fijital pazarlama kavramı açıklanmış, ardından fijital pazarlama araçları, fijital pazarlama stratejileri ve örneklerinden bahsedildikten sonra çalışma, fijital pazarlamanın avantajları konusunda sonlandırılmıştır.

2. Fijital Dönüşüm

Dijital devrim, olabildiğince çok gerçek yaşam faaliyetinin ve işlevinin dijital bir varlığa dönüştürülmesi ve aktarılmasıyla başlamıştır. Bugün, ters eğilim giderek daha belirgin hale gelmiş; sanal, gerçek olanın içinde kendini göstermeye başlamıştır. Bu paradigma değişikliği, müşteriyle bulunduğu yerde buluşmayı amaçlayarak, kesintisiz ve çok kanallı bir deneyim sunarak fiziksel ve dijital dünyalar arasındaki sınırları bulanıklaştıran yeni bir alışveriş yöntemi olan fijitalin ortaya çıkışını sağlamıştır (Mustajbasic, 2018: 3). First Insight'ın 2019 yılında tüketici davranışları üzerine hazırladığı rapor, ankete katılanların % 71'inin (erkeklerin %72'si; kadınların %70'i) mağazada alışveriş yaparken genellikle 50 \$'dan fazla harcadığını bulmuştur. Buna karşılık, ankete katılanların yalnızca %54'ü (erkeklerin yüzde 59'u; kadınların %49'u) çevrimiçi alışveriş yaparken 50 \$'dan fazla harcamaktadır. Dikkat çekici bir şekilde, ankete katılanların %34'ü (erkeklerin %36'sı; kadınların %33'ü) tipik bir mağaza içi alışveriş ziyareti sırasında 100 \$'dan fazla harcama yaptığını bildirirken, yalnızca %21'i (erkeklerin %26'sı; kadınların %17'si) çevrimiçi alışveriş yaparken 100 \$'dan fazla harcamıştır (Jezerc, 2019). Bu gerçeklik, yalnızca çevrimiçi satış yapan çok sayıda markanın fiziksel mağazalar açmasına ve müşterileri için gerçekten sürükleyici bir deneyim sağlamak için diğer çevrimdışı kanalları keşfetmesine neden olmuştur (Lee, 2020).

UNCTAD, e-ticaret satışlarının 2018'de dünya genelinde 2017'ye göre % 8 artarak 25,6 trilyon dolara ulaştığını açıklamıştır. UNCTAD analizine göre, işletmeden işletmeye (B2B) ve işletmeden tüketiciye (B2C) satışları içeren tahmini 2018 e-ticaret satış değeri, o yıl küresel gayri safi yurtiçi ürünün (GSYİH)% 30'una eşittir (<https://unctad.org/> , 2020). E-ticaretin, dünya genelindeki toplam perakende satışların içindeki payı artarken, fiziksel mağazalar

tercih edilen satın alma yöntemi olmaya devam etmektedir. Bununla birlikte, dijital, ziyaretçi sayısını yükselterek ve mağaza içi müşteri deneyimini yeni dijital teknolojilerle geliştirerek geleneksel mağazalar için büyük avantajlar sunmaktadır. Dolayısıyla, fiziksel ve dijital birbirlerinin karşısı değil, tamamlayıcıdır (<https://www.sqli-digital-experience.com/>,2019). Nesnelerin interneti, sosyal ağlar, radyo frekansı tanımlama (RFID), artırılmış gerçeklik (AR) gibi dijital teknolojiler, insanlar ve makineler arasındaki ilişkileri gittikçe daha fazla geliştirmeye olanak tanımaktadır. Perakende sektörü her ne kadar geleneksel fiziksel mirasına bağlı olsa da, e-ticaretin Y ve Z kuşaklarının her alanda güçlü deneyimler araması ve karmaşık ihtiyaçlarına cevap verememesi ile birlikte bu yeni gerçekliği temellerine yerleştirmeye çalışmaktadır (Di Benedetto, 2020). Pazarlamada dijital çağa geçilmesiyle birlikte, tüketicilerin her türlü ihtiyaçlarını internet üzerinden ulaşabilmesi, işletmelerin odaklarını dijital müşteri deneyimine kaydırmasına neden olmuştur. IAB Spain's Annual E-Commerce Study 2020'e göre, internet kullanıcılarının % 72'si çevrimiçi alışveriş yapmaktadır. Ankete katılanların % 52'si hem çevrimiçi hem fiziksel mağazalardan alışveriş yapmakta ve bu oranın %78'e çıkması beklenmektedir. Dolayısıyla kilit nokta çevrimiçi ve fiziksel satışları bir araya getirmekte yatmaktadır (De La Flor, 2020).

Perakendenin değişen yüzünü fark eden markalar, ticari fırsatlara hızla yanıt vermektedir. Dijital e-ticaret, e-para ve bütüncül kanallı çözümler (her yerde, her zaman, herhangi bir ödeme yöntemi) tüketicilerin perakende alışkanlıklarını her zamankinden daha hızlı bir şekilde geliştirmek ve benimsemek zorundadır. Buna, ödeme sistemlerinde ayak uydurmak özellikle önemlidir. Perakende işletmeleri, verimliliği ve güvenliği artırmak, sundukları deneyime odaklanmak ve personelin iş yükünü azaltmak için nakit işlemlerini otomatikleştirmelidir (Allen, 2018). Ulusal Perakende Federasyonu'na (NRF) göre, tüketiciler yeni teknolojileri denemeye de isteklidir. Tüketicilerin %66'sı teknolojinin alışveriş deneyimlerini iyileştirdiğini ve ürün satın alırken artırılmış gerçeklik (AR) kullanmayı düşündüğünü söylemektedir. Teknolojiye artan bu ilginin arkasındaki temel faktörlerden biri, tüketicilerin satın aldıkları ürünlerin sağlık ve çevre üzerindeki etkileri hakkında daha fazla bilgi edinme arzudur (Mansour, 2020).

Öte yandan, dijital dönüşüm, dijital teknolojinin bir işletmenin tüm alanlarına entegrasyonudur; işletmelerin nasıl çalıştığı ve müşterilerine nasıl değer sağladıkları konusunda temel değişikliklerle sonuçlanır (<https://enterpriseproject.com/>,2016). Bir dijital dönüşüm stratejisi oluştururken, ürünler ve müşteri deneyimleri gibi ön uç dönüşümlerden

bulut ve BT altyapısı gibi arka uç dönüşümlere veya her ikisini de dönüştüren çözümlere kadar işletmelerin dikkate alınması gereken çok sayıda seçenek vardır (Vercesi, 2020). Ön uç dönüşüm, altı temel boyutu içerir: satış, müşteri deneyimi, ürün, pazarlama, mağazalar ve dijital kataloglar. Fijital bir dönüşüm, müşterilerin fiziksel alanlar ve satış görevlileri ile nasıl ilişki kurduğunu yeniden tasarlayarak, mağaza içi trafiği en aza indirerek ve çevrimiçi ve çevrimdışı envanteri birleştirerek altı boyutun tümünü ele alır (Tablo 1) (ETRetail , 2020).

Tablo 1: Fijital Dönüşüm Boyutları

| Boyut | Açıklama |
|-------------------------|---|
| Satış | Müşteriler ve satış ortakları arasındaki ilişki yeniden keşfedilmelidir. Yapay zekâ (AI) ile desteklenen sohbet robotları, satış, pazarlama ve müşteri ilişkileri için kullanılabilir. Yapay zekâ, çevrimiçi alışverişi mağaza içi bir deneyimden daha kolay hale getirmek için öneri algoritmaları ve anlamsal aramalar için de kullanılabilir. |
| Müşteri Deneyimi | Çevrimiçi mağaza içi deneyimleri yeniden oluşturmalıdır. İlgi çekici deneyimler, çevrimiçi olarak yeniden oluşturulabilir. |
| Ürün | Dokunma ve hissetme faktörünü sanal olarak değiştirilmelidir. Biyometrik aksesuarlar, giyim markalarına kişiselleştirilmiş uyum tahminleri sağlar. Sanal denemeler için dijital gerçeklik, giyim, mücevher, gözlük ve mobilyada değerli olabilir. |
| Pazarlama | Reklam ve sosyal medya aracılığıyla satış basitleştirilmelidir. Bütüncül kanallı pazarlama; kanallar arasında potansiyel müşterileri yakalayabilir, hedefli kampanyalar yürütebilir, çapraz satış ve satış artışına yardımcı olabilir |
| Mağazalar | Mağazada geçirilen zaman azaltılmalıdır. Uzaktan ve temassız ödeme, kasa etrafındaki kalabalığı önlemeye yardımcı olabilir. Slot rezervasyon sistemleri, mağaza ziyaretlerini planlayarak ve bir mağazadaki alışveriş yapanların hacmine bir üst sınır koyarak müşterileri yönetebilir. Ek olarak, teslimat noktası belirleme, çevrimiçi siparişler için kullanılabilir. |
| Dijital Katalog | Talep ve envanter, ileri teknoloji yöntemleriyle birleştirilmelidir. Bütüncül kanallı kataloglar, müşterilerin dijital ve fiziksel envanter kayıtlarını entegre ederek ürünleri aramasını sağlar. Benzer şekilde, robotik dijital tabela, müşterilerin satış ortaklarına danışmadan ürünleri bulmalarına yardımcı olabilir. İşletmeler, talebi ve envanteri proaktif olarak ölçmek ve stok tükenmelerini en |

aza indirmek için talep algılama ve tahmin özelliğini kullanabilir. Bu, müşterilerin çevrimiçi alışveriş ve ödeme yapmalarına yardımcı olabilir, böylece müşteriler sadece ürünleri almak için mağazaları ziyaret ederler.

Kaynak: (ETRetail , 2020)

3. Fijital ve Fijital Pazarlama Kavram

Fijital, müşterilere tamamen kusursuz bir deneyim sağlamak için tüm pazarlama kanallarının birlikte çalıştığı bir yaklaşım olan bütünsel kanallı pazarlamayı tanımlamak için kullanılan bir terimdir. Fiziksel ve dijital deneyimi birleştirmenin ardındaki amaç, her iki dünyanın en iyilerinden yararlanmaktır ve nihai hedef, müşterilere kalıcı bir izlenim bırakan benzersiz ve son derece kişiselleştirilmiş deneyimler sunmaktır (Sorensen, 2020). Fijital, gerçek ve sanal olanı üst üste gelebilen veya birbirinin yerine geçebilen ayrı katmanlar olarak kavramsallaştırmanın bir alternatifidir (Andrade ve Dias, 2020: 16). Pazarlama alanında fijital terimi, e-ticaret araçlarını fiziksel mağazalara bağlayan kavramsal bir fikir olarak, genellikle bir markanın veya ürünün dijital varlığını sürükleyici bir gerçek dünya deneyimine bağlamak için kullanılmaktadır. Burada dijital bir eylem fiziksel bir reaksiyonu tetikleyebilir veya tam tersi, fiziksel bir eylem dijital bir tepkiye neden olabilir. Bu tür bir çaba, tipik olarak, fiziksel dünyayı bir tür bilgi sistemi haline getirerek (ör. makine tarafından okunabilir izleri veya sensörleri fiziksel nesnelere yerleştirerek) elde edilebilir. Böylece dijital arayüzler aracılığıyla kullanıcılarla iletişim kurabilirler (Nofal vd., 2017: 14).

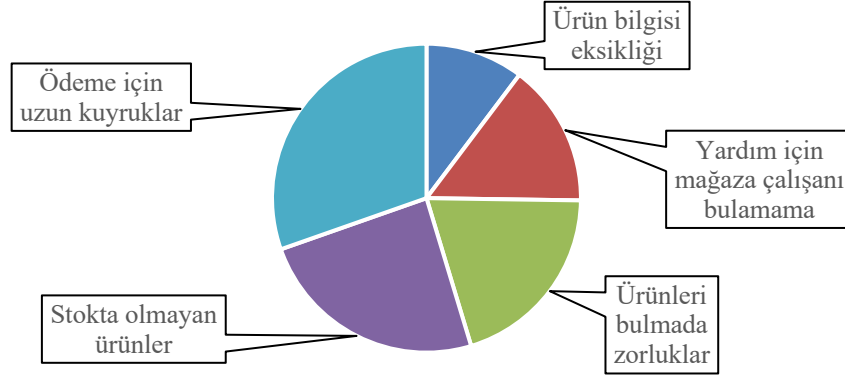
Fijital pazarlama, dijital dünyayı (cihazlar ve uygulamalar) müşterinin gerçek, fiziksel dünyasıyla ilişkilendirerek tüketici deneyiminin harmanlanmasıdır. Bu kavram, müşterilerin dijital veya fiziksel dünya ile sınırlı olmamasından kaynaklanmaktadır. Aksine, müşterilerin satın alma alışkanlıkları dijital ve gerçek hayatın bir kombinasyonudur (<https://www.techasoft.com/>, 2020). Mustaphi, fijital pazarlamayı, tüketiciye fayda sağlamak için bir araya getirilen dijital ve gerçek yaşam deneyimlerinin birleşimi olarak açıklamaktadır. Fijital pazarlama, pazarlama çabalarını fiziksel ve sanal alanlar arasında sorunsuz bir şekilde entegre etmekle ilgilidir (Mustaphi, 2020: 378).

Alışveriş fırsatlarının % 63'ü çevrimiçi başlamaktadır. Tüketiciler, ihtiyaçlarını anlayan markalara yanıt vermektedir. Başarılı bir satış stratejisi için markaların hızlı ve sorunsuz deneyimler sunması, tüketicilerin bulunduğu her yerde bulunması gerekmektedir. Bu, mobil deneyimlerin yanı sıra makine öğrenimi ve otomasyon stratejisine de yatırım yapmanın

önemine işaret etmektedir (<https://www.thinkwithgoogle.com/> , 2020). National Retail Federation tarafından 2019 yılında 2.949 ABD'li yetişkinle yapılan ankette, alışveriş yaparken en çok neyin önemli olduğu sorusuna katılımcıların %32'si kalite ve %30'u düşük fiyat yanıtını vermiştir. Katılımcıların % 86'sı alışverişin beş yıl öncesine kıyasla artık daha kolay olduğunu ve % 83'ü alışveriş yaparken kolaylığın 5 yıl öncesine göre artık daha önemli olduğunu söylemiştir (The National Retail Federation, 2020).

Selligent'in 5.000 tüketicinin katılımıyla gerçekleştirdiği Selligent Global Connected Consumer Index 2020'e göre, tüketicilerin %71'i, çevrimiçi veya mağazada satın almadan önce ürün bulunabilirliğini öğrenmek, % 76'sı açıkça iletilen güvenlik protokolleri ve % 64'ü mobil ve temassız teslim alma veya check-in seçenekleri istemektedir. Tüketicilerin yalnızca %8'i, satın alma sadakati söz konusu olduğunda marka adının önemli olduğunu belirtirken, %51'i ücretsiz ürünlerin ve alıcı avantajlarının (ücretsiz kargo, promosyon kodları vb.) markaların ilgilendiklerini göstermeleri için en iyi yol olduğuna inanmaktadır (<https://www.selligent.com/> , 2020). Selligent, 2019 yılındaki Selligent Global Connected Consumer Index raporunda, tüketicilerin % 64'ünün, bilet, kişisel elektronik cihazlar, tatiller vb. için çevrimiçi ve mağaza içi alışveriş deneyimlerini birleştirme avantajından avantajından yararlandığını çevrimiçi araştırmayı tercih ettiğini ancak satın almak için mağazaya gittiğini açıklamıştır. Ek olarak tüketicilerin %50'si markaların mağazada yardımcı olmasını ve tavsiyelerde bulunmasını beklemektedir (<https://www.selligent.com/>, 2019).

Diğer taraftan, Moni Group tarafından 2018 yılında yapılan araştırmaya göre, fiziksel satışlar, toplam perakende satışların % 94'ünü oluşturmakta; Amerikalıların % 49'u fiziksel mağazalardan alışveriş yapmakta, perakende mağazalarının ziyaretçi sayısı her yıl % 15 azalmakta ve tüketicilerin 2/3'ü mağazadan satın almadan önce fiyatları internetten kontrol etmektedir. Kırsal kesimdeki tüketicilerin % 71'i fiziksel mağazalardan alışveriş yapmayı tercih etmektedir. Ek olarak, tüketiciler mağazadan alışveriş yapmalarının en önemli nedenini (% 56), ürünleri hissetmek ve denemek olarak belirtirken, % 84'ü perakendecilerin çevrimiçi ve çevrimdışı kanalları entegre etmek için daha fazlasını yapması gerektiğini düşünmektedir (<https://www.monigroup.com/> , 2018). Bununla birlikte Şekil 1, tüketicilerin fiziksel alışverişte karşılaştığı en büyük zorlukları göstermektedir (Mansour, 2020).



Şekil 1: Tüketicilerin Fiziksel Alışverişte Karşılaştığı En Büyük Zorluklar

Kaynak: (Mansour, 2020)

Öte yandan, fiziksel pazarlamanın 3(I) olarak bahsedilen 3 temel özelliği bulunmaktadır: Olaylar, gerçek zamanlı olarak gerçekleşir (immediacy); kullanıcıyı deneyime dâhil eder (immersion); perakende satış sürecinin fiziksel kısmındaki iletişimi içerir (interaction) (Consulteer, 2021). Bu üç koşul, tüketiciyi markaya daha bağlı hissettirir, güven oluşturur, empatiyi güçlendirir ve kullanıcı deneyimini iyileştirir (De La Flor, 2020). Benzer şekilde Van Tichelen, fiziksel pazarlamanın gerçekleşmesi için 4 koşulu sağlaması gerektiğini vurgulamaktadır: (i) Fiziksel bir yerde (bir mekân içinde, sokakta, toplu taşıma araçlarında vb.) gerçekleşmelidir, (ii) müşteriyi meşgul etmelidir, (iii) dokunma teknolojisi, mobil teknoloji, artırılmış ve sanal gerçeklik vb. teknolojilerden birini veya bunların bir kombinasyonunu kullanmalıdır, (iv) müşteri / ziyaretçi deneyimini kişiselleştirmelidir (Van Tichelen, 2019: 37). Bununla birlikte fiziksel pazarlamanın benimsenmesinde aşağıdaki noktalar önemlidir (ETRetail , 2020):

1. Entegre fiziksel ve dijital mağazalar: Müşteriler, fiziksel mağazalarda, web sitelerinde veya mobil uygulamalarda aynı deneyimi yaşamalıdır.
2. Kanala özgü ürün karması: Bu, her kanal ve mağaza türü için doğru ürünü seçmeyi ve envanteri kanallar arasında taşımak için çevik bir modele sahip olmayı gerektirir.
3. Müşteri odaklı süreçler: COVID-19, müşterilerin alışveriş davranışını değiştirmiş ve perakendecilerin yeni süreçlere hızla uyum sağlamasına yol açmıştır. Tüketici davranışını bilimsel olarak anlamak, işletmelerin yeterli değişiklikleri yapmasını ve birinci sınıf bir müşteri deneyimi sunmasını sağlayacaktır.

4. Verimli tedarik zinciri: Ürünleri tedarik merkezleri, depolar, perakende mağazalar ve müşteriler arasında taşımak giderek daha önemli hale gelmektedir. Tedarik zincirinin dijital olarak etkinleştirilmesi, fijital olmanın önemli bir adımıdır.
5. Hedefe yönelik pazarlama: Hedef müşterileri anlamak, işletmelerin onlarla ilgili dijital ve sosyal medya kanalları aracılığıyla etkileşim kurmasına yardımcı olabilir.
6. Güncel teknoloji mimarisi: Bu sadece bir web sitesi veya uygulama ile çevrimiçi olmak değil, tüm değer zincirinde değer yaratmak için bütünsel, geleceğe hazır bir dijital altyapı oluşturmakla ilgilidir.

4. Fijital Pazarlama Araçları

Oakes, eksiksiz deneyimler yaratmak için çevrimdışı ve çevrimiçi dünyayı birleştiren fijital pazarlamada meselenin, dijital bir öğeyi fiziksel deneyimlere eklemek değil, dijital deneyimlere gerçek fiziksel bağlantılar getirmek olduğunu vurgulamaktadır (Oakes, 2020). Bununla birlikte, fijital pazarlama, dijital dünyadaki yenilikçi araçlara ve en son teknolojilere dayanmaktadır (Dinet, 2020). Fijital deneyimler yaratmak için kullanılan başlıca teknolojiler, sanal gerçeklik (VR) ve arttırılmış gerçeklik (AR); radyo frekansı tanımlama (RFID); işaret teknolojileri; etkileşimli kiosklar; QR kodu, konum tabanlı servisler (LBS); sanal giyinme odaları; yüz ve ses tanıma teknolojileri; dokunma teknolojisi; yakın alan iletişimi (NFC) ve mobil ödemeler (Van Tichelen, 2019: 43; Aiolfi ve Sabbadin, 2019: 47).

4.1. Sanal Gerçeklik (VR) ve Arttırılmış Gerçeklik (AR)

Klopfer ve Squire'a (2007) göre arttırılmış gerçeklik, geniş anlamda, gerçek dünya bağlamının tutarlı konum veya içeriğe duyarlı sanal bilgilerle dinamik olarak örtüştüğü bir durumdur (Klopfer & Squire, 2007: 205). Bu durumda AR, kullanıcılara gerçek ve sanal dünyaların harmanlandığı ve kullanıcıların etkileşimlerinin ve katılımının artırıldığı teknoloji aracılı sürükleyici deneyimler sağlayabilir. Bir durum olarak tanımlandığı için AR, sanal gerçekliğin bir varyasyonunu ifade eder ve gerçekliğin yerine geçmekten ziyade tamamlayıcı bir rol oynar (Wu vd., 2013: 4). Carmigniani ve Furht, arttırılmış gerçekliği, sanal bilgisayar tarafından üretilen bilgiler eklenerek geliştirilmiş / arttırılmış fiziksel bir dünya ortamının gerçek zamanlı doğrudan veya dolaylı görünümü olarak tanımlamaktadır. AR, hem etkileşimli hem de 3D olarak kaydedilir ve gerçek ve sanal nesnelere birleştirir. Arttırılmış gerçeklik, sanal bilgileri

yalnızca yakın çevresine değil, aynı zamanda canlı video akışı gibi gerçek dünya ortamının herhangi bir dolaylı görünümüne de getirerek kullanıcının hayatını basitleştirmeyi amaçlamaktadır. AR, kullanıcının gerçek dünya hakkındaki algısını ve etkileşimini geliştirir (Carmigniani ve Furht, 2011: 3).

Sanal gerçeklikte sanal, sözlük anlamıyla, gerçekte değil, özünde veya etkisinde olma kalitesidir. Bu terim, kökeni güç veya kuvvet anlamına gelen erdeme sahip olan ortaçağ felsefi virtualis kelimesinden gelmektedir. Skolastik felsefe, sanalı, gerçekte değil, potansiyel olarak var olan bir şey olarak görür. Bu nokta, sanal terimiyle ontolojik olarak ilişki kuran ortaçağ filozofu Duns Scotus'un argümanlarında ortaya çıkmaktadır. Scotus, sanal özelliklerin, posteriori bir deneyim yoluyla aktarıldığını, ampirik gözlemden bağımsız olarak var olduklarını ve ancak duyular yoluyla anlaşılabilirdiğini savunmuştur (Yoh, 2001: 1-2). 1990'ların başında sanal gerçeklik alanındaki gelişmeler hız kazanmıştır. Sanal gerçeklik (VR), kişinin özel insan-bilgisayar arayüzü ekipmanı aracılığıyla sentetik (simüle edilmiş) bir ortamı algıladığı, sürükleyici, etkileşimli, bilgisayar aracılı bir deneyimin popüler adıdır (Mandal, 2013: 305).

Sanal gerçeklik, yeniden canlandırılan (kendi kendini yöneten) bir dünyada sezgisel ve sürükleyici (duyarlılıkla birlikte) bir katılımdır. Sanal gerçeklik, çoğu zaman sanal ortamlar terimi ile eş anlamlı olarak kullanılabilir (Bhardwaj vd., 2016: 161). Sanal gerçeklik, bir kullanıcı tarafından gerçek zamanlı olarak hareket ettirilebilen ve manipüle edilebilen, bilgisayar tarafından üretilen bir sanal ortamı tanımlamak için kullanılan bir terimdir. Sanal ortam, başa takılan bir ekranda, bir bilgisayar monitöründe veya büyük bir projeksiyon ekranında görüntülenebilir. Kullanıcının sanal ortamı gözlemlemesini, hareket etmesini ve manipüle etmesini sağlamak için baş ve el izleme sistemleri kullanılır (Mandal, 2013: 305). Bununla birlikte, küresel artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) pazarının 2024'te 72,8 milyar ABD dolarına ulaşacağı tahmin edilmektedir (<https://www.statista.com/>, 2021).

4.2 Dokunma Teknolojisi

Walker, tümü günümüzde ekranlarla birlikte kullanımda olan toplam 18 farklı dokunmatik teknolojisi tanımlamış ve tüm dokunma teknolojilerini, her biri çeşitli alt tiplere sahip altı temel türe ayırmıştır: Kapasitif, dirençli, akustik, optik, gömülü ve diğerleri (kuvvet algılama). Dokunmatik ekran, takılı, entegre veya yerleşik dokunmatik ekran içeren bir ekrandır.

Dokunmatik ekran, bir kullanıcının ekranın yüzeyindeki dokunuşunu algılayan ve bunu bilgisayarın anlayıp kullanabileceği bir bilgiye dönüştüren elektronik bir alt sistemdir. Dokunmatik ekranın temel özelliği, elektronik alt sistemin bir kullanıcının dokunuşunu algıladığı belirli bir yöntem olan dokunmatik teknolojisidir (Walker, 2015). Sarkar vd., çalışmalarında dokunmatik teknolojinin android kullanan restoranlara entegrasyonunu tartışmıştır. Bu kablosuz uygulama kullanıcı dostudur, zamandan tasarruf ederek restoranlar için verimliliği ve doğruluğu artırır, insan hatalarını azaltır ve müşteri geri bildirimini sağlar. Bu sistem, daha önceki otomatik gıda sipariş sistemlerindeki dezavantajların üstesinden başarıyla gelir ve araçlar için tek seferlik bir yatırım gerektirdiğinden daha ucuzdur (Sarkar vd., 2014: 1).

4.3. Radyo Frekansı Tanımlama Sistemleri (RFID)

Radyo Frekansı Tanımlama (RFID) sistemleri, 21. yüzyılın en büyük katkı sağlayan on teknolojisinden biri olarak tanımlanmıştır. Barkodlara benzer şekilde, RFID nesnelere tanımlama ve izleme teknolojisidir. RFID teknolojisi, operasyonunun görüş hattı veya temiz ortamlar gerektirmemesi ve depolanan verilerin dinamik ve değiştirilebilir olması nedeniyle barkodlamaya göre avantaj sağlamaktadır. Artan sayıda işletme, operasyonlarının verimliliğini artırmak ve rekabet avantajı elde etmek için RFID kullanmaktadır. Ayrıca, RFID, nesnelere interneti (IoT) için ana teknolojilerden biridir (Motamedi vd., 2016: 39). RFID sistemleri, envanter kontrolü, lojistik ve tedarik zinciri yönetiminde gelişmiş verimlilik sunmaktadır. Bu nedenle, özellikle büyük perakendeciler ve tüketici ürünü imalatçıları olmak üzere tedarik zincirlerine yoğun bir şekilde bağımlı olan işletmeler tarafından büyük ilgi görmektedir. Özet olarak, RFID sistemleri iki ana bileşenden oluşur: Etiketler ve okuyucular. Etiketler, fiziksel nesnelere eklenen radyo transponderleridir. Radyo alıcı-vericileri veya okuyucular, etiketlerin eklendiği nesnelere hakkında bazı (potansiyel olarak benzersiz) tanımlayıcı bilgiler için bu etiketleri sorgular (Juels ve Weis, 2009: 1).

4.4. Etkileşimli Kiosk

Son yıllarda, bilgi iletişim teknolojisindeki (ICT) gelişmeler, müşterilerle teslimat kanallarını ve temas noktalarını çoğaltarak artan sayıda otomatik hizmet sunmaya izin vermiştir. En yaygın ve kullanılan kanallardan biri, kamusal alanlara yerleştirilen etkileşimli kioskur.

Aslında, web, mobil internet ve diğer kanalların popülerliğine rağmen, herkese açık kioskların varlığı (ATM, bilet satış makineleri vb.) günlük yaşam deneyimimizle büyümektedir. (Camilli vd., 2011: 85-86). Etkileşimli kiosk olarak da bilinen self servis kiosk, genellikle banka, perakende satış ofisleri, havaalanı ve alışveriş merkezleri gibi halka açık yerlerde bulunur ve iletişim, ticaret, eğlence ve eğitim için bilgi ve uygulamalara erişim sağlayan halka açık bir sergide tasarlanmış özel donanım ve yazılıma sahip bir bilgisayar terminali olarak tanımlanabilir. Self servis kiosk, bilgisayarlı bir sistem ile kullanıcıları arasındaki iletişimi sağlamada yararlı bir araç olabilir. Bu tür bir kioskun faydaları arasında müşteriler için erişilebilirliği artırma, tüm gün boyunca hizmet kullanılabilirliği ve artan maliyet verimliliği yer alır (Negametzyanov vd., 2015: 1).

4.5. Sanal Deneme Odaları (Virtual Fitting Rooms)

Sanal deneme odaları (VFR), ilk olarak 2005 yılında tanıtılmış ve 2010'dan sonra e-ticaretin katlanarak büyümesiyle kitlesel olarak kullanılmaya (örn. Rebecca Minkoff ve Lyst) başlamıştır (Li ve Xu, 2020: 1). VFR, kullanıcıların bir ürünün görüntüleme arka planını, mesafesini, açısını ve hatta tasarım özelliklerini değiştirmesini sağlayarak kullanıcıların çevrimiçi deneyimini, gerçek bir ürün deneyimine benzer hale getiren teknolojiye atıfta bulunan bir görüntü etkileşim teknolojisi (IIT) biçimidir (Yang ve Xiong, 2019: 791). Sanal deneme odaları (VFR), yalnızca çevrimiçi alışveriş yapanlar için güçlü karar araçları olmakla kalmaz, aynı zamanda mağaza içi alışverişin eğlence faktörüne de katkıda bulunur. Derinlik tarama tekniklerini kullanarak, VFR'ler doğru 3B müşteri modelleri oluşturabilir, perakende dijital katalogları anlamlı bir şekilde sorgulayabilir, uygun olmayan öğeleri filtreleyebilir ve müşterilerin stil ve eşleştirme özelliklerini gerçek zamanlı olarak değerlendirmesine olanak tanır. Ek olarak, sosyal ağ platformları, hızlı geri bildirim için kıyafeti giyen kişinin fotoğraflarını/ videolarını göndermeye izin verir. Mevcut VFR'ler tarafından sağlanan hizmet kalitesi, satışları artırmak için yeterince yüksektir ve uyum nedeniyle iadeleri en aza indirir (Pachoulakis ve Kapetanakis, 2012: 35).

Sanal deneme odaları, gerçek zamanlı olarak ikna edici görünen sahneler oluşturmak için dijital bilgileri gerçek videoya yerleştirerek dijital ve fiziksel dünyaları birleştirmek için özel yazılım ve donanım kullanan artırılmış gerçekliğe (AR) büyük ölçüde güvenir (Pachoulakis ve Kapetanakis, 2012: 37). Araştırmalar, VFR'nin, potansiyel olarak satışları artırmayı

sağlayabilecek tüketici algılarını ve tutumlarını (örn. zevk ve eğlence) geliştirmeye yardımcı olabileceğini göstermektedir. Bununla birlikte, çevrimiçi perakendeciler arasında, VFR'nin kullanılması durumunda çeşitli endişeler de vardır. Bu endişeler arasında ilk olarak, VFR'nin tüketicilerin bir ürünü satın almadan önce sanal olarak denemelerine ve gerçekte nasıl görüneceklerini daha iyi anlamalarına (genellikle modellerde olduğu kadar iyi görünmez) izin vermesi bulunur. Bu olası satın alımdan vazgeçilmesine neden olabilir (Yang ve Xiong, 2019: 790). Ayrıca, 2D tüketici fotoğraflarını 3D avatlara aktarma sürecinde hataların ortaya çıkabilmesi ve tüketicilerin vücut ölçüleri ile ilgili gizlilik talepleri de VFR'lerin geniş çapta benimsenmemesine neden olmaktadır (Li ve Xu, 2020:1).

4.6. QR Kodu

Yaygın olarak QR kodu olarak bilinen hızlı yanıt kodu, herhangi bir mobil cihazın kamerasıyla kolayca taranabilen iki boyutlu bir dijital görüntüdür (Cata vd., 2013: 1). QR kodu ilk olarak 1994 yılında Toyota grup şirketlerinden Denso tarafından icat edilmiş ve Haziran 2000'de ISO uluslararası standardı (ISO / IEC18004) olarak onaylanmıştır (Soon, 2008: 60). QR kodları başlangıçta araç üreticileri tarafından parçaları izlemek için kullanılsa da, bir süre sonra işletmeler farklı kullanım alanları görmeye başlamıştır. QR kodları için en popüler ticari kullanım, akıllı telefonların artan benimsenmesiyle telekomünikasyon endüstrisinde. Özellikle mobil internet erişimi alanında sürekli gelişen cep telefonu teknolojisi ile QR kodları, URL'leri kullanıcılara hızlı ve verimli bir şekilde iletmek için önemli bir araçtır. Bu, aynı zamanda dergiler, gazeteler, kartvizitler, toplu taşıma araçları, tabelalar, tişörtler gibi çevrimdışı veya QR kodunun basımını kabul edebilecek herhangi bir medyanın çevrimiçi ürünler için reklamlarda taşıyıcı olarak kullanılmasına izin verir (Kieseberg, vd., 2010, s. 2). QR kodu, geleneksel barkod olan evrensel ürün koduna (UPC) benzer. Ancak, bu küçük siyah matris görünümlü kutu, en fazla 20 basamak tutabilen geleneksel barkoda kıyasla 7.089 karaktere kadar tutabilir. Böylece QR kodu, UPC'den çok daha fazla bilgi depolayabilir. QR kodları, kısa mesajlar, web sitelerine veya videolara URL'ler, bir haritadaki koordinatlar, telefon numaraları veya metinler gibi çeşitli veri türlerini içerebilir. Bu kodlar, perakende veya marketlerde kullanılan geleneksel bir barkoddan 350 kat daha fazla bilgiyi saklayabilir. QR kodlarının bir diğer önemli yönü kullanım kolaylığıdır. Bu kodu tarayabilmek için internet veya Wi-Fi bağlantısı olan taşınabilir bir cihaz, kamera ve QR kodu okuyucusu yeterlidir. Bu

taramanın verileri alması birkaç dakikadan az sürer (Cata vd., 2013: 2). QR Kodu ayrıca hata düzeltme özelliğine sahiptir. Kodun önemli kısımları bozulmuş veya hasar görmüş olsa bile veriler geri yüklenebilir (Rouillard, 2008: 2). Walmart, Amazon, Heinz, Sephora ve McDonald's gibi şirketler, alakalı ürün bilgileri ve pazarlama kampanyaları oluşturmak için QR kodları kullanmaya devam eden markalardan bazılarıdır (Statler, 2016: 325; De La Flor, 2020).

4.7. Konum Tabanlı Servisler (LBS)

Konum tabanlı servisler (LBS), uzamsal bilgi işlemeyi veya coğrafi bilgi servisleri (CBS) yeteneklerini son kullanıcılara internet ve / veya kablosuz ağ üzerinden genişleten herhangi bir hizmet veya uygulamadır. Bir başka ifade LBS, mobil telekomünikasyon ağlarındaki kullanıcılara coğrafi olarak yönelik veri ve bilgi hizmetleridir (Jiang ve Yao, 2006: 713). Ng Kruelle vd., konum tabanlı servisleri, ister standartlaştırılmış ister kişiselleştirilmiş nitelikte olsun, teslimat hizmeti için bir nesnenin veya bireyin konumu hakkında bilgi gerektiren mobil hizmet sektörünün alt kümesi şeklinde tanımlamaktadır (Ng-Kruelle vd., 2002: 10). LBS, kısmen çevrimiçi harita hizmetlerinden ve diğer internet CBS uygulamalarından gelişmiştir. Hâlihazırdaki LBS ise kullanıcılara katma değer sağlamak için çoğunlukla kişisel dijital asistanlar (PDA), akıllı telefonlar ve giyilebilir bilgisayarlar gibi cihazlara güvenmektedir (Jiang ve Yao, 2006: 713). LBS, mobil değer zincirindeki birden çok paydaş için yeni bir gelir fırsatı kaynağı olabilir (Rao ve Minakaki , 2003: 65).

Kablosuz teknoloji gelişmeye devam ettikçe ve kablosuz ağlar her zamankinden daha yaygın bir şekilde konuşlandırıldıkça, konum tabanlı sistemler popülerliğini arttırmıştır. LBS, kolaylık, verimlilik ve eğlence de dâhil olmak üzere kullanıcı açısından birçok avantaja sahiptir; ayrıca sosyal ağlarda, trafikte, coğrafi arama sistemlerinde ve kamu güvenliğinde geniş çapta uygulanmaktadır. LBS tarafından sunulan birçok işlevden, konumlandırma, yerleştirme ve rehberlik işlevleri en kullanışlı olanlardan bazılarıdır (Cheng ve Hong, 2016: 1). Konum tabanlı anlık bildirimler, mağazalarda ve diğer çeşitli konumlarda kayıtlı olan mobil kullanıcıların nerede olduğunu izleyen ve yakındaki mağazalar için bildirimler gönderen Bluetooth işaretçileriyle etkileşime girerek çalışır. Perakendeciler, alışveriş yapanların mağazada ya da hangi standlarda ne kadar zaman harcadığını öğrenmek için de coğrafi verileri izleyebilir. Perakendeciler push bildirimleri gönderirken, mobil kullanıcılara

uygulamalarının varlığını da hatırlatabilir. Örneğin, Carrefour, tüketicilerine konum bazlı push bildirimleri göndermesi sayesinde mobil uygulama etkileşiminde % 400 artış yaşamıştır (<https://www.tecnauk.com/>,2020).

4.8. Mobil Ödeme Sistemleri

Farklı mobil ödeme sistemlerinin uygulama detayları farklılık gösterse de yapıları oldukça benzerdir. İlk olarak, bir müşteri ve satıcı bir işlem üzerinde anlaşır ve bunlardan biri mobil ödeme hizmeti sağlayıcısına bildirimde bulunur. Mobil ödeme hizmeti sağlayıcısı, cep telefonu aracılığıyla müşteriye işlemi onaylar ve ardından müşteriden onay ister. Onaylandıktan sonra, sağlayıcı işlemi yönetir ve uygun fon transferi talimatlarını saklar. Yerleşim, çeşitli şekillerde gerçekleşebilir. Satıcı tarafında, güncellenen genellikle banka hesabıdır. Müşteri tarafında, ön ödemeli hesaplardan biri, bir banka hesabı veya bir kredi kartı hesabı güncellenir. Ayrıca, birçok ödeme sisteminde aylık telefon faturasına benzer şekilde aylık fatura gönderilir (Van Der Heijden , 2002: 432). Mobil ödeme, cep telefonu, tablet veya PDA (kişisel dijital asistan) gibi bir mobil cihazın, mal ve hizmetlerin karşılığında bir finansal değer alışverişini başlatmak, yetkilendirmek ve / veya onaylamak için kullanıldığı herhangi bir işlemdir. Birçok farklı mobil ödeme türü vardır, ancak bunları sunmak için kullanılan teknolojiler genel olarak iki temel türe ayrılabilir (Taylor, 2016: 4):

*Uzaktan ödemeler: Müşterilerin genellikle bir uygulamanın indirilmesini içeren bir hizmete kaydolmasını ve ardından öğeleri ödeme yapmak için mobil cihazlarında kullanmasını gerektirir. Google, PayPal ve GoPago gibi ödeme hizmeti sağlayıcıları, mağaza içi mobil ödeme için bulut tabanlı bir uzaktan yaklaşım kullanır.

*Yakın ödemeler: Müşterilerin işlemi tamamlamak için genellikle birkaç santimetre içinde tutarak bir ödeme terminalinde kredi kartı, cep telefonu veya tablet cihazı sunmasını gerektirir. Ödeme, yakın alan iletişimi (NFC) tarafından kolaylaştırılır ve temassız ödeme olarak anılır.

4.9. Yakın Alan İletişimi (NFC)

Yakın alan iletişimi, radyo frekansı tanımlamasına (RFID) dayalı ultra kısa mesafeli bir kablosuz iletişim teknolojisidir. NFC, cihazların yaklaşık 10 cm'ye (3,9 inç) kadar mesafelerde temassız noktadan noktaya veri iletimi yapmasını sağlamak için sinyal zayıflatma teknolojisinden faydalanır. Her NFC çipinin üretici tarafından kendisine atanan benzersiz bir

kimlik numarası vardır. Kimliği fiziksel bir konumla ilişkilendirerek ve bu bilgileri bir veri tabanında saklayarak, bir algılama olayı gerçekleştiğinde kullanıcının konumu son derece yüksek bir hassasiyetle çıkarılabilir (Cheng ve Hong, 2016: 3). Bir RFID alt kategorisi olan NFC, RFID'den daha yüksek bir veri aktarım hızında çalışır ve 424 Kbps'ye kadar veri aktarımına izin verir. Bu, daha hızlı bağlantı anlamına gelir ve daha büyük miktarda verinin hızdan ödün vermeden okunmasına olanak sağlar. Ek olarak, NFC sistemleri Bluetooth ve Wi-Fi gibi daha gelişmiş iletişim sistemlerine otomatik bağlantı kurar (Statler, 2016: 328).

4.10. İşaret Teknolojileri

İşaretler, yakındaki akıllı cihazlara sinyal göndermek için düşük enerjili Bluetooth teknolojisini kullanan küçük kablosuz vericilerdir. Böylece, bir müşteri bir mağazaya girdiğinde, işaret teknolojisi mobil kimliğini çevrimiçi kimliğine bağlar. Ayrıca müşteri, baktığı ürünle ilgili akıllı cihazında bildirim alabilir veya müşteri sepetindeki ürünleri satın almaktan vazgeçtiğinde, mağazada benzer ürünleri nerede bulacağına dair bir bildirim alabilir (Rana, 2020). İşaretler, akıllı telefonlara okunabilir bilgiler yayımlayan kısa menzilli (yaklaşık 50 metre) bir Bluetooth cihazıdır (Regevsky, 2021).

4.11. Yüz Tanıma Teknolojisi

Yüz tanıma, bir görüntüyü, videoyu veya yüzünün herhangi bir görsel-ışitsel unsurunu kullanarak bir nesneyi tanımlayabilen veya doğrulayabilen bir teknolojidir. Genellikle bu kimlik bir uygulamaya, sisteme veya hizmete erişmek için kullanılır. Prosedür basitçe, tanımlanması gereken kişinin biyometrik yüz modelini oluşturmak ve kaydetmek için gerekli görüntüleri ve verileri üretmek ve elde etmek için dijital fotoğraf teknolojisine sahip herhangi bir cihazı gerektirir. Şifreler, e-posta, özçekimler veya görüntülerle doğrulama veya parmak izi tanıma gibi diğer tanımlama çözümlerinin aksine, biyometrik yüz tanıma, bu sistemi en güvenli ve en etkili sistemlerden biri yapan benzersiz matematiksel ve dinamik kalıplar kullanır (<https://www.electronicid.eu/>, 2020).

4.12. Konuşma (Speech) ve Ses (Voice) Tanıma Teknolojisi

Otomatik konuşma tanıma (ASR), bilgisayarda konuşma tanıma veya konuşmadan metne olarak da bilinen konuşma tanıma, bir programın insan konuşmasını yazılı bir formatta

işlemesini sağlayan bir yetenektir. Yaygın olarak ses tanıma ile karıştırılsa da, konuşma tanıma, konuşmanın sözlü bir formattan metne çevrilmesine odaklanırken, ses tanıma yalnızca tek bir kullanıcının sesini tanımlamaya çalışır. Birçok konuşma tanıma uygulaması ve cihazı mevcuttur, ancak daha gelişmiş çözümler AI ve makine öğrenimini kullanır. İnsan konuşmasını anlamak ve işlemek için dilbilgisi, sözdizimi, ses ve ses sinyallerinin yapısını ve kompozisyonunu bütünleştirir (<https://www.ibm.com/>, 2020).

Ses tanıma teknolojisi, bir konuşmacıyı tanımlar ve gerçekten o kişi olduğunu doğrular. Ses tanıma, bir kişinin sesini diğerinden ayıran sayısız örüntü ve öğeyi analiz eder. Konuşma tanıma ile yazmadan YouTube'da video aramak veya bir düğmeye tıklamadan akıllı TV'yi açmak mümkündür. Ses tanıma, bunu bir adım öteye taşıyarak evin kilidini yalnızca ilgili kişinin sesinin açmasını sağlar. Bir tüketicinin kapısının kilidini açmak için belirli sesini tanımanın yanı sıra, bazı bankalar artık hesaplara şifreler yerine ses tanıma yoluyla erişime izin veriyor. Sesler, onları benzersiz kılan sayısız unsurdan oluşur (Weizs, 2019).

5. Fijital Pazarlama Stratejileri ve Örnekleri

Fijital pazarlama stratejilerini uygulamak, büyüyen bir pazarlama eğilimidir. Bununla birlikte, pazarlama söz konusu olduğunda, herkese uyan tek bir yaklaşımın olmadığını unutmamak önemlidir. Her ülke, pazar, demografi ve yaşam tarzı farklıdır ve pazarlamacılar, hedef kitlelerine uyacak şekilde stratejiler oluşturmalıdır. Küçük işletmeler ve büyük markalar net ve ikna edici bir pazarlama stratejisine sahip olmalı ve aktif hale gelmeden önce güçlendirilmiş müşterilerinin neslinin tatmin edileceğine dair derin bir anlayışa sahip olmalıdır (Kinniburgh, 2020). Brenner, fijital pazarlama stratejileri oluştururken hedef kitleyi araştırma, amaçları belirleme, giyilebilir teknolojiyi dâhil etme, AR ve VR'ı uygulama, sınırlı ürün numunelerini doğrudan tüketicilere dağıtma, duyguları önceliklendirme ve etkinlik kabinleri oluşturmanın önemli olduğunu vurgulamaktadır (Brenner, 2020).

Drakos, küçük ve orta boy işletmelerin fijital pazarlamayı uygulayabilmesi için üç noktanın altını çizmektedir: Sosyal medyayı kullanma, işletmenin kendi mobil uygulamasını oluşturması ve pop-up mağazalar. Sosyal medya, ağızdan ağıza pazarlama ve müşterileri, marka savunucularına dönüştürmek için harika bir araçtır. Mobil uygulamalar işletmeler tarafından birçok farklı şekilde kullanılabilir. Ödül puanları ve bağlılık kartları, özel teklifler için bildirimler, temassız ödemeler ve konuma dayalı hatırlatıcıların tümü müşterilerin ilgisini

çeker ve hayatlarını kolaylaştırır. Pop-up'lar, müşterileri şaşırtmak, yeni ürünleri tanıtmak, deneme fırsatı vermek ve müşteri temsilcileriyle yüz yüze görüştürmek için uygun bir yoldur (Drakos, 2020). Ayrıca, Google My Business ile işletmeler, mağaza resimleri yükleyebilmekte, özel teklifleri tanıtılabilmekte ve hatta reklam verebilmektedir. Müşteriler arayarak, mesaj göndererek veya yorum bırakarak işletmeyle iletişim kurabilirler (Sorensen, 2020).

Moore, üç önemli dijital pazarlama stratejisini vurgulamaktadır: (i) Çevrimiçi ödeme yapıp mağazadan teslim alma (tıkla-al) seçeneği müşterilerin, gönderim için günlerce beklemesini ortadan kaldırır ve tüketicileri mağazalara yönlendirir, (ii) İşletmeler mağazadaki kıyafetleri denemek için artırılmış gerçekliği ya da tüketicileri marka hikâyelerinin derinliklerine çekmek için sanal gerçekliği kullanabilir ve (iii) Konum tabanlı anlık bildirimler, müşterilere markayı hatırlatmanın ve konumlarına göre bildirim göndermenin harika bir yoludur (Moore, 2020). Conder, etkili bir dijital pazarlama stratejisi oluşturmak için 10 adım önermektedir (Conder, 2014):

- i. Müşterilerin işletmeyle ilişki kurduğu tüm kanalları (web sitesi, mobil uygulamalar, sosyal medya, fiziksel mağaza vb.) haritalamak,
- ii. Kanalları birbiriyle uyumlu çalışacak şekilde yönetmek,
- iii. Kanalları marka ile uyumlu hale getirmek, müşteri yolculuğunda müşterinin çabasını mümkün olduğunca azaltmak, müşterilere ilgi çekici ve kişiselleştirilmiş deneyim sunmak,
- iv. Kanallar arasında tutarlı deneyimler oluşturmak,
- v. Tutarlı bir mesajlaşma stratejisi geliştirmek,
- vi. Müşterilerle etkili iletişim kurmak, markanın faaliyetleri ve etik değerleri hakkında şeffaf olmak,
- vii. Müşterilerin gizlilik ve kolaylık taleplerini göz ardı etmemek,
- viii. Bütüncül kanallı pazarlamayı kullanmak,
- ix. Müşterilere kişiselleştirilmiş deneyimler sunmak,
- x. Veri toplamak için, müşterilerden izin alarak çeşitli programlara kaydolmalarını istemek.

Öte yandan dünya çapında birçok marka, hali hazırda dijital pazarlamayı, pazarlama stratejilerine dâhil etmiştir. Tablo 2, çeşitli dijital pazarlama örneklerinin bir özeti sunmaktadır.

Tablo 2: Fijital Pazarlama Örnekleri

| Marka | Fijital Pazarlama Örneği |
|--------------------------------------|--|
| KFC | KFC, Çin'deki fijital lokasyonlarında tüketicilerin siparişlerini restorana girdikten sonra dokunmatik ekranlardan verebilmesini sağlamaktadır. Müşterilerin ödemeyi tamamlaması için yüz tanıma teknolojisi kullanılır. Ayrıca KFC, müşterilerin ne yemek isteyebileceğini tahmin etmek ve sipariş kioskuna geldiklerinde onlara özelleştirilmiş menü seçenekleri sunmak için artırılmış gerçekliği de kullanmıştır. |
| Amazon | Seattle'daki Amazon Go mağazası, en iyi fijital perakende deneyimlerinden birini sunmaktadır. Müşteriler, telefonlarından bir QR kodu tarayarak Amazon Go mağazasına girer. Bu, turnikenin açılmasına izin verir. Ardından, tıpkı normal bir mağazada yapacakları gibi raflardan ürün seçip kapıdan çıkabilirler. Amazon Go uygulaması, müşterinin bağlı banka hesabından veya kredi kartından ödeme alır. Bu fijital deneyimi, tüketicilerin kasada sıraya girme zahmetini atlamalarını sağlar ve alışverişi kolaylaştırır. |
| Nike | Nike'ın 2017'de New York'ta açılan Maker Studio'larındaki fijital alanı, müşterilerin hayallerindeki spor ayakkabılarını tasarlamak için dokunmatik ekranlı bir arayüz kullanmalarına olanak tanır. Özel olarak tasarlanmış ayakkabılar, müşteriler için 90 dakikadan daha kısa bir sürede mağazada oluşturulur. |
| San Jose Orchard Supply Store | Perakende hizmet robotları, San Jose Orchard Supply Store'da uygulanmıştır. Bu botlar müşterileri selamlamak ve ürünleri bulmalarına yardımcı olmak için tasarlanmıştır. |
| Uniqlo | Giyim perakendecisi Uniqlo, Fast Retailing ile birlikte çalışarak, müşterilerin ürünleri neredeyse anında kontrol etmesini sağlamak için radyo frekansı tanımlama (RFID) etiketlerini kullanan bir sistem sunmuştur. Fast Retailing, ürünlerinin fiyat etiketlerine yaklaşık 2 cm x 7,5 cm boyutlarında RFID etiketleri eklemiştir. Bu kendi kendine ödeme sistemi, her bir ürünü ayrı ayrı okumak yerine alışveriş sepetindeki tüm ürünlerin bir kerede taranmasına izin vererek ödeme süreci hızlandıracaktır. |
| Rebecca Minkoff | Rebecca Minkoff, mağazalarına yerleştiği interaktif dokunmatik ekranlar ile müşterilerin denemek istedikleri ürünleri bu ekranlardan seçmesine ve soyunma odasına göndermesine olanak tanır. Ayrıca müşterilerin, soyunma odasındaki ekranlardan ürünlerin farklı ortamlarda nasıl görüldüğünü ya da farklı |

| | |
|-------------------|---|
| | bedenlerini seçmeleri mümkündür. |
| Timberland | Timberland, New York City'deki Herald Square mağazasında müşterilerin ürünleri hakkında daha fazla bilgi edinmesine yardımcı olan tabletleri ve dijital kurulumları kullanıma sunmuştur. Yakın alan iletişimi (NFC) ve işaret teknolojisi ile desteklenen tabletlerin kullanımı sayesinde Timberland müşterileri, kaydolma, uygulama indirme veya kayıt başlatma gerekmeden mağazadaki her ürünle dijital ve sosyal olarak etkileşimde bulunabilmektedir. Timberland, ayrıca mağaza içi alışveriş yapanlara etkileşimli dokunmatik ekranlar (TouchWall) sağlamaktadır |
| Nike | Nike, SNKRS uygulamasından aldığı veri analizine göre, müşterilerinin gitme eğiliminde olduğu yerleri bulup bu noktalarda pop-up mağazalar açmaya başlamıştır. Müşterileri dışarı çıkıp satın almaya teşvik etmek için, sınırlı sayıda üretilen ayakkabılarından bazıları pop-up'larda kullanıma sunmuş ve SNKRS uygulamasıyla müşterilerine ayakkabının durumu hakkında bir bildirim göndermiştir. Nike, kullanıcılar mağazadayken diğer sınırlı sayıda spor ayakkabılara erişim sağlamak için uygulama aracılığıyla konuma dayalı bildirimlerini de kullanmaktadır |
| STM Goods | Sırt çantaları, tablet ve dizüstü bilgisayar çantaları dâhil olmak üzere çeşitli teknoloji aksesuarları sunan STM Goods'un mobil uygulaması, ürünleri daha önce hiç görülmemiş bir şekilde deneyimlemeyi sağlamaktadır. Etkileşimli 3B grafikler, animasyonlar ve video içeren entegre artırılmış gerçeklik teknolojisi, müşteriye tipik 2B ekran deneyimlerinin çok ötesine geçen bir deneyime getirmektedir. |
| MAC | MAC Cosmetics, fotoğraf düzenleme uygulamalarıyla bilinen YouCam ile birlikte, müşterilerin satın alma işlemi yapmadan önce ürünleri resimler ve canlı videolar aracılığıyla denemelerini sağlayan Virtual Try-On özelliği sunmuştur. YouCam'in artırılmış gerçeklik teknolojisini kullanan bu özellik, herhangi bir cilt tonunda test edilebilen ve 200'den fazla dudak veya göz rengi seçeneği ile farklı dokulara, matlara, şeffaflıklara, parlaklıklara uyarlanabilen gerçekçi simülasyonlar oluşturur. |
| Loreal | Maybelline web sitesinde bulunan Virtual Makeup Try-On teknolojisi, tüm Maybelline makyaj ürünlerini sadece birkaç tıklama ile müşterilerin telefonlarında canlı olarak denemelerini sağlar. Bu, Modiface'in artırılmış gerçeklik teknolojisi sayesinde, tüm Maybelline ürünlerinin kullanıcılarda nasıl |

| | |
|------------------|--|
| | göründüğüne emin olarak alışveriş yapılmasına olanak tanır. Virtual Try-On teknolojisi dudakların, gözlerin, yanaklarınızın vb. nerede olduğunu tespit eden ve bu bölgeye sanal kozmetikler uygulayan gelişmiş bir yüz izleme algoritması kullanır. |
| Nike | Nike, New York'ta House of Innovation mağazasındaki mankenler, tüketicilerin bir satış görevlisinin aranılan ürünün bedenini veya rengini satış katındaki tüketiciye getirmesini talep etmesini sağlayan taranabilir QR kodlarına sahiptir. Nike'ın bu mağazası, Amazon Go mağazasındaki ödeme sistemine benzer şekilde çalışan anında ödeme sistemi sayesinde fiijitaldır. |
| Sephora | Sephora, müşterilerinin ruj, göz farı ve diğer birçok makyaj ürününü denemelerine olanak tanıyan bir AR aracı olan Sephora Virtual Artist'i kullanmaktadır. Ayrıca, Color Match adlı yeni bir özellik, müşterilerin yüklenen bir fotoğraf aracılığıyla cilt tonları için doğru renk tonunu bulmalarına yardımcı olmak için yapay zekâyı kullanır |
| SK-II | Japon kozmetik markası SK-II, 2018 yılında Future X Smart Store'u tanıtmıştır. Mağazada tüketicilerin ciltlerini analiz edebilecekleri akıllı bir ayna bulunur. Mağazanın bir diğer özelliği de, kullanıcıları ürüne yönlendirmek için görüntü tanıma teknolojisini kullanan Smart Product Scan aracıdır. Bu aracı kullanarak tüketiciler, akıllı telefonlarında görüntüleri tarayarak belirli bir ürün için yol tarifi alabilirler. |
| Walgreens | Amerikan eczane mağaza zinciri Walgreens'un hareket sensörleri ve yüz algılama yazılımıyla donatılmış Cooler Doors ekranları, müşterilere hedefli reklamlar sunmak için müşterilerin yaşı, cinsiyeti ve hava durumu gibi demografik verileri toplar. Ekranlar herhangi bir veri depolamaz ve bilgileri gerçek zamanlı olarak promosyonları göstermek için kullanır. Örneğin, yirmi yaşlarındaki bir kişi soğutucunun önünde durursa, teknoloji ona bir Red Bull reklamı gösterebilir |

Kaynak: (<https://peertopeermarketing.co/> , 2019; Rayome, 2018; Gotter, 2021; <https://www.loreal.com/> , 2021; <https://asia.nikkei.com/> , 2015; Pettai, 2020; Shaw, 2017; <https://www.stmgoods.com/> ,2020; Naffa, 2020)

6. Fijital Pazarlamanın Avantajları

SessionM tarafından 12.000 Amerikalı ile gerçekleştirilen ankete göre, katılımcıların %90'ından fazlası, son 90 gün içinde alışveriş yaptığını söylemiş ve %73'ü bu alışverişleri fiziksel bir mağazada yapmıştır. Katılımcıların %53'ü, mağaza içi deneyimin, çevrimiçi /

mobil alışverişe göre hâlâ üstün olduğunu kabul etmiştir (Sterling, 2015). 2019 yılında e-perakende satışları, dünya genelindeki tüm perakende satışların % 14,1'ini oluşturmuş ve bu rakamın 2023 yılında % 22'ye ulaşması beklenmektedir (Coppola, 2020). Mağaza içi alışveriş çekiciliğini korurken (insan teması, test edilebilir ürün, hemen satın alma vb.) e-ticaretin tüm avantajlarından (daha kolay ürün arama, hız, envanter görünürlüğü, vb.) yararlanmayı başarmanın yolu dijital pazarlamadır (Dinet, 2020).

Coimbra, kasasız ödeme işlemlerinin daha fazla maliyet azaltma potansiyeline ve gelir maximasyonu için diğer teknolojilere sahip olduğunu bulmuştur. Ayrıca, her teknoloji sektörler arasında farklı bir uyum sunar. Kasiyersiz kasa ve akıllı raflar, yiyecek ve market gibi daha fazla işlemsel perakende deneyimlerinde bir öncelik olsa da, işaretçiler ve akıllı aynalar, giyim ve kişisel bakım gibi öneri kalitesinin ve denemenin daha önemli olduğu sektörlerde daha fazla potansiyele sahiptir (Coimbra, 2019: 1). Dijital pazarlama, müşterilere daha kişiselleştirilmiş deneyimler sunarak mağaza içi ziyaretlerin ve sadakatin artmasına, müşteri katılımına ve daha fazla satışa neden olabilir. Gelecek, unutulmaz ve paha biçilmez deneyimler yaratmakla ilgilidir (Jaffery, 2018). Gelecekte işletmeler, giderek daha fazla kişiselleştirilecek ve bireysel kullanıcıların ihtiyaçlarına odaklanacaktır. Bu nedenle pazarlama, pazarlama otomasyon yazılımını ve çok kanallı dijital stratejileri analiz, planlama ve iletişim süreçlerine entegre ederek geleceğin zorluklarına uyum sağlamak zorunda kalacaktır. Bu senaryoda dijital, modern pazarlamanın merkezi bir dönüm noktası haline gelmekte ve çevrimiçi ve çevrimdışı dünya arasında mükemmel bir denge kurmaktadır (<https://www.tinext.com/>, 2019).

Dijital pazarlama teknolojileriyle işletmelerin müşterilerini daha iyi anlamaları, ihtiyaçlarını daha doğru tahmin etmeleri ve tüm müşteri deneyimini buna göre iyileştirmeleri mümkündür. Dijital pazarlama ayrıca işletmelere, müşterileriyle ilgili daha fazla veri toplanmasını, müşterilerine benzersiz ve unutulmaz deneyimler sunmasını ve müşterilerin bulunduğu her yerde bulunabilmeyi sağlar (Van Tichelen, 2019: 38-41). Dijital pazarlama müşteri deneyimini iyileştirirken, işletme personeline de yardımcı olabilir. Örneğin müşteriler daha fazla ürün bilgisine bir QR kod ile ulaşabildiğinden mağazalar daha az personele ihtiyaç duyar. Ayrıca dijital pazarlama, COVID-19 salgını sırasında müşterilerin fiziksel mağazalarda nasıl alışveriş yaptığını etkileyen çok sayıda kapatma ve / veya sosyal mesafe gereksinimi ile bazı işletmeler için bir zorunluluk haline gelmiştir (Gotter, 2021).

Sonuç

Fijital pazarlama, ilk kez 2014 yılında tanıtılmasına rağmen hızla en çok kullanılan pazarlama araçlarından biri haline gelmiştir. Bu yeni fenomen, kusursuz müşteri deneyimleri oluşturmak için, dijital ve fiziksel pazarlamanın harmanlanmasından oluşmaktadır. Günümüzde tüketiciler, ürünleri satın almadan önce yalnızca çevrimiçi dünyaya güvenmemekte, ürünleri karşılaştırmayı, koklamayı yorum almayı ya da ürüne dokunmayı istemektedir. Pazarlama şirketleri tarafından yapılan araştırmalar, her ne kadar e-ticaretin perakende satışlar içindeki payının yükseldiğini gösterse de, fiziksel mağazalardan yapılan alışverişler de tüketiciler arasında popülerliğini korumaktadır. Bu durum, işletmeleri, her iki kanalın birleşimi olan fijital pazarlamaya götürmektedir. Fijital pazarlama, doğrudan ve etkileşimli bir pazarlama metodudur. Kullanıcı, deneyimin bir parçasıdır ve dijital dünyadaki en son teknolojilere dayanmaktadır. Fijital pazarlamada kullanılan araçlar arasında, sanal ve arttırılmış gerçeklik, radyo frekansı tanımlama (RFID), işaret teknolojileri, QR kodu, konum tabanlı servisler (LBS), sanal giyinme odaları, yüz ve ses tanıma teknolojileri, dokunma teknolojisi ve mobil ödeme sistemleri bulunur.

Bununla birlikte, günümüzde pazarlamanın odak noktası müşteriler için benzersiz deneyimler yaratmak ve ürün/hizmet kişiselleştirmesi bulunmaktadır. Fijital pazarlama çevrimiçi ve çevrimdışı dünya arasında mükemmel bir denge kurarken, müşterilere kişiselleştirilmiş ve unutulmaz deneyimler yaratma, müşteri katılımını artırma, müşteri bilgilerini toplama ve müşteri ihtiyaçlarını daha iyi anlama konularında da işletmelere yardımcı olmaktadır. Fijital pazarlama, dijital ve fiziksel kanallarını birleştirme yeteneğiyle, daha fazla marka sadakati, farkındalık ve gelir artışı oluşturmak isteyen işletmeler için tavsiye edilmektedir. Öte yandan literatürde fijital pazarlama ile ilgili yeterli sayıda çalışma bulunmamakta ve bu alanda çok daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Özellikle fijital pazarlamanın müşteri davranışına etkisiyle ilgili yapılacak araştırmalar, yazar tarafından gelecek çalışmalar için önerilmektedir.

Kaynakça

AdAge & Unidays. (2018). Gen Z: Decoding The Digital Generation, <https://cdn2.hubspot.net/hubfs/4000540/4%20-%20unidays-content/reports/reports-pdf-versions/UNiDAYS-Ad-Age-Tech-2019-Report.pdf> , Erişim Tarihi: 26.01.2021

- Aiolfi, S.ve Sabbadin, E. (2019). *Fashion and New Luxury Digital Disruption: The New Challenges of Fashion Between Omnichannel and Traditional Retailing*, International Journal of Business and Management, 14 (8), 41-51.
- Allen, C. (2018). Let's Get Phygital: Changing Trends of Cash Payment Solutions in Retail at NRF 2018, <https://www.kioskmarketplace.com/blogs/lets-get-phygital-changing-trends-of-cash-payment-solutions-in-retail-at-nrf-2018/> , Erişim Tarihi: 26.01.2021
- Andrade, J. ve Dias, P. (2020). *A Phygital Approach to Cultural Heritage: Augmented Reality at Regaleira*, Virtual Archaeology Review, 11(22), 15-25.
- Anuradha, A., Manimekalai, J. ve Thangaraja, A. (2020). *Entertainmerce and Phygital Consumers - Changing Preferences for Retail Shopping Destinations and Retailtainment Options*, Journal of Xidian University, 14(6).
- Armstrong, K. ve Rutter , C. (2017). *Exploring the Enigma of the Happiness Construct in Phygital Fashion Experiences*, Advanced Fashion Technology and Operations Management, IGI Global, 220-233.
- Ballina, F., Valdes, L. ve Del Valle, E. (2019). *The Phygital Experience in the Smart Tourism Destination*, International Journal of Tourism Cities, 5(4), 656-671.
- Belghiti, S., Ochs, A., Lemoine, J.-F. ve Badot, O. (2017). *The Phygital Shopping Experience: An Attempt at Conceptualization and Empirical Investigation*, Rossi P., Krey N. (eds) *Marketing Transformation: Marketing Practice in an Ever Changing World*, AMSWMC 2017, Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science. Springer, Cham, 61-74.
- Bhardwaj, A., Bhardwaj, M. ve Gaur, A. (2016). *Virtual Reality: An Overview*, International Journal of Scientific and Technical Advancements, 2 (4), 159-164.
- Brenner , M. (2020). What is Phygital Marketing? How to Use It and 5 Consumer Marketing Examples, <https://marketinginsidergroup.com/marketing-strategy/what-is-phygital-marketing-how-to-use-it-and-5-examples/> ,Erişim Tarihi: 26.01.2021.
- Camilli, M., Dibitonto, M., Vona, A., Medaglia, C. ve Di Nocera, F. (2011). *User-Centered Design Approach for Interactive Kiosks: Evaluation and Redesign of an Automatic Teller Machine*, Proceedings of the 9th ACM SIGCHI Italian Chapter International Conference on Computer-Human Interaction: Facing Complexity, 85-91.
- Carmigniani, J. ve Furht, B. (2011). *Augmented Reality: An Overview*, Handbook of Augmented Reality, Springer, New York, NY., 3-46.
- Cata, T., Patel, P. ve Sakaguchi, T. (2013). *QR Code: A New Opportunity for Effective Mobile Marketing*, Journal of Mobile Technologies, Knowledge and Society, 2013 (2013), Article ID 748267, 1-7.

Chastel, A., Grondin, S. ve Baland, J. (2019). *Phyigital Boom May Lead To Luxury Implosion*, Global Fashion Management Conference at Paris, 1-4.

Cheng, R.-S. ve Hong, W.-J. (2016). *Seamless Guidance System Combining GPS, BLE Beacon, and NFC Technologies*, Mobile Information Systems, 2016, Article ID 5032365, 1-12.

Coimbra, J. (2019). *Phyigital Retail: How Can Disruptive IoT-enabled in-Store Technologies Maximize Value in the Retail Industry?*, Universidade Catoliga Portuguesa, Master Dissertations.

Conder, P. (2014). Let's Get Phyigital: Ten Ways to Connect with Your Your Customers in an Omnichannel Universe, Lenati LLC, https://www.lenati.com/wp-content/uploads/legacy/LETS_GET_PHYGITAL.pdf, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

Consulteer. (2021). Phyigital, <https://www.consulteer.com/blog/2021/01/03/phyigital-your-complete-guide-for-2021/>, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

Coppola, D. (2020). Worldwide E-Commerce Share of Retail Sales 2015-2023, <https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide/>, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

David, F. (2017). *The Luxury Store of the Future: From Physical to Phyigital: The Gucci Project*, LUISS Guido Carli, Master's Degree Thesis.

De La Flor, C. (2020). What's Phyigital in the Customer Experience?, <https://www.wearemarketing.com/blog/whats-phyigital-in-the-customer-experience.html>, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

Di Benedetto, G. (2020). *Solutions for the Next Retail World: Phyigital Retail*, ARC III - Scuola del Design, Master Thesis.

Dinet, C. (2020). Phyigital Retail: The Contact Center Has Never Been More Important, <https://www.odigo.com/insights-news/blogs/phyigital-retail-the-contact-center-has-never-been-more-important/>, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

Drakos, L. (2020). Why Top Brands Are Obsessed With Phyigital Marketing, <https://www.process.st/phyigital/>, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

Duhan, P. ve Singh, A. (2019). *M-commerce: Experiencing the Phyigital Retail*, CRC Press. ETRetail . (2020). *Elevating Consumer Experience in a Phyigital World*, <https://retail.economicstimes.indiatimes.com/news/industry/elevating-consumer-experience-in-a-phyigital-world/78406271>, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

Everis US. (2018). Phygital: A New Dimension in Customer Experience, <https://everisus.medium.com/phygital-a-new-dimension-in-customer-experience-40d940f1cb58> , Erişim Tarihi: 26.01.2021.

Gotter, A. (2021). What Is Phygital Marketing?, <https://www.singlegrain.com/marketing-strategy/phygital-marketing/> , Erişim Tarihi: 26.01.2021.

<https://asia.nikkei.com/Business/Fast-Retailing-to-adopt-smart-tags-for-swift-self-checkout> (2015). Fast Retailing to Adopt Smart Tags for Swift Self-Checkout, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

<https://enterpriseproject.com/what-is-digital-transformation#:~:text=Digital%20transformation%20is%20the%20integration,and%20get%20comfortable%20with%20failure> (2016). What is Digital Transformation?, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

<https://peertopeermarketing.co/phygital/> (2019). Phygital: The Definitive Guide for 2021+ Mindblowing Examples, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

<https://unctad.org/press-material/global-e-commerce-hits-256-trillion-latest-unctad-estimates> (2020). Global e-Commerce Hits \$25.6 Trillion – Latest UNCTAD Estimates, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

https://www.accenture.com/_acnmedia/PDF-44/Accenture-Retail-Customer-Journey-Research-2017-Infographic.pdf (2017). Accenture Global Consumer Shopping Survey, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

<https://www.electronicid.eu/en/blog/post/face-recognition/en> (2020). Face Recognition: How it Works and its Safety, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

<https://www.ibm.com/cloud/learn/speech-recognition> (2020). Speech Recognition, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

<https://www.loreal.com/en/articles/makeup-virtual-try-on-maybelline/> (2021). Makeup Virtual Try-on Maybelline., Erişim Tarihi: 26.01.2021.

<https://www.monigroup.com/article/top-10-brick-and-mortar-retail-statistics-you-must-know> (2018). Top 10 Brick-And-Mortar Retail Statistics That You Must Know, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

<https://www.pulpstrategy.com/phygital-the-try-and-by-in-the-digital-world/> (2019). Phygital: The Try And By In The Digital World, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

<https://www.selligent.com/press/selligent-consumer-study-reveals-69-find-it-creepy-when-they-receive-ads-from-voice-assistants-based-on-unprompted-conversations> (2019). Selligent Consumer Study Reveals 69% Find It Creepy When They Receive Ads from Voice Assistants Based on Unprompted Conversations, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

<https://www.selligent.com/press/connectedconsumer3rdedition> (2020). Selligent Consumer Study Reports Seismic Shift in Consumer Spending Habits with 60% Prioritizing Purchase of Essential Items, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

<https://www.sqli-digital-experience.com/en/blog-en/phygital-how-digital-is-transforming-traditional-stores-and-the-customer-journey> (2019). Phygital: How Digital is Transforming Traditional Stores and the Customer Journey, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

<https://www.statista.com/statistics/591181/global-augmented-virtual-reality-market-size/> (2021). Projected Size of the Augmented and Virtual Reality Market 2016-2024, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

<https://www.stmgoods.com/stm-app2/> (2020). Augmented Reality, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

<https://www.techsoft.com/post/what-is-phygital-marketing-and-how-will-it-help-your-business> (2020). What Is Phygital Marketing? And How Will It Help Your Business, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

<https://www.tecnauk.com/phygital-retail-5-innovative-technologies-for-retailers/> (2020). 5 Incredible Phygital Retail Technologies Shaping the World of Retail as We Know It, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

<https://www.thinkwithgoogle.com/feature/path-to-purchase-search-behavior/> (2020). How Search Enables People to Create a Unique Path to Purchase, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

<https://translate.google.com/?sl=en&tl=tr&text=Phygital%20Marketing%3A%20Blending%20online%20and%20offline%20communication&op=translate> (2019). Phygital Marketing: Blending Online and Offline Communication, Erişim Tarihi: 26.01.2021.

Jaffery, R. (2018). Learn How a Phygital Strategy Can Help Grow Your Business, <https://www.forbes.com/sites/sap/2018/08/13/learn-how-a-phygital-strategy-can-help-grow-your-business/?sh=2ca16efa770a> , Erişim Tarihi: 26.01.2021.

Jezerc, G. (2019). 71 Percent of Shoppers Are Spending More In-Store Than Online, According to New Survey, <https://www.firstinsight.com/press-releases/71-percent-of-shoppers-are-spending-more-in-store-than-online-according-to-new-survey> , Erişim Tarihi: 26.01.2021.

Jiang, B. ve Yao, X. (2006). *Location-Based Services and GIS in Perspective*, Computers Environment and Urban Systems, 30(6), 712-725.

Juels, A. ve Weis, S. (2009). *Defining Strong Privacy for RFID*, ACM Transactions on Information and System Security (TISSEC), 13(1), 1-23.

Kieseberg, P., Leithner, M., Mulazzani, M., Munroe, L., Schrittwieser, S., Sinha, M. ve Weippl, E. (2010). *QR Code Security*, Proceedings of the 8th International Conference on Advances in Mobile Computing and Multimedia, 430-435.

Kinniburgh, L. (2020). The Complete Guide to Phygital Marketing, <https://www.outsourcedimagination.com/post/the-complete-guide-to-phygital-marketing> ,Erişim Tarihi: 26.01.2021.

Klopfer, E. ve Squire, K. (2007). *Environmental Detectives-The Development of an Augmented Reality Platform for Environmental Simulation*, Educational Technology Research and Development, 56(2), 203-228.

Lee, J. (2020). Going Phygital: 7 Lessons From Brands, <https://www.adroll.com/blog/growth-marketing/going-phygital-7-lessons-from-brands> ,Erişim Tarihi: 26.01.2021.

Li, A. ve Xu, Y. (2020). *A Study of Chinese Consumers' Adoption Behaviour Toward Virtual Fitting Rooms*, International Journal of Fashion Design, Technology and Education, 1-10.

Mandal, S. (2013). *Brief Introduction of Virtual Reality & its Challenges*, International Journal of Scientific & Engineering Research, 4 (4), 304-309.

Mansour, K. (2020). Infographic-Phygital Marketing Trends, <https://earlymetrics.com/infographic-phygital-marketing-trends/> ,Erişim Tarihi: 26.01.2021.

Mechan, J. (2020). *Phygital Phenomenon as a Fashion Concept*, Digital Fashion Innovation (DFI) e-Symposium, Manchester Metropolitan University.

Moore, N. (2020). What is Phygital Retail? Physical and Digital Retail, Together, <https://www.thestorefront.com/mag/what-is-phygital-retail-physical-and-digital-retail-together/> ,Erişim Tarihi: 26.01.2021.

Moravcikova, D. ve Kliestikova, J. (2017). *Brand Building with Using Phygital Marketing Communication*, Journal of Economics, Business and Management, 5(3),148-153.

Motamedi , A., Soltani, M., Setayeshgar, S. ve Hammad , A. (2016). *Extending IFC to Incorporate Information of RFID Tags Attached to Building Elements*, Advanced Engineering Informatics, 30, 39-53.

Mustajbasic, A. (2018). *Introducing an E-Marketplace and Phygital Store to the Swiss Market: The Key Success Factors for the Fashion Industry in Switzerland*, Haute Ecole de Gestion de Genève, Bachelor Project .

Mustaphi, B. (2020). *Digital Marketing Strategies for Effective Customer Relationship Management*, Journal of Modern Accounting and Auditing, 16(8), 376-384.

- Naffa, M. (2020). MAC Cosmetics Launches Augmented Reality Makeovers, <https://www.graziame.com/style/beauty/mac-cosmetics-launches-augmented-reality-makeovers> , Erişim Tarihi: 26.01.2021.
- Negametzyanov, A., Lau, S. ve Ng, C. (2015). *Web-based Interactive Form Generator for Public Kiosks*, 2015 IEEE Conference on Open Systems (ICOS), IEEE, 108-113.
- Ng-Kruelle, G., Swatman, P., Rebne, D. ve Hampe, F. (2002). *The Price of Convenience: Privacy and Mobile Commerce*, Quarterly Journal of Electronic Commerce, 3(3), 273-285.
- Nofal, E., Reffat, R. ve Moere, A. (2017). *Phygital Heritage: an Approach for Heritage Communication*, Coimbra, Portugal, Proceedings of the 3rd Annual International Conference of the Immersive Learning Research Network (iLRN2017), Eslam Nofal, *Phygital Heritage Communicating Built Heritage Information through the Integration of Digital Technology into Physical Reality*, 220-229, KU Leuven, PhD Thesis.
- Oakes, A. (2020). In the Face of Digital Fatigue, Let's Get Phygital, <https://newdigitalage.co/2020/04/29/in-the-face-of-digital-fatigue-lets-get-phygital/> , Erişim Tarihi: 26.01.2021.
- Pachoulakis, I. ve Kapetanakis, K. (2012). *Augmented Reality Platforms for Virtual Fitting Rooms*, The International Journal of Multimedia & Its Applications, 4(4), 35-46.
- Pettai, S. (2020). Phygital: How Digital Is Shaping Physical Retail Experiences, <https://www.uxconnections.com/phygital-how-digital-is-shaping-physical-retail-experiences-examples/> , Erişim Tarihi: 26.01.2021.
- Purcarea, T. (2018). *The Future of Retail Impacted by the Smart Phygital Era*, Romanian Distribution Committee Magazine, 9 (3), 34-46.
- Rana, M. (2020). What is Phygital Marketing?, <https://webkul.com/blog/what-is-phygital-marketing/> , Erişim Tarihi: 26.01.2021.
- Rao, B. ve Minakakis, L. (2003). *Evolution of Mobile Location-based Services*, Communications of the ACM, 46(12), 61-65.
- Rayome, A. (2018). How Sephora is Leveraging AR and AI to Transform Retail and Help Customers Buy Cosmetics, <https://www.techrepublic.com/article/how-sephora-is-leveraging-ar-and-ai-to-transform-retail-and-help-customers-buy-cosmetics/> , Erişim Tarihi: 26.01.2021.
- Regevsky, E. (2021). Phygital, the 360 Experience for Your Customers, <https://sbshoppingbasket.com/blog/phygital-the-360-experience-for-your-customers/?lang=en> , Erişim Tarihi: 26.01.2021.
- Rouillard, J. (2008). *Contextual QR Codes*, The Third International Multi-Conference on Computing in the Global Information Technology (iccg 2008), IEEE, 50-55.

- Sarkar, S., Shinde, R., Thakare, P., Dhomne, N. ve Bhakare, K. (2014). *Integration of Touch Technology in Restaurants using Android*, International Journal of Computer Science and Mobile Computing, 3 (2), 721 – 728.
- Sauter, D., ve Simonnet, R. (2019). Embracing The Phygital World, <https://www.envano.com/2019/09/embracing-the-phygital-world/> , Erişim Tarihi: 26.01.2021.
- Shaw, M. (2017). Timberland Blends Physical and Digital Customer Experiences., <https://www.customerinsightgroup.com/marketinglibrary/customer-experience-management/timberland-blends-physical-and-digital-customer-experiences> , Erişim Tarihi: 26.01.2021.
- Soon, T. (2008). *QR Code*, Synthesis Journal, 59-78.
- Sorensen, K. (2020). Phygital: The New Marketing Frontier, <https://www.konstruktdigital.com/marketing-strategy/phygital-marketing/> , Erişim Tarihi: 26.01.2021.
- Statler, S. (2016). *Barcodes, QR Codes, NFC, and RFID*, Beacon Technologies, 317-331.
- Sterling, G. (2015). Survey: 90 Percent Of Retail Shoppers Use Smartphones In Stores, <https://marketingland.com/survey-90-percent-of-retail-shoppers-use-smartphones-in-stores-135759> , Erişim Tarihi: 26.01.2021.
- Taylor, E. (2016). *Mobile Payment Technologies in Retail; A Review of Potential Benefits and Risks*, International Journal of Retail and Distribution Management, 44 (2), 159-177.
- The National Retail Federation. (2020). Consumer View Winter 2020, <https://cdn.nrf.com/sites/default/files/2020-01/cv8-convenience-final-jan-9-2020.pdf> Erişim Tarihi: 26.01.2021.
- Van Der Heijden, H. (2002). *Factors Affecting the Successful Introduction of Mobile Payment System*, BLED 2002 Proceedings, 430-443.
- Van Tichelen, B. (2019). *The Role and Opportunities of Phygital in the Digital Omni-Channel Strategy*, Louvain School of Management, Université Catholique de Louvain, <http://hdl.handle.net/2078.1/thesis:21074>, Master Thesis.
- Vercesi, R. (2020). 8 Steps to Begin Your Digital Transformation Journey ,<https://www.thirdrepublic.com/>: <https://www.thirdrepublic.com/blog/8-steps-digital-transformation-journey> , Erişim Tarihi: 26.01.2021.
- Walker, G. (2015). *Touch Displays*, Handbook of Digital Imaging, 1-65.

Weizs, A. (2019). What is Voice Recognition Used for and How Does it Work?, <https://verbit.ai/what-is-voice-recognition-used-for-and-how-does-it-work/> , Erişim Tarihi: 26.01.2021.

Wu, H.-K., Lee, S.-Y., Chang, H.-Y., ve Liang, J.-C. (2013). *Current Status, Opportunities and Challenges of Augmented Reality in Education*, Computers & Education, 62, 41-49.

Yang, S. ve Xiong, G. (2019). *Try It On! Contingency Effects of Virtual Fitting Rooms*, Journal of Management Information Systems, 36(3), 789-822.

Yoh, M. (2001). *The Reality of Virtual Reality*, Proceedings Seventh International Conference on Virtual Systems and Multimedia, 1-9.

Zurlo, F., Arquilla, V., Carella, G. ve Tamburello, M. (2018). *Designing Acculturated Phygital Experiences*, Cumulus Conference Proceedings Wuxi 2018-Diffused Transition & Design Opportunities, 153-164.

Araştırma Makalesi

DİJİTAL OYUNLARIN ÇOCUKLARDA UYKU BOZUKLUKLARI İLE İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ

Fatih BAL*
İpek OKKAY**

Öz:

Dijital oyunlar, günümüzde çoğu çocuğun hayatında önemli bir yere ve güçlü bir etkiye sahip olmaktadır. Önceki çalışmalara bakıldığında dijital oyun oynamanın çeşitli davranışsal sorunlara; anksiyete, depresyon, somatik şikayetler, dikkat eksikliği, hiperaktivite, asosyallik, aile ve çevreleri ile etkileşim sorunları, bağımlılık gibi birçok psikolojik semptomu sebebiyet verebileceği görülmüştür. Bununla birlikte dijital oyunların uyku düzenleri ve çocuklar üzerindeki bağlantılı psikolojik etkileri arasındaki ilişki hakkında yeterli bilgi yok denecek kadar azdır. Bu çalışmanın amacı, dijital oyun oynama alışkanlıklarının çocuklarda uyku bozuklukları ile ilişkisini incelemektir. Uyku bozukluğu tanısı konan 150 çocuğun gönüllü olan ebeveynlerine Sosyodemografik Veri Formu, Çocuklar için Uyku Bozukluğu Ölçeği (SDSC) ve Dijital Oyun Oynama Alışkanlıkları Ölçeği ile ilgili anket formları doldurtulmuştur. Dijital oyunların çocuklarda uyku bozuklukları ile ilişkisi SPSS 20.00 programı kullanılarak ölçüldü. Dijital oyun oynama alışkanlığı ile uykuda uyarılma sorunları arasında yüksek düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır ($r;567$, $p<005$). Çocukların dijital oyun oynama alışkanlığı arttıkça uykuda uyarılma sorunları da artmaktadır. Dijital oyun oynama alışkanlığı ile uyku uyanıklığı geçiş sorunları arasında yüksek düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır ($r;510$, $p<005$). Çocukların dijital oyun oynama alışkanlığı arttıkça uyku uyanıklığı geçiş sorunları da artmaktadır. Çocuklarda dijital oyun oynama alışkanlığı ile uyku bozuklukları arasında ilişkisi olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: İletişim Teknolojileri, Dijital Oyun, Uyku Bozukluğu, Parasomnia
Jel kodları: D83, L96

* Dr.Öğr.Üyesi, Sakarya Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Psikoloji Bölümü, Sakarya Türkiye, fatihbal@sakarya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9974-2033

** Doç.Dr., İstanbul Ayyansaray Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, İstanbul Türkiye, ipekokkay@yahoo.com, ORCID: 0000-0002-7107-2832

Makale gönderim tarihi: 08.02.2021

Makale kabul tarihi: 09.08.2021

Künye Bilgisi: Bal, F. ve Okkay, İ. (2021), "Dijital Oyunların Çocuklarda Uyku Bozuklukları ile İlişkisinin İncelenmesi", *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 132-153.

Investigation of the Relationship between Digital Games and Sleep Disorders in Children

Abstract

Digital games have an important place and a powerful influence in the lives of most children today. Looking at previous studies, digital game play has various behavioral problems; It has been observed that it can cause many psychological symptoms such as anxiety, depression, somatic complaints, attention deficit, hyperactivity, asociality, interaction problems with family and environment, addiction. However, there is little to no information about the relationship between digital games' sleep patterns and their associated psychological effects. The aim of this study is to investigate the relationship between digital game playing habits and sleep disorders in children. The volunteer parents of 150 children diagnosed with sleep disorder were filled with questionnaire forms about the Sociodemographic Data Form, the Sleep Disorder Scale for Children (SDSC) and the Digital Game Playing Habits Scale. The relationship of digital games with sleep disorders in children was measured using the SPSS 20.00 program. There is a highly positive correlation between the habit of playing digital games and sleep arousal problems ($r; 567, p < 005$). As children have a habit of playing digital games, problems with sleep arousal also increase. There is a highly positive correlation between digital game playing habits and sleep wakefulness transition problems ($r; 510, p < 005$). As children have a habit of playing digital games, sleep alertness and transition problems also increase. It was found that there is a relationship between the habit of playing digital games and sleep disorders in children.

Keywords: Communication Technologies, Digital Game, Sleep Disorder, Parasomnia
Jel codes: D83, L96

1. Giriş

Oyun, çocukların en önemli uğraşı olarak kabul edilir. Çocuğun yaşına ve gelişimine uygun olarak erişilebilir, basit, çok yönlü, katılımcı, işlevsel ve eğlenceli özellikleri ile çocuğun gelişiminde büyük etkisi olduğu bilinmektedir. Çocuklar oyun oynarken problem çözme, keşfetme, düşünme, akıl yürütme, paylaşma, iletişim, güç, denge, koordinasyon ve öz-düzenleme gibi beceriler kazanırlar (Mustafaoğlu ve Yasacı, 2018).

Aşırıya kaçmadan dijital oyun oynamanın normal olduğu, oyunların bile duygusal boşalma ve rahatlama gibi olumlu katkıları olduğu yapılan çalışmalarda bildirilmiştir. Dijital oyunlarda verilen komutları takip etme, el-göz koordinasyonu, motor becerileri geliştirme gibi yeterlikleri de desteklediği bildirilmiştir (Mustafaoğlu ve Yasacı, 2018). Ayrıca çocukların problem çözme, muhakeme, analiz ve karar verme becerilerini desteklediği gibi strateji ve tahmin etme yetkinliğini de desteklediği belirtilmektedir. Tüm bu olumlu yönlerin yanı sıra dijital oyunların kullanımının artması ve özellikle çocukların günlük yaşamlarının vazgeçilmez bir parçası haline gelmesi ve açık hava oyun alanlarının giderek daha sınırlı hale gelmesinin olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz etkilerinin de olduğu düşünülmektedir. Literatürde şiddet içeren dijital oyunların yalnızlık, depresyon ve kaygı, saldırganlık, şiddet eğilimi, dikkat dağınıklığı gibi zihinsel ve psikososyal sorunlarla ilişkili olduğu belirtilmektedir (Kim ve Smith, 2017).

Televizyon, taşınabilir teknolojik elektronik cihazlar, nikotin, kafein, internet okul çağındaki çocukların uyku sürelerini etkileyen önemli çevresel faktörlerdir (Bülbul, Kurt, Ünlü ve Kırılı, 2010). Teknolojik elektronik cihazlardan oluşan medya ürünleri hayatı kolaylaştıran önemli unsurlardır. Günümüzde elektronik medyanın çocuk ve ergenlerin uykularını olumsuz etkilediği kabul edilmektedir. İçinde yaşadığımız teknoloji çağı hayatımızı kolaylaştırıyor ve beraberinde getirdiği en önemli sorunlardan biri de teknoloji bağımlılığıdır (Aktar, 2021). Artan çeşitlilikteki medya ürünleri ve taşınabilir elektronik cihazlar (TEC), yetişkinler kadar çocuklar için de potansiyel riskler oluşturmaktadır. Yetişkinlerin uzun saatler meşgul olduğu taşınabilir bilgisayarlar, akıllı cep telefonları ve tabletler çağımızın vazgeçilmez ihtiyaçları gibi görünse de yarattıkları bağımlılıkla sadece yetişkinler için değil çocuklar için de birçok zararlı etki yaratıyor. Teknolojik bağımlılık, bağımlılık yapma potansiyeli güçlü etkileri olan bu medya ürünleriyle giderek daha fazla zaman geçiren çocukların günlük yaşamının ayrılmaz bir parçası haline geldiğinde söz edilmektedir (Arısoy, 2009). Aynı zamanda teknoloji

bağımlılığı, kişinin bilgisayar, internet, video oyunları ve mobil cihazların aşırı kullanımı sonucunda teknolojinin zararlı etkilerini deneyimlediği bir tür dürtü kontrol bozukluğudur (Gürhopur ve Dalgıç, 2019).

Dijital oyunlar; bilgisayar oyunları, video oyunları, konsol oyunları ve mobil oyunlar olarak farklı isimlerle de bilinmektedir (Kerr, 2006). Common Sense Media (2017) verilerine göre, dijital oyun oynama eğilimi gelişimin erken dönemlerinde başlamakta, oyun miktarı orta çocukluk ve ergenlik döneminde istikrarlı kullanım kalıpları ortaya çıkana kadar artmaktadır. Son yıllarda dijital oyunlara olan ilginin artması ile çocuklar tarafından oynanan fiziksel aktivite oyunları azalmıştır (Doliopoulou ve Rizou, 2012). Çocukların yaşlılarıyla birlikte vakit geçirmeyerek dijital oyunlara yönelmesi çocukların normal gelişimini olumsuz etkileyebilmektedir (Rosen vd., 2014)

Dijital oyunlarının popüleritesine, çocuklar üzerindeki potansiyel olarak zararlı sonuçlara ilişkin artan endişeler eşlik etmektedir. Dijital oyunlarla ilgili vurgulanan genellikle dijital oyunlarının olumsuz yönleri olmaktadır. Araştırmalar dijital oyunlarının nasıl tehlikeli bir bağımlılık oluşturabileceği, oyunların çocukları nasıl köleleştirebileceği ve bağımlılıkların nasıl devam edebileceği, oyuncuların video oyunları oynamaktan dolayı nasıl saldırgan hale geldikleri gibi bağımlılık ile ilgili psikolojik problemleri içermektedir (Khoo vd., 2015). Mevcut literatür, dijital oyuncuların önemli bir yüzdesinin oyun bağımlılık sergileyebileceğini öne sürmektedir (Bricolo vd., 2007). Hall ve Parsons (2001), dijital oyun bağımlılığını oyuncusunun arzu ettiği bir dijital oyununu oynayamadığında psikolojik rahatsızlık yaşayacağı bir psikolojik bağımlılık türü olarak tanımlamışlardır. Bağımlılık yapan oyuncunun oyunlardan uzak kaldığında huzursuzluk ve sinirlilik belirtileri gösterdiğini, oyun oynayarak, okul veya iş sorumluluklarını ihmal ederek ve sosyal ilişkilerden uzaklaşarak geçirdiği uzun saatler nedeniyle rahatsız edici yeme ve uyku düzenleri gösterdiğini gösteren araştırmalar vardır (Griffiths ve Wood, 2000).

Uyku, beyin gelişimi ve plastisite gibi çocukların sağlığı ve gelişimi için oldukça önemlidir (Lissak, 2018). Uykusuzluk genellikle uyku bozuklukları ile birlikte ortaya çıkmaktadır. Bunlar; sirkadiyen ritim bozuklukları, merkezi veya obstrüktif uyku ile ilişkili solunum bozuklukları, hareket bozuklukları, huzursuz bacak sendromu, narkolepsi ve parasomnia (gece terörü) olmaktadır (American Academy of Sleep Medicine, 2005). Parasomniler uykuda ortaya çıkan anormal, hoş olmayan motor, sözel, davranışsal olaylarla karakterize bir grup uyku bozukluğudur. Genellikle kişi sabahları yaptıklarını hatırlamaz. Uyku sorunları sadece

çocuk sağlığını etkilemekle kalmaz, aynı zamanda çevresini de etkiler. Parasomnilere neden olan mekanizma ve başarılı bir tedavi yöntemi henüz bulunamamıştır (Schenck ve Mahowald, 2002; Boyden, Pott ve Starks, 2018). Çocuklarda yetişkinlerden daha sık görülmektedir. Klinik açıdan uyku bozukluklarında ayrıntılı uyku öyküleri ile özelliklerini anlamak, uygun değerlendirme için gerekli tanısal yaklaşımla ele almak gerekmektedir (Singh, Kaur, Singh ve Khawaja, 2018).

İyi uyku kalitesi ve niceliği, çocuklarda biliş ve akademik performans ile pozitif ilişkilidir (Short vd., 2018). Buna karşılık, zayıf uyku kalitesi veya uyku bozukluğu, çocuklarda zayıf akademik performans, davranış sorunları, solunum hastalığı, fazla kilo ve obezite gibi çok çeşitli sorunlarla ilişkilendirilmektedir (WHO, 2019).

Lissak (2018) yaptığı sistematik incelemede aşırı ekran süresinin çocuklar üzerinde olumsuz fizyolojik ve psikolojik etkileri olduğunu ve dijital medya kullanıcılarında uyku sorunlarının daha sık ortaya çıkma eğilimi olduğunu belirtmiştir. Özellikle gecikmeli yatma süreleri ve azaltılmış toplam uyku süresi yoluyla, ekran tabanlı medya tüketimi ile uyku sağlığı arasında ters bir ilişki bulunduğunu ortaya koymaktadır. Bu çağrışımların altında yatan mekanizmalar, zamanın yer değiştirmesi (harcanan zamanın uyku ve diğer faaliyetler için harcanan zamanın yerini alması); medya içeriğine dayalı psikolojik uyarım, cihazlardan yayılan ışığın sirkadiyen zamanlama, uyku fizyolojisi ve uyanıklık üzerindeki etkileri olmaktadır (LeBourgeois vd., 2017).

Yapılan araştırmalar ağırlıklı olarak geleneksel medyaya odaklanmıştır. Yeni teknolojilerin ilerlemesi ve popüleritesi ile çocuklar artık tablet ve akıllı telefon gibi birçok taşınabilir elektronik cihaza erişebilmektedir. Bu yeni teknolojilerin uyku üzerinde geleneksel elektronik cihazlardan daha olumsuz ve daha büyük bir etkiye sahip olduğu bildirilmektedir. Ancak bu yeni teknolojilerin çocuklarda uyku bozuklukları üzerindeki etkisi büyük ölçüde bilinmemektedir (Twenge ve Hisler, 2018).

Yeni teknolojiler, dijital platformlar, araya giren ve/veya ilgi çekici yazılımlar ve medyayla ilgili davranışlar hızla değişmekte, uyku ve sağlık üzerindeki etkilerine ilişkin anlayışımızı açacak karmaşık bir boyuta gelmektedir. Dijital devrimin kötü sağlık, öğrenme ve güvenlik sonuçlarına (obezite, depresyon, risk alma) giden yollar olarak gelişim boyunca (bebeklikten yetişkinliğe) uyku ve sirkadiyen ritimleri nasıl değiştirdiğini aydınlatmak için daha fazla araştırmaya ihtiyaç vardır (LeBourgeois vd., 2017).

Dijital oyunlara maruz kalmak, çocukların uykusunu olumsuz etkilemektedir. Medya

tüketiminin çocukların uykusu, öğrenmesi ve hafızası üzerindeki etkisinin olumsuz olduğu sözel bilişsel performansı bozduğu bilinmektedir (Dworak vd., 2007). Çocuklarda dijital oyun oynama kaygı ve saldırgan tutumlar gibi ruh sağlığı sorunlarına ve depresyon gibi kas-iskelet sistemi sorunları, gözlerde kuruluk, ağrı ve kızarıklık gibi fiziksel sağlık sorunlarına ve uyku kalitesinde bozulmaya neden olabilmektedir (Mustafaoğlu ve Yasacı, 2018).

Dijital oyunlar, günümüzde çoğu çocuğun hayatında önemli bir yere ve güçlü bir etkiye sahip olmaktadır. Önceki çalışmalara bakıldığında dijital oyun oynamanın çeşitli davranışsal sorunlara yol açabileceğini destekler niteliktedir. Yapılan araştırmaların sonuçlarına göre dijital oyunların aşırı oynandığında anksiyete, depresyon, somatik şikayetler, dikkat eksikliği, hiperaktivite, asosyallik, aile ve çevreleri ile etkileşim sorunları, bağımlılık gibi birçok psikolojik semptomu sebebiyet verebileceği görülmüştür. Bununla birlikte, dijital oyunların uyku düzenleri ve çocuklar üzerindeki bağlantılı psikolojik etkileri arasındaki ilişki hakkında yeterli bilgi yok denecek kadar azdır. Bu çalışmanın amacı, dijital oyun oynama alışkanlıklarının çocuklarda uyku bozukluklarıyla ilişkisini incelemektir.

2. Yöntem

2.1. Araştırmanın modeli

Araştırmada yöntem olarak ilişkisel tarama modelinden faydalanılmıştır. Bir araştırma geçmişteki ya da halen mevcut bir olayı var olduğu şekliyle betimlemeye yönelikse “tarama” modellerinden yararlanır (İslamoğlu, 2003). Tarama modellerinden olan ilişkisel tarama modelleri; iki ya da daha fazla sayıda değişken arasındaki birlikte değişimin varlığı ve/veya derecesi belirlenmeye çalışılır. İlişkisel tarama, korelasyon türü ilişki ve karşılaştırma yolu ile elde edilen ilişki olmak üzere iki türlü yapılır (Karasar, 1999).

2.2. Araştırmanın evreni ve örnekleme

Araştırmanın evreni İstanbul Anadolu ve Avrupa yakasındaki psikiyatri kliniklere başvuran bireylerden oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise İstanbul Anadolu ve Avrupa yakasındaki psikiyatri kliniklere başvuran uyku bozukluğu tanısı konan 86 çocukları uyku bozukluğu tanısı olan ve 45 uyku bozukluğu tanısı olmayan gönüllü olan ebeveynlerini kapsamaktadır. Gönüllülük esas alınması ve hasta yakınlarına ulaşılabilirlik açısından kolayda

örnekleme tercih edilmiştir. Kolayda örnekleme, insanların araştırmacılar için "uygun" veri kaynakları oldukları için örneklendiği bir olasılıksız örnekleme türüdür (Lavraks, 2008). Genellikle seçkisiz örnekleme, tamamen şansa dayanan örnekleme ilgili elemanların seçimi için evrendeki her bir elemanı belirlemeyi ve evreni tanımlamayı kapsamaktadır (Karasar, 1999). Araştırmaya dahil edilme kriterleri ölçekler sonucunda ve psikiyatri kliniğine başvuran uyku bozukluğu tanılı çocuklar olarak alınmıştır.

2.3. Veri toplama araçları

Sosyodemografik veri formu: Gönüllü olan katılımcıların sosyodemografik özelliklerinin (yaş, cinsiyet, vb.) sorgulanması amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilen standardize bir formdan oluşur. Ayrıca katılımcının psikiyatrik bozukluk varlığı, anne-babada psikiyatrik ve fiziksel hastalık varlığı, anne-babanın sağ olma durumu, anne-babanın eğitim durumu, anne-babanın boşanma durumunu sorgulamaya yönelik 20 sorudan oluşmaktadır.

Çocuklar için uyku bozukluğu ölçeği (SDSC): SDSC, klinik ve klinik olmayan popülasyonlardaki okul çağındaki çocukların uyku bozukluklarını değerlendirmede aracıdır. 26 maddeden oluşmakta, Likert ölçeğine dayanmaktadır. SDSC altı alt ölçekten oluşur (Bruni, Ottaviano, Guidetti, Innocenzi ve Cortesi, 1996):

1. Uykuyu başlatma ve sürdürme bozuklukları (DIMS): Uyku süresi, uyku gecikmesi, isteksizce yatağa gitmek, uykuya dalmakta zorluk, uykuya dalma kaygısı, gece uyanışları, uyanışlardan sonra uykuya dalmakta zorluk
2. Uykuda solunum bozuklukları (SBD): Solunum problemleri, uyku apnesi, horlama
3. Uyarılma bozuklukları (DA): Uyurgezerlik, gece terörü, kabuslar
4. Uyku, uyanıklığa geçiş bozuklukları (SWTD): Hipnik seğirme, ritmik hareket bozuklukları, hipnagogjik halüsinasyonlar, gece hiperkinezi, uykuda konuşma, bruksizm (diş gıcırdatma)
5. Aşırı uyuklama bozuklukları (DOES): Uyanma zorluğu, yorgun uyanma, uyku felci, gündüz uyku hali, uyku atakları, yatak ıslatma
6. Uyku hiperhidrozu (SHY): Gece terlemesi
7. Ebeveynlerin cevaplarına göre, SDSC 26 ila 130 arasında değişen bir toplam puan sağlar. Toplam SDSC puanı > 39'dan fazlası anormal kabul edilir. Çocuklar normal skor (SDSC-) ve anormal anket skoru olanlar (SDSC +) olarak ayrılmıştır.

Dijital oyun oynama alışkanlığı ölçeği: Oyun oynanama alışkanlıklarını değerlendirmede aracıdır. Oyun oynama, oyun tercihleri ve oyun bağımlılığı ile ilgili ölçeğin görünüş ve kapsam geçerliğinden sonra madde havuzu 30 maddeden oluşmuştur. Ölçeğin analizlerinde faktöriyel yapı geçerliği için yakınsama ile ayırt edici, geçerlik için açıcı, geçerlik ve güvenilirlik içinse Cronbach alfa iç tutarlılık ve kompozit güvenilirlik katsayılarına bakılmıştır. Olumlu sonuçlar doğrultusunda Dijital Oyun Oynama Alışkanlığı Ölçeği'nin geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu ifade edilebilir (Aydın, Horzum, Ayas ve Bektaş, 2017).

2.4. Verilerin analizi

Araştırma sonuçları analizi için tanımlayıcı istatistikler kullanıldı. Ortalama \pm standart sapma (SD) ve ortanca (minimum ve maksimum) sırasıyla ve normal olarak dağılmayan değişkenleri tanımlamak için kullanıldı. SDSC + ve SDSC- arasındaki karşılaştırmalar daha sonra Student t testi (normal olarak dağıtılmış değişkenler için) ve Mann-Whitney U testi (normal olarak dağıtılmamış değişkenler için) ile yapıldı. Yüzdeler ki-kare kullanan gruplar arasında karşılaştırıldı. Ayrıca, her bir SDSC alt ölçeğinin puanı ile Dijital Oyun Oynama Alışkanlığı arasındaki korelasyon hesaplandı. Oran oranları (OR) ve %95 güven aralıkları (CI) bağımlı değişken olarak anormal bir SDSC skoru lojistik regresyon analizi kullanılarak hesaplandı. Bağımsız değişken Dijital oyun olarak ele alındı. Model yaş, cinsiyet ve anne eğitim düzeyine göre ayarlanmıştır. Dijital Oyun Oynama ve SDSC arasındaki toplam puanı ve alt ölçek puanlarını karşılaştırmak için varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Çoklu karşılaştırma düzeltilmesi için Bonferroni testi kullanıldı. $P < 0,05$ değeri istatistiksel olarak anlamlı kabul edildi. Tüm analizler SPSS 25.0 paket programı kullanılarak yapıldı.

3. Bulgular

Bu bölümde dijital oyunların çocuklarda uyku bozuklukları ile ilişkisinin incelenmesine ilişkin araştırmada elde edilen sonuçlara yer verilmiştir. Araştırmada 150 katılımcının cinsiyet, yaş, eğitim ve tanı ortalamalarını içeren demografik veriler ve ölçeklerden elde edilen verilerin bulguları aşağıda sunulmuştur.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Çocukların Betimsel Analiz Sonuçları

| Değişkenler | Toplam N = 150 | SDSC- N = 105 | SDSC + N = 45 | p |
|----------------------------------|-------------------|------------------|------------------|------|
| Ortalama yaş ± SD | 11.7 ± 1.5 | 8.0 ± 1.9 | 9.1 ± 2.1 | 0.61 |
| Erkek n(%) | 45(30,0) | 36(80,0) | 9(20,0) | |
| Kız | 105(70,0) | 85(81,0) | 20(19,0) | 0.92 |
| Anne eğitim düzeyi n(%) | 105 | | | |
| İlkokul | 65(43,3) | 27(60,0) | 38(36,2) | |
| Ortaokul | 24(16,0) | 8(17,8) | 16(15,2) | 0.21 |
| Lise | 46 (30,7) | 8(17,8) | 38(36,2) | |
| Üniversite ve üzeri | 15 (10,0) | 2(4,4) | 13(12,4) | |
| Anormal SDSC | 43 | 0 (0) | 63 (94) | 0.08 |
| SDSC puanı, ortalama ± SD | 39.1 ± 9.6 | 32.5 ± 4.5 | 47.9 ± 7.2 | 0.06 |
| Anaokulu veya okula devam, n (%) | 26 (53) | 45 (61) | 18 (42) | 0.03 |

Tablo 1’de araştırmaya dahil olan çocukların sosyo demografik özellikleri incelenmiştir. Araştırmaya katılan 150 çocuğun erkek katılımcı sayısının 45 (%30), kız katılımcı sayısının 105 (%70,0), SDSC - erkek katılımcı sayısı 36 (%80,0), SDSC+ erkek katılımcı sayısı 9 (%20,0), SDSC- kız katılımcı sayısı 85 (%81,0), SDSC+ kız katılımcı sayısı 20(19,0), anne eğitim ilköğretim mezunu katılımcı sayısı 65(43,3), anne eğitim ilköğretim mezunu SDSC - katılımcı sayısı 27(60,0), anne eğitim düzeyi ilköğretim mezunu SDSC+ katılımcı sayısı 38 (36,2), anne eğitim düzeyi ortaokul mezunu katılımcı sayısı 24 (%16,0), anne eğitim düzeyi ortaokul mezunu SDSC- katılımcı sayısı 8 (%17,8), anne eğitim düzeyi ortaokul mezunu SDSC + katılımcı sayısı 16 (%15,2), anne eğitim düzeyi lise mezunu katılımcı sayısı 46 (%30,0), anne eğitim düzeyi lise mezunu SDSC- katılımcı sayısı 8 (%17,8), anne eğitim düzeyi lise mezunu SDSC+ katılımcı sayısı 38 (%36,2), anne eğitim düzeyi üniversite ve üzeri mezunu katılımcı sayısı 15 (%10,0), anne eğitim düzeyi üniversite ve üzeri mezunu SDSC - katılımcı sayısı 2 (%4,4), anne eğitim düzeyi üniversite ve üzeri mezunu SDSC+ katılımcı sayısı 13 (%12,4), anne eğitim düzeyi üniversite ve üzeri mezunu katılımcı sayısı 15 (%10,0) toplam katılımcı yaş ortalaması 11.7, S.S 1,5, SDSC- katılımcı yaş ortalaması 8.0, S.S 1,9, SDSC+ katılımcı yaş ortalaması 9.1, S.S 2 olduğu bulunmuştur. Katılımcıların yaş ortalaması arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır (p> 0.05). Bu bulgu katılımcıların yaş aralıkları benzerdir. Diğer

tarafından anne eğitim düzeyinde ilişki bulunmuştur ($p < 0.05$). Bu sonuç anne eğitim düzeyleri SDSC- ve SDSC+ açısından farklıdır. Öte yandan araştırmaya katılan erkek ve kız çocukları arasında cinsiyet açısından anlamlı bir fark vardır ($p < 0.05$).

Tablo 2. Araştırmaya dahil Olan Çocukların Dijital Oyun Oynama Alışkanlığı Ölçeği Karşılaştırma Sonuçları

| Ölçüm | Maddeler | Toplam N = 150 | SDSC- N = 48 | SDSC + N = 86 | p |
|---|--|-------------------|-----------------|------------------|-------------|
| Dijital Oyun Oynama Alışkanlığı Ölçeği | Dijital oyun oynayanlar, n (%) | 150 | 45(22.80) | 104 (21.30) | 0.49 |
| | Şiddet içeren dijital oyunlar, n (%) | 150 | 45 (16.1048) | 104 (18.9111) | 0.02 |
| | Dijital oyun oynanan saatler, ortanca (minimum-maksimum) | 2.5(0.5-11) | 3.7(8.7-11) | 3.5(4.1-6.5) | 0.08 |
| | Evdeki oyun oynanabilecek | 2.5 ± | 2.4 ± 0.9 | 3.7 ± 0.9 | 0.23 |

Tablo 2’de Dijital Oyun Alışkanlığı Ölçeği sonuçlarını göstermektedir. Dijital oyun oynayan SDSC- ile SDSC+ arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p < .005$). Dijital oyun oynayan SDSC+ ortalaması (Ort. 22.80) SDSC- ortalamasından (Ort.21.30) daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bulgu normal uyku düzeyine sahip çocuklarda dijital oyun daha az oynanmaktadır.

Şiddet içeren dijital oyunlar SDSC- ile SDSC+ arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p < .005$). Şiddet içeren dijital oyunlar oynayan SDSC+ ortalaması (Ort. 18.9111) SDSC- ortalamasından (Ort.16.1048) daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bulgu normal uyku düzeyine sahip (SDSC-) çocuklarda şiddet içeren dijital oyun daha az oynanmaktadır. Diğer deyişle anormal uyku düzeyine sahip çocuklarda şiddet içeren dijital oyun ortalamalı daha yüksektir.

Dijital oyun oynanan minimum ve maksimum saatler SDSC- ile SDSC+ arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p < .005$). Dijital oyun oynanan minimum ve maksimum saatlerin SDSC+ ortalaması (Ort. 8.7-11:00) SDSC- ortalamasından (Ort.4.1-6.5) daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bulgu normal uyku düzeyine sahip (SDSC-) çocuklarda dijital oyun oynanan minimum ve maksimum saatlerin ortalaması daha azdır. Diğer deyişle anormal uyku düzeyine sahip çocuklarda dijital oyun oynanan minimum ve maksimum saatlerin ortalamalı

daha yüksektir.

Evde oyun oynanabilecek dijital cihaz sayısı SDSC- ile SDSC+ arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p < .005$). Evde oyun oynanabilecek dijital oyun sayısı SDSC+ ortalaması (Ort. 3.7) SDSC- ortalamasından (Ort.2.4) daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bulgu normal uyku düzeyine sahip (SDSC-) çocuklarda evde oyun oynanabilecek dijital oyun sayısı ortalaması daha azdır. Bu anormal uyku düzeyine sahip çocuklarda Evde oyun oynanabilecek dijital cihaz sayısı ortalamasının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Çocuğun yatak odasında oyun oynayabileceği cihaz sayısı SDSC- ile SDSC+ arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p < .005$). Evde oyun oynanabilecek dijital oyun sayısı SDSC+ ortalaması (Ort. 35.04) SDSC- ortalamasından (Ort.23.01) daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bulgu normal uyku düzeyine sahip (SDSC-) çocuklarda Çocuğun yatak odasında oyun oynayabileceği cihaz sayısı ortalaması daha azdır. Bu anormal uyku düzeyine sahip çocuklarda çocuğun yatak odasında oyun oynayabileceği cihaz sayısı ortalamasının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Saat 20:00 dan sonra dijital oyun oynayan çocuk sayısı SDSC- ile SDSC+ arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p < .005$). Evde oyun oynanabilecek dijital oyun sayısı SDSC+ çocuk sayısı (n, 55) SDSC- çocuk sayısından (n,19) daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bulgu normal uyku düzeyine sahip (SDSC-) çocuklarda Saat 20:00 dan sonra dijital oyun oynayan çocuk sayısı daha azdır. Bu anormal uyku düzeyine sahip çocuklarda Saat 20:00 dan sonra dijital oyun oynayan çocuk sayısı daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. Dijital Oyun Oynama Alışkanlığı Olan ve Olmayan Çocukların Uyku Bozuklukları ile İlişkisi

| SDSC Ögesi. | Dijital Oyun Oynama | Dijital Oyun Oynamama | p |
|---|---------------------|-----------------------|-------------|
| Uyku süresi | 3.1 ± 0.7 | 9.2 ± 0.7 | 0.09 |
| Uyku gecikmesi | 16.3 ± 0,2 | 11,9 ± 0,9 | 0.03 |
| İsteksizce yatağa gitmek | 4.2 ± 1.2 | 3.5 ± 0.9 | 0.04 |
| Uykuya dalmada zorluk | 5.9 ± 2,4 | 31,6 ± 1,1 | 0,06 |
| Uykuya dalma kaygısı | 14.3 ± 1.2 | 09.3 ± 0.9 | 0.07 |
| Gece uyanışları | 6.9 ± 1.1 | 1.9 ± 1.3 | 0.06 |
| Uyanışlardan sonra uykuya dalmakta zorluk | 4.4 ± 0.4 | 1.4 ± 0.8 | 0.07 |
| Hipnagojik halüsinasyonlar | 6.4 ± 0.2 | 1.3 ± 0.7 | 0.05 |
| Uykuda konuşma | 3.2 ± 1.6 | 0.5 ± 0.9 | 0.04 |
| Kabuslar | 6.0 ± 0.4 | 0.6 ± 0.2 | 0,02 |
| Uyurgezerlik | 3.0 ± 0.3 | 0..6 ± 1.1 | 0.03 |
| Gece terörü | 9.6 ± 1.7 | 1.1 ± 0.5 | 0.03 |

Tablo 3’te Araştırmaya katılan çocukların uyku süresi puan ortalamaları dijital oyun oynayan ve dijital oyun oynamayanlar arasında anlamlı bir farklılık göstermiştir ($p<05$). Dijital oyun oynayan grubun uyku süresi puan ortalaması (Ort. 3.1) dijital oyun oynamayan grubun uyku süresi puan ortalamasından (Ort. 9.2) daha düşük bulunmuştur. Bu bulgu dijital oyun oynayan çocukların uyku süresi dijital oynamayan grubun uyku süresinden daha az olduğunu göstermektedir.

Araştırmaya katılan çocukların uyku gecikmesi puan ortalamaları dijital oyun oynama ve dijital oyun oynamama arasında anlamlı bir farklılık göstermiştir ($p<05$). Dijital oyun oynayan grubun uyku gecikmesi süresi puan ortalaması (Ort.16.3) dijital oyun oynamayan grubunda uyku süresi puan ortalamasından (Ort. 11.9) daha yüksek bulunmuştur. Bu bulgu dijital oyun oynayan çocukların uyku gecikmesi süresi dijital oynamayan grubun uyku süresinden daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Araştırmaya katılan çocukların isteksizce yatağa gitme puan ortalamaları dijital oyun oynama ve dijital oyun oynamama arasında anlamlı bir farklılık göstermiştir ($p<05$). Dijital oyun oynayan grubun isteksizce yatağa gitme süresi puan ortalaması (Ort.4.2) dijital oyun oynamayan grupta isteksizce yatağa gitme puan ortalamasından (Ort. 3.5) daha yüksek bulunmuştur. Bu bulgu dijital oyun oynayan çocukların isteksizce yatağa gitme süresi dijital oyun oynamayan grubun isteksizce yatağa gitme süresinden daha yüksek olduğunu

göstermektedir.

Araştırmaya katılan çocukların uykuya dalma kaygısı puan ortalamaları dijital oyun oynama ve dijital oyun oynamama arasında anlamlı bir farklılık göstermiştir ($p<05$). Dijital oyun oynayan grubun uykuya dalma kaygısı puan ortalaması (Ort.14.3) dijital oyun oynamayan grupta uykuya dalma kaygısı puan ortalamasından (Ort. 09.3) daha yüksek bulunmuştur. Bu bulgu dijital oyun oynayan çocukların uykuya dalma kaygısı dijital oyun oynamayan grubun uykuya dalma kaygısından daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Araştırmaya katılan çocukların gece uyanışları puan ortalamaları dijital oyun oynama ve dijital oyun oynamama arasında anlamlı bir farklılık göstermiştir ($p<05$). Dijital oyun oynayan grubun gece uyanışları puan ortalaması (Ort.6.9) dijital oyun oynamayan grubun gece uyanışları puan ortalamasından (Ort. 1.9) daha yüksek bulunmuştur. Bu bulgu dijital oyun oynayan çocukların gece uyanışları dijital oyun oynamayan grubun gece uyanışlarından daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Araştırmaya katılan çocukların uyanışlardan sonra uykuya dalmada zorluk puan ortalamaları dijital oyun oynama ve dijital oyun oynamama arasında anlamlı bir farklılık göstermiştir ($p<05$). Dijital oyun oynayan grubun gece uyanışları puan ortalaması (Ort.64.4) dijital oyun oynamayan grubun uyanışlardan sonra uykuya dalmada zorluk puan ortalamasından (Ort. 1.4) daha yüksek bulunmuştur. Bu bulgu dijital oyun oynayan çocukların uyanışlardan sonra uykuya dalmada zorluk dijital oyun oynamayan grubun uyanışlardan sonra uykuya dalmada zorluk daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Araştırmaya katılan hipnagogik halüsinasyonlar puan ortalamaları dijital oyun oynama ve dijital oyun oynamama arasında anlamlı bir farklılık göstermiştir ($p<05$). Dijital oyun oynayan grubun hipnagogik halüsinasyonlar puan ortalaması (Ort.64.4) dijital oyun oynamayan grubun hipnagogik halüsinasyonlar puan ortalamasından (Ort. 1.4) daha yüksek bulunmuştur. Bu bulgu dijital oyun oynayan çocukların hipnagogik halüsinasyonlar dijital oyun oynamayan grubun hipnagogik halüsinasyonlardan daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Araştırmaya katılan çocukların uykuda konuşma puan ortalamaları dijital oyun oynama ve dijital oyun oynamama arasında anlamlı bir farklılık göstermiştir ($p<05$). Dijital oyun oynayan grubun uykuda konuşma puan ortalaması (Ort.3.2) dijital oyun oynamayan grubun uykuda konuşma puan ortalamasından (Ort. 0.5) daha yüksek bulunmuştur. Bu bulgu dijital oyun oynayan çocukların uykuda konuşma dijital oyun oynamayan grubun uykuda konuşması daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Araştırmaya katılan çocukların kabuslar puan ortalamaları dijital oyun oynama ve dijital oyun oynamama arasında anlamlı bir farklılık göstermiştir ($p<05$). Dijital oyun oynayan grubun kabuslar puan ortalaması (Ort.6.0) dijital oyun oynamayan grubun kabuslar puan ortalamasından (Ort. 0.6) daha yüksek bulunmuştur. Bu bulgu dijital oyun oynayan çocukların kabuslar dijital oyun oynamayan grubun kabusları daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Araştırmaya katılan çocukların uyurgezerlik puan ortalamaları dijital oyun oynama ve dijital oyun oynamama arasında anlamlı bir farklılık göstermiştir ($p<05$). Dijital oyun oynayan grubun uyurgezerlik puan ortalaması (Ort.3.0) dijital oyun oynamayan grubun uyurgezerlik puan ortalamasından (Ort. 0.2) daha yüksek bulunmuştur. Bu bulgu dijital oyun oynayan çocukların uyurgezerliği dijital oyun oynamayan grubun uyurgezerliğinden daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Araştırmaya katılan çocukların gece terörü puan ortalamaları dijital oyun oynama ve dijital oyun oynamama arasında anlamlı bir farklılık göstermiştir ($p<05$). Dijital oyun oynayan grubun gece terörü puan ortalaması (Ort.9.6) dijital oyun oynamayan grubun gece terörü puan ortalamasından (Ort. 1.1) daha yüksek bulunmuştur. Bu bulgu dijital oyun oynayan çocukların gece teröründen dijital oyun oynamayan grubun gece teröründen daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo. 4. Uyku Bozukluğu ile Dijital Oyun Oynama Alışkanlığı Korelasyon Analiz Sonuçları

| Değişkenler | Dijital oyun oynama alışkanlığı | |
|--|--|--------|
| Uykuyu başlatma ve sürdürme bozuklukları | r | 283** |
| | p | 000 |
| | n | 150 |
| Uykuda solunum bozuklukları | r | ,583** |
| | p | ,000 |
| | n | 149 |
| Uyarılma bozuklukları | r | ,567** |
| | p | ,000 |

| | | |
|-------------------------------------|---|--------|
| | n | 150 |
| Uyku, uyanıklığa geçiş bozuklukları | r | ,510** |
| | p | ,000 |
| | n | 134 |
| Aşırı uyuklama bozuklukları | r | ,833** |
| | p | ,000 |
| | n | 150 |

Tablo 4 incelediğinde dijital oyun oynama alışkanlığı ile uykuyu başlatma ve sürdürme bozuklukları arasında orta düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır ($r;283, p<005$). Bir başka değişle çocukların dijital oyun oynama alışkanlığı arttıkça uykuyu başlatma ve sürdürme sorunları da artmaktadır. Determinasyon katsayısına bakıldığında dijital oyun oynama alışkanlığı çocukların uykuyu başlatma ve sürdürme sorunlarını %08 oranında açıklamaktadır. Araştırmada dijital oyun oynama alışkanlığı ile uykuda solunum sorunları arasında yüksek düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır ($r;583, p<005$). Bir başka değişle çocukların dijital oyun oynama alışkanlığı arttıkça uykuda solunum sorunları da artmaktadır. Determinasyon katsayısına bakıldığında dijital oyun oynama alışkanlığı çocukların uykuda solunum sorunlarını %33 oranında açıklamaktadır.

Araştırmada dijital oyun oynama alışkanlığı ile uykuda uyarılma sorunları arasında yüksek düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır ($r;567, p<005$). Bir başka değişle çocukların dijital oyun oynama alışkanlığı arttıkça uykuda uyarılma sorunları da artmaktadır. Determinasyon katsayısına bakıldığında dijital oyun oynama alışkanlığı çocukların uyarılma sorunlarını %32 oranında açıklamaktadır.

Araştırmada dijital oyun oynama alışkanlığı ile uyku uyanıklığa geçiş sorunları arasında yüksek düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır ($r;510, p<005$). Bir başka değişle çocukların dijital oyun oynama alışkanlığı arttıkça uyku uyanıklığa geçiş sorunları da artmaktadır. Determinasyon katsayısına bakıldığında dijital oyun oynama alışkanlığı çocukların uyku uyanıklığa geçiş sorunlarını %26 oranında açıklamaktadır.

Çocukların dijital oyun oynama alışkanlığı arttıkça uyku uyanıklığa geçiş sorunları da

artmaktadır. Araştırmada dijital oyun oynama alışkanlığı ile aşırı uyarlama sorunları arasında yüksek düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,833$, $p<0,005$). Bir başka değişle çocukların dijital oyun oynama alışkanlığı arttıkça aşırı uyuklama sorunları da artmaktadır. Determinasyon katsayısına bakıldığında dijital oyun oynama alışkanlığı çocukların aşırı uyuklama sorunlarını %69 oranında açıklamaktadır. Çocukların dijital oyun oynama alışkanlığı arttıkça aşırı uyuklama sorunları da artmaktadır.

4. Sonuç ve Tartışma

Günümüzde çocukların dijital ekran ortamına erişimi son on yıl içinde hızlı bir şekilde artmıştır. Sekiz yaşın altındaki çocukların çoğu internet, bilgisayar ve video oyunları ile dolu ortamlarda büyümektedirler. Dijital medya kullanımının küçük çocukların öğrenme, bilişsel gelişim, sosyo-duygusal gelişimi, uyku da dahil olmak üzere fiziksel sağlıkları üzerinde olumsuzlukları bulunmaktadır (Wartella vd., 2019).

Bu araştırmada dijital oyun oynayan çocukların uyku süresi dijital oynamayan grubun uyku süresinden daha az olduğu ve çocukların dijital oyun oynama süresi arttıkça uykuda sorunlarının arttığı görülmüştür. Ek olarak çocukların dijital oyun oynama alışkanlığı arttıkça uykuyu başlatma ve sürdürme sorunları da arttığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlarla paralel olarak Hale ve Guan (2015), sistematik olarak dijital medya ve uyku üzerine yapılan literatür çalışmaları incelemiş, çalışmaların %90'ında çocuklar ve ergenlerin dijital medya kullanımı uyku bozukluğu ile ilişkilendirildiği sonucuna ulaşmıştır. Dijital oyun oynama alışkanlığı birçok araştırmada kötü uyku alışkanlıkları ile ilişkilendirilmiştir (Tzchishinsky ve Lufi, 2008). Hysing ve arkadaşları (2013), yaptıkları araştırmada teknoloji kullanımı ve uyku arasında negatif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Kötü uyku alışkanlıkları dijital medya kullanımını yoğunlaştıran teknolojik devrimle artış göstermeye başlamıştır. Li ve arkadaşları (2007), okul çağındaki Çinli çocuklarda bilgisayar kullanımının uyku / uyanıklık kalıpları, uyku süresi ve uyku bozuklukları ile ilişkisini inceledikleri araştırmada yatak odasında%18.5'unun bilgisayar olduğunu ve yatak odasındaki medya varlığı ve medya kullanımı ile uyku zamanları, uyanma süreleri ve daha kısa bir uyku süresiyle pozitif korelasyon gösterdiğini sonucuna ulaşmışlardır. Twenge ve arkadaşları (2018) ABD'li çocuklar arasında ekran süresinin uyku üzerindeki etkisini incelemiş, 5 yaşına kadar olan ve TV, dijital oyun ile taşınabilir elektronik cihazlarla daha fazla zaman geçiren çocukların daha

az saat uyuduklarını bulmuşlardır.

Bu araştırmaya katılan dijital oyun oynayan çocukların isteksizce yatağa gitme ve uykuya dalma sürelerinin dijital oyun oynamayan grubun isteksizce yatağa gitme ve uykuya dalma sürelerinden daha yüksek olduğu saptanmıştır. Van den Bulck (2004), çocukların odasında dijital medya olması, dijital oyun oynama ile yatma zamanı, yatakta geçirilen zaman, yorgunluk ile ilişkisini araştırdığı çalışmada oyunu oynamanın uyku davranışı ile ilgili olduğunu yapılandırılmadığında olumsuz etkileri olduğunu bulmuştur. Benzer şekilde Higuchi ve arkadaşları (2005), dijital oyun oynamanın uyku gecikmesini arttırabileceğini, uyku süresini ve kalitesini azaltabileceğini bulmuştur. Tazawa ve Okada (2001), yaptıkları araştırmada dijital oyun oynamaya harcanan zaman <1,0 saat ve gün olarak ayarlanmadığında uyku yoksunluğuna sebep olduğunu bulmuşlardır. Ek olarak Lam (2014), dijital oyun bağımlılığının uyku, uykusuzluk ve düşük uyku kalitesi ile ilişkisi olduğunu bulmuştur. Rupert ve Hawi (2017), yaptıkları araştırmada, aşırı dijital oyun oynama ile uyku bozukluğu arasında güçlü bir ilişki olduğunu ve uyku saatlerinde düşüş olduğunu bulmuştur. Soso ve Kuss (2018), yaptıkları araştırmada, dijital oyunlar için ne kadar zaman harcanırsa o kadar yüksek uyku bozukluğu semptomları yaşama şansı olduğunu bulmuşlardır. LeBourgeois ve arkadaşları (2017) yaptıkları araştırmada dijital oyunların yaygın olarak zayıf uyku sağlığına sebebiyet verdiğini bulmuşlardır. Owens ve arkadaşlarının (1999), anaokulundan ilkökul dörde giden 495 çocuğu örneklem aldığı araştırmada çeşitli uyku sorunları tanımlanmıştır. Özellikle yatmadan önce dijital medyaya maruz kalmanın uyku başlangıcındaki gecikme ve dirence neden olduğu, uykuyu olumsuz etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

Bu araştırmada dijital oyun oynayan çocukların hipnagogik halüsinasyonlar, gece terörü, kabuslar ve uykuda konuşma dijital oyun oynamayan grubun hipnagogik halüsinasyonlardan daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu sonuç da daha önce yapılan araştırmalarda bulunan uykudan önce oynanan dijital oyunlar hipnagogik (uykuda dalma) halüsinasyona sebebiyet verip rüyaların içeriğini etkileyebileceği sonuçları ile örtüşmektedir (Stickgold vd., 2000). Carter ve arkadaşları (2016) ise yaptıkları araştırmada, dijital medyanın etkileşimli yapısının çocukların uyku sağlığı üzerinde daha zararlı bir etkiye sahip olduğunu bulmuşlardır. Tai ve arkadaşları (2017), araştırmalarında dijital oyunları fazla oynamak, etkileşimli oyun oynamak ve dijital oyunun içeriğini rüyalar ile önemli ölçüde ilişkilendirmiştir. Paavonen ve arkadaşları (2006) ise 5-6 yaş arası 321 çocuğun ebeveynlerine dijital medyaya maruz kalma, uyku bozuklukları ve psikolojik belirtilerle ilgili anketler uygulamıştır. Aktif medya kullanımı uyku

güçlükleri, uyku-uyanma geçiş bozuklukları ve genel uyku bozuklukları ile ilişkili olduğunu bulunmuştur. Çocuklar, yatak odalarında iken dijital medyaya maruz kaldıklarında gece terörü, kabus, uyurgezerlik, uykuda konuşma sıklığı önemli ölçüde görülmüştür.

Bulgularımızda anormal uyku düzeyine sahip çocuklarda şiddet içeren dijital oyun oynama oranının daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bulguyu destekler nitelikte Ivarsson ve arkadaşları (2013), dijital oyunlar özellikle şiddet içerikli, heyecan verici, dikkat gerektiren oyunların çoğu yaşam ya da ölüm deneyimlerini simüle ettiğini ve yatmadan önce şiddet içeren dijital oyun oynamanın şiddet içermeyen oyunlara kıyasla uyarılmayı arttırdığını, bununla birlikte şiddet içermeyen oyunlarda da uyarılma görüldüğünü ve uyku sorunlarına neden olduğunu bulmuşlardır. Ayrıca Higuchi ve arkadaşları (2005), heyecan verici video oyunu oynamanın kalp atış hızında artış, uykuda gecikme ve azalma ile ilişkili olduğunu bulmuşlardır.

Bu araştırmada dijital oyun oynayan çocukların uyku süresinin daha az olduğu ve çocukların dijital oyun oynama süresi arttıkça uykuda solunum sorunlarının arttığı görülmüştür. Dijital oyun oynayan çocukların isteksizce yatağa gitme ve uykuya dalma sürelerinin uzun olduğu saptanmıştır. Ek olarak dijital oyun oynayan çocuklarda hipnagogik halüsinasyonlar, gece terörü, kabuslar ve uykuda konuşmanın yüksek oranda bulunduğu ve anormal uyku düzeyine sahip çocuklarda şiddet içeren dijital oyun oynama oranının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Elde edilen bulgular doğrultusunda öneriler

Bu çalışmada dijital oyun oynama alışkanlıklarının çocuklarda uyku bozukluklarıyla ilişkisini incelenmiştir. Dijital oyunun çocukluk veya diğer gelişimsel dönemlerde, sirkadiyen ritimler ve uyarılma üzerindeki etkilerini test etmek için iyi kontrol edilen deneysel protokoller önerilmektedir. Böylece dijital oyun ile yetersiz uyku ve diğer sağlık sonuçları arasındaki bağlantıların altında yatan mekanizmalar anlaşılacaktır. Çocukları dijital oyunların uyku üzerindeki olumsuz etkilerinden korumak için, uyku bozukluğu riski daha yüksek olan hassas grubun yanı sıra, ekran kullanımının daha büyük etkisi olan kritik zaman penceresinin belirlenmesi önerilmektedir. Bunun içinde ailelere ve çocuklara dijital oyunlar hakkında medya okur yazarlığı eğitimlerinin verilmesi önem taşımaktadır. Alan yazına bakıldığında dijital oyunların uyku düzenleri ve çocuklar üzerindeki bağlantılı psikolojik etkileri arasındaki ilişki hakkında yeterli bilgi yok denecek kadar azdır. Bu nedenle bu çalışma alana katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda uyku bozuklukları ve dijital oyun oynama ile ilgili çalışmalara

daha çok yer verilmesi önerilir. Ayrıca araştırmanın bulguları yeni çalışmalarla desteklenmesi önerilir.

Kaynakça

- Aktar, S.Ö. (2021), *Ekolojik Yaşam Rehberi*, Yeni İnsan Yayınevi: İstanbul.
- American Academy of Sleep Medicine (2005), *The International Classification of Sleep Disorders: Diagnostic and Coding Manual*, ICSID-2, American Academy of Sleep Medicine: Westchester, IL.
- Arısoy, Ö. (2009), İnternet Bağımlılığı ve Tedavisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 1(1), 55-67.
- Aydın, F., Horzum, M.B, Ayas, T., Bektaş, M. (2017), *Dijital Oyun Oynama Alışkanlığı Ölçeği: Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması*, ERPA International Congresses on Education: Budapest, Hungary.
- Boyden, S.D., Pott, M., Starks, P.T. (2018), An Evolutionary Perspective On Night Terrors. *Evol Med Public Health*, 2018(1), 100-105.
- Bricolo, F., Gentile, D. A., Smelser, R. L., Serpelloni, G. (2007), Use of the Computer and Internet among Italian Families: First National Study. *CyberPsychology & Behavior*, 10(6), 789-798.
- Bruni, O., Ottaviano, S., Guidetti, V., Innocenzi, M., Cortesi, F. (1996), The Sleep Disturbance Scale for Children (SDSC): Construction and Validation of an Instrument to Evaluate Sleep Disturbances in Childhood and Adolescence. *J Sleep Res*, 5, 251-261.
- Bülbül, S., Kurt, G., Ünlü, E., Kırılı, E. (2010), Adolesanlarda Uyku Sorunları ve Etkileyen Faktörler. *Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Dergisi*, 53(3), 204-210.
- Carter, B., Rees, P., Hale, L., Bhattacharjee, D., Paradkar, M.S. (2016), Association Between Portable Screen-Based Media Device Access or Use and Sleep Outcomes: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Journal of American Medical Association Pediatrics*, 170, 1202-1208.
- Common Sense Media (2017), *The Common Sense Census: Zero to Eight: Media Use By Kids Zero to Eight*, Common Sense: San Francisco, CA.
- Doliopoulou, E., Rizou, C. (2012), Greek Kindergarten Teachers And Parents Views About Changes In Play Since Their Own Childhood. *European Early Childhood Education Research Journal*, 20 (1), 133-147.

- Dworak, M., Schierl, T., Bruns, T., Strüder, H.K. (2007), Impact Of Singular Excessive Computer Game and Television Exposure On Sleep Patterns And Memory Performance Of School-Aged Children. *Pediatrics*, 120 (5), 978-985.
- Griffiths, M., Wood, R.T.A. (2000), Risk Factors in Adolescence: The Case of Gambling, Videogame Playing, and the Internet. *Journal of Gambling Studies*, 16(2/3), 199-225.
- Gürhopur, F.D.T., Dalgıç, A.İ. (2019), *Çocuklarda İnternet Bağımlılığının Çocuğun Uyku Bozukluğu Üzerine Etkisinin İncelenmesi: Randomize Kontrollü Çalışmaların Sistemik Derlemesi*. X. Uluslararası Eğitimde Araştırmalar Kongresi, 103.
- Hale, L., Guan, S. (2015), Screen Time and Sleep Among School-Aged Children and Adolescents: A Systematic Literature Review. *Sleep Med Rev*, 21, 50-58.
- Hall, A. S., Parsons, J. (2001), Internet Addiction: College Student Case Study Using Best Practices in Cognitive Behavior Therapy. *Journal of Mental Health Counselling*, 23, 312-327.
- Higuchi, S., Motohashi, Y., Liu, Y., Maeda, A. (2005), Effects of Playing a Computer Game Using A Bright Display On Presleep Physiological Variables, Sleep Latency, Slow Wave Sleep And REM Sleep. *J Sleep Res*, 14, 267-273.
- Hysing, M., Pallesen, S., Stormark, K.M., Jakobsen, R., Lundervold, A.J., Siversten, B. (2013), Sleep and Use of Electronic Devices in Adolescence: Results From a Large Population-Based Study. *J Sleep Res*, 22, 549-556.
- Ivarsson, M., Anderson, M., Akerstedt, T., Lindblad, F. (2013), The Effect Of Violent and Nonviolent Video Games on Heart Rate Variability, Sleep, and Emotions in Adolescents With Different Violent Gaming Habits. *Psychosom Med*, 75(4), 390-396.
- İslamoğlu, H.A. (2003), *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Beta Yayınları: İstanbul.
- Karasar, N. (1999), *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Nobel Yayın Dağıtım: Ankara.
- Kerr, A. (2006), *The Business and Culture Of Digital Games: Game Work and Game Play*, Sage Publications: London.
- Khoo, A., Chen, V. H. H., Hyekyung, C. (2015), Effects of Digital Gaming Among Children and Adolescents in Singapore: A Summary of Research Findings (pp.129-144). In Tzu-Bin, L., Victor, C., Ching SC (Eds.), *New Media and Learning in the 21st Century*, New York City: Springer.
- Kim Y, Smith D. (2017), Pedagogical and Technological Augmentation of Mobile Learning for Young Children Interactive Learning Environments. *Interactive Learning Environments*, 25(1), 4-16.
- Lam, L.T. (2014), Internet Gaming Addiction, Problematic Use Of The İnternet, and Sleep Problems: A Systematic Review. *Curr Psychiatry Rep*, 16, 444.

- Lavraks, P.J. (2008), *Encyclopedia of Survey Research Methods*, SAGE Publications: New York, ABD.
- LeBourgeois, M.K., Hale, L., Chang, A.M., Akacem, L.D., Montgomery-Downs, H.E., Buxton, O.M. (2017), Digital Media and Sleep in Childhood and Adolescence. *Pediatrics*, 140(2), 92.
- Li. S., Jin, X., Wu, S., Jiang, F., Yan, C., Shen, X. (2007), The Impact Of Media Use On Sleep Patterns and Sleep Disorders Among School-Aged Children in China. *Sleep*, 30(3), 361-367.
- Lissak, G. (2018), Adverse Physiological And Psychological Effects of Screen Time on Children and Adolescents: Literature Review and Case Study. *Environmental Research*, 164, 149-157.
- Mustafaoğlu, R., Yasacı, Z. (2018), Dijital Oyun Oynamanın Çocukların Ruhsal ve Fiziksel Sağlığı Üzerine Olumsuz Etkileri. *Bağımlılık Dergisi*, 19(3), 51-58.
- Owens, J., Maxim, R., McGuinn, M., Nobile, C., Msall, M., Alario, A. (1999), Television Viewing Habits and Sleep Disturbance In School Children. *Pediatrics*, 104, e27.
- Paavonen, E.J., Pennonen, M., Roine, M., Valkonen, S., Lahikainen, A.R. (2006), TV Exposure Associated With Sleep Disturbances In 5- To 6-Year-Old Children. *J Sleep Res*, 15, 154-161.
- Rosen, L. D., Lim, A., Felt, J., Carrier, L. M., Cheever, N. A., Lara-Ruiz, J., Rökkum, J. (2014), Media and Technology Use Predicts Ill-Being Among Children, Preteens and Teenagers Independent of the Negative Health Impacts of Exercise and Eating Habits. *Computers in Human Behavior*, 35, 364-375.
- Rupert, M.S., Hawi, N.S. (2017), Analysis Using Spectral Clustering to Predict Internet Gaming Behaviours. *IDEAS*, 1-5.
- Schenck, C.H., Mahowald, M.W. (2002), REM Sleep Behavior Disorder: Clinical, Developmental, and Neuroscience Perspectives 16 Years After Its Formal Identification in Sleep. *Sleep*, 25(2), 120-138.
- Short, M. A., Blunden, S., Rigney, G., Matricciani, L., Coussens, S., M. Reynolds, C., Galland, B. (2018), Cognition And Objectively Measured Sleep Duration in Children: A Systematic Review And Meta-Analysis. *Sleep Health*, 4(3), 292-300.
- Singh, S., Kaur, H., Singh, S., Khawaja, I. (2018), Parasomnias: A Comprehensive Review. *Cureus*, 10(12), e3807.
- Sosso, F.A.E., Kuss, D.J. (2018), Insomnia and problematic Gaming: A Study In 9 Low- And Middle-Income Countries. *Scientific Reports*, <https://doi.org/10.1101/451724>.

Stickgold, R., Malia, A., Maguire, D., Roddenberry, D., O'Connor, M. (2000), Replaying The Game: Hypnagogic Images In Normals and Amnesics. *Science*, 290(5490), 350-353.

Tai, M., Mastin, D.F., Peszka, J. (2017), The relationship Between Video Game Use, Game Genre, and Lucid/Control Dreaming. *Sleep*, 40(1), A271.

Tazawa, Y., Okada, K. (2001), Physical Signs Associated With Excessive Television-Game Playing and Sleep Deprivation. *Pediatr Int*, 43, 647-650.

Twenge, J. M., Hisler, G. C. (2018), Associations Between Screen Time and Sleep Duration Are Primarily Driven By Portable Electronic Devices: Evidence From A Population-Based Study of U.S. Children Ages 0 To 17. *Sleep Medicine*, <https://doi:10.1016/j.sleep.2018.11.009>.

Tzchishinsky, O., Lufi, D., Shochat, T. (2008), Reliability of The Children's Sleep Habits Questionnaire Hebrew Translation and Cross Cultural Comparison of the Psychometric Properties. *Sleep Diagnosis and Therapy*, 3(3), 30-35.

Van den Bulck, J. (2004), Television Viewing, Computer Game Playing, and Internet Use And Self-Reported Time to Bed And Time out of Bed in Secondary-School Children. *Sleep*, 27(1), 101-104.

Wartella, E.A, Lovato, S.B., Pila, S., Lauricella, A.R., Echevarria, R., Evans, J., Hightower, B. (2019), Digital Media Use By Young Children: Learning, Effects and Health Outcomes. In Beresin EV, Olson CK (Eds.), *Child and Adolescent Psychiatry and The Media*, Elsevier: St. Louis, Missouri.

WHO (2019), *Guidelines On Physical Activity, Sedentary Behaviour And Sleep for Children Under 5 Years of Age*, World Health Organization: Switzerland.

MEVZUAT VE KALKINMA PLANLARI ÇERÇEVESİNDE TEKNOKENT-HUKUK İLİŞKİSİ¹

Sultan TÜTMEZ*

Öz:

Bilim ve teknoloji üretiminde Teknoloji Geliştirme Bölgeleri'ne önemli işlevler yüklenmektedir. Ulusal kalkınma ve uluslararası rekabet yönleri, bu merkezlerin çalışmalarının hukuksal yapı içinde tanımlanmasını zorunlu hale getirmektedir. Bu çalışma, teknokent-hukuk ilişkisini mevzuat ve kalkınma planları çerçevesinde değerlendirmektedir. Anayasa ve ilgili mali mevzuat başta olmak üzere teknokentle bağlantılı hukuksal zemin ortaya konulmuştur. Kalkınma planlarının Ar-Ge ve teknokent faaliyetleriyle ilişkili yönleri tarihsel bakış açısıyla değerlendirilmiştir. Ulusal ve ulus ötesi boyutlarıyla hukuki yapı tartışılmış, mevcut durum ve eksiklikler ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Teknokent, Endüstri 4.0, Hukuk, Kalkınma Planları

Jel Kodları: K34, O32

¹ Bu çalışma, "Vergi Hukuku Yönüyle Teknokent Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi (Marmara Üniversitesi, SBE-Mali Hukuk ABD, 21.12.2020)", başlıklı Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir. Yazar, değerlendirme ve önerileri için Dr. Başar Soydan'a (Marmara Üniversitesi) teşekkür eder.

* MSc, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mali Hukuk ABD, İstanbul Türkiye, sultan.babik@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8648-5181

Makale gönderim tarihi: 22.03.2021

Makale kabul tarihi: 02.08.2021

Künye Bilgisi: Tütmez, S. (2021), "Mevzuat ve Kalkınma Planları Çerçevesinde Teknokent-Hukuk İlişkisi", *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 154-173.

Technopole-Law Relationship within the Frame of Regulations and Development Plans

Abstract

Technology Development Zones take on important functions in the production of science and technology. National development and international competition aspects make it necessary to express the studies of these centres in legal structure. This study appraises the relationships between technopole and law within the frame of the regulations and the development plans. The constitution and the associated fiscal regulations being in the first place, legal basis related with technopoles have been revealed. The associated directions of the development plans with technopoles activities have also been assessed based on a historical background. Legal basis has been discussed on national and international bound; the current situation and shortcomings presented.

Keywords: Technopole, Industry 4.0, Law, Development Plans.

JEL Codes: K34, O32

1. Giriş

Birikimli gelişme sürecine sahip bilimsel ve teknik bilginin tanımlanması ve açıklanması, bilim tarihinin esasını oluşturur. Endüstri devrimi ve İkinci Dünya Savaşı'nı izleyen süreçte, askeri alanın öncüllük ettiği araştırma ve geliştirmeye dayalı teknolojiler, son elli yılda otomasyon ve bilgisayar sistemleriyle birlikte uluslararası dengeleri de belirleyen öneme sahip olmuştur (McClellan ve Dorn, 2015: 15). Son yüzyılda teknolojik atılımda Japonya ile birlikte öne çıkan Almanya ile karakterize olan otomasyon ve endüstriyel teknoloji, yakın dönemde Endüstri 4.0 başlığı altında bilişim merkezli içeriğe sahip olarak yeni bir aşamaya geçmiştir. Araştırma ve geliştirmeye (Ar-Ge) dayalı olarak nitelikli ve katma değere sahip ürünlere odaklı yeni teknolojiler özellikle Çin, Güney Kore ve ABD'nin öncülük ettiği iletişim teknolojileri ile birlikte günümüzde kamu-özel sektör işbirliğini zorunlu hale getiren bir zemin üzerine oturmaktadır (Pascual vd. 2019: 6).

Özellikle mobil telefon gibi iletişim teknolojilerinin gösterdiği, yakın dönemde de Covid-19 salgınıyla görüldüğü gibi nitelikli bilimsel ve teknolojik geliştirmeler büyük ölçüde yaratıcılığı ön planda tutan farklılaşmış laboratuvar ve araştırma merkezlerinde yapılmaktadır. Üniversite ve ileri teknoloji enstitüleri bünyelerinde kurulan Ar-Ge'ye dayalı bilim ve teknoloji merkezlerinin önemi, yapısal ve niteliksel farklılık arayışının sonucu olarak belirtilebilir. Özel sektörün yanı sıra özellikle kamuda yer alan paydaşlarla ortak çalışmalar yoluyla bilgi, ürün, süreç ve sistem geliştirilmesini hedefleyen teknokent (teknopark) yapısı da, niteliksel sıçramanın zemini olarak (yaratıcılık, kolektif üretim) üniversite ve ileri teknoloji enstitüleri bünyesinde zemin kazanmıştır (Bayzin ve Şengür, 2019:300). Teknoloji Geliştirme Bölgesi (TGB) olarak ifade edilebilen bu bölgeler ülkeler için stratejik hedeflerin parçası olarak işlev yüklenmektedir (Cansız ve Özbaylanlı, 2017:132).

Teknolojiye dayalı araştırmaların ülkeler için stratejik yönü ve planlamaya dayalı araştırma yapmanın gerekliliği, bu faaliyetlerin hukuksal zemine oturtulmasını zorunlu hale getirmektedir. Kaynakların etkin ve verimli kullanılması yanında kamusal destek mekanizmalarının oluşturulması zorunluluğunun sonucu olarak Ticaret Kanunu ve Vergi Hukuku başta olmak üzere Anayasa Hukukundan Yükseköğretim Kanunu'na kadar geniş bir çerçevede mevzuat şekillenmesi söz konusudur.

Bu çalışmanın iki temel motivasyonundan ilki, genel yönleriyle teknokent-hukuk ilişkisinin değerlendirilmesidir. Teknokentleri hukuksal bağlamda değerlendiren bazı çalışmalar

literatürde yer almaktadır. Teknoloji serbest bölgelerinde uygulanan istisna, muafiyet ve desteklerin gelir ve kurumlar vergisi ile ilişkisi ele alınmıştır (Aktaş, 2014:63). Yatırım ve vergi teşvik politikasının hukuki çerçevesinin değerlendirildiği bütünsel bir çalışmada bu politikaların tarihsel seyri ve anayasal dayanakları yanında uluslararası sınırları da tartışılmıştır (Ateş, 2017:33). Yakın dönem çalışmasında teknokentlerle ilgili düzenlemeler özetlenerek öne çıkan olanaklar değerlendirilmiştir (Dursun ve Akan, 2018:43).

Hukuksal boyuta ek olarak Ar-Ge ve benzeri çalışmaların kalkınmaya dolaylı etkileri dolayısıyla ülkelerin dönemsel makro hedefleri içinde bu merkezlere yer vererek değerlendirmeler yaptıkları görülmektedir. Buradan hareketle, beş yıllık kalkınma planları çerçevesinde teknokentlere yüklenen büyüme parametresi işlevinin tartışılması bu çalışmanın ikinci motivasyonunu oluşturmaktadır. Teknokent-Kalkınma Planları bağlamında bazı değerlendirmeler literatürde yer almaktadır. Ülkemiz bilim ve teknoloji politikalarıyla kalkınmaya dayalı iktisadi hedefler arasında tarihsel ilişki kurulmuştur (Yücel, 2006:158). Teknoloji politikalarının gelişiminin özetlendiği bir yakın dönem çalışmasında, kalkınma planlarına yansıyan amaç ve hedefler teknoloji politikaları ile bir arada ele alınmıştır Bayraktutan ve Bıdırdı (2015: 37).

Gerek hukuk gerekse de kalkınma politikası bakımından mevzuattaki konumlanışın değerlendirilmesi bu makalenin konusunu oluşturmaktadır. Bu yolla iki farklı eksen üzerinden yaklaşarak bütünsel bir analiz yapılması amaçlanmaktadır.

Bu çalışmanın ikinci bölümünde, bilim ve teknoloji yönüyle teknokentler değerlendirilmektedir. Üçüncü bölümde Türk hukuk sisteminde teknokentlerin yeri tartışılmaktadır. Kalkınma planları ekseninde teknokentler bu makalenin dördüncü bölümünü oluşturmaktadır. Yazının son bölümünde sonuçlara ve değerlendirmelere yer verilmiştir.

2. Teknokentler ve Tarihsel Arka Plan

Teknokentler, üniversite endüstri bütünleşmesinin özgün alanlarıdır. Yapısal olarak bakıldığında yönetici şirket aracılığıyla kurulan bu merkezler; farklı ölçek ve nitelikte, Ar-Ge çalışmaları yapmak üzere organize olmuş girişimcilerin bileşimi olarak işlev kazanmaktadır.

2.1. Endüstri 4.0 ve Dünyadaki Gelişim

Tarihsel gelişim süreci ekseninde teknoloji bölgeleri, sanayileşme ihtiyacı ve uluslararası

rekabetin düzeyiyle ilişkili olarak öne çıkmaktadır. İkinci Dünya Savaşı'nı takiben hızlı endüstrileşmeye öncelikli giren ABD'nin geleneksel teknolojilere (özellikle fosil yakıtlara bağlı ağır sanayi) alternatif olarak bilgi teknolojilerine yoğunlaşması, Silikon Vadisi'nin 1951 yılında kurulmasına zemin oluşturmuştur. ABD'deki Stanford Üniversitesi'ni takiben Fransa'da (Sophia Antipolis) ve İngiltere'de (Heriot-Watt ve Cambridge) teknokentler kurulmuştur. Yakın dönemde Avrupa ve ABD'ye ek olarak Hindistan, Singapur, Çin ve Güney Kore gibi ülkelerde yer alan teknokentler özellikle bilgisayar, yazılım ve mobil telefon teknolojileriyle öne çıkmaktadır (Gilchrist, 2016: 143).

Kuluçka merkezleriyle birlikte dünyada 4000'in üzerinde kurulu teknokent bulunmaktadır. Bu merkezlerin %70'i kamusal yatırımlar aracılığıyla ve %73'ü arsa kiralararak kurulmuştur. Tablo 1'de görüldüğü gibi küresel ölçekte kurulu teknokentlerde yer alan şirketlerin öncelikli çalışma alanları bilişim teknolojileri, biyoteknoloji ve elektroniklerdir (ODTÜ, 2020).

Tablo 1: Dünya Teknokentlerinin Sektörel Öncelikleri

| SEKTÖR | YÜZDELİK DİLİM |
|-----------------------|----------------|
| Bilişim Teknolojileri | 26 |
| Biyoteknoloji | 20 |
| Elektronik | 19 |
| Çevre | 8 |
| İleri Malzeme | 6 |
| Kimya | 5 |
| Tarım | 9 |
| Diğer Sektörler | 7 |

Kaynak: ODTÜ Teknokent, Rakamlarla Dünyadaki Teknokentler, <https://odtuteknokent.com.tr/tr/hakkinda/rakamlarla-dunyadaki-teknokentler> (Erişim Tarihi:01.03.2021).

Almanya merkezli olarak ortaya çıkan ve yaygınlaşan 4. Endüstri Devrimi (Industry 4.0), endüstri ile teknolojiyi bir arada ele alan ve üretim sektöründe bilgi teknolojilerinin

kullanımını önceleyen bir strateji olarak değer kazanmaktadır. Bu stratejik perspektiften hareketle, teknokent faaliyetleri çerçevesinde endüstriyel otomasyon, bilgi teknolojileri (yapay zeka) ve robotik disiplinlerini bir arada ele almak uygun görünmektedir. Ayrıca nanoteknoloji, enerji depolama ve biyoteknoloji öncelikli alanlar durumundadır (UNIDO, 2016:6). Nitekim mobil bilgi teknolojilerinde öne çıkan Güney Kore ve Çin'e ek olarak özellikle üretim ve montaj sektöründe Japonya, otomasyon ve kontrol teknolojilerinde de güçlü olan Asya ülkeleri olarak belirtilebilir. Bu ülkelerdeki gelişimin küresel ölçekteki rakipleri, bilgi ve ağ teknolojileri yönüyle ABD ve Kanada iken özellikle otomasyon ve kontrol teknolojileriyle Almanya, İsviçre ve İsveç gibi Avrupa ülkeleridir. Endüstri 4.0 paradigması çerçevesinde hedefler koyan ve bunu gerçekleştiren ülkelerin araştırma üniversiteleri ve ileri teknoloji enstitüleri yoluyla Ar-Ge faaliyetlerini sanayi ile bir arada yürüttükleri görülmektedir. Teknokent ve benzeri bu oluşumlar, uygulamalı bilgi ve teknolojinin yaratıcılık ve girişimcilikle öncelendiği ve kamu desteğinin esas olduğu merkezlerdir (Mavilia vd. 2014: 52).

2.2. Türkiye’de Teknokentlerin Gelişimi

Türkiye’nin bilim ve teknoloji politikalarının dünyadaki gelişime uyum sağlayarak Ar-Ge faaliyetlerini öncelemesi geçen yüzyılın son çeyreğinde hız kazanmıştır. Teknokentlerin kurulum sürecini tetikleyen Ar-Ge’ye dayalı bilim ve teknoloji politikaları, İTÜ teknoparkını takiben İzmir ve ODTÜ teknokentleriyle somut araştırma alanlarına kavuşmuştur. Bu döneme denk düşen hukuksal gelişimin sonucu olarak 2001 yılında Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu yürürlüğe girmiştir (Cansız, 2017: 38).

2020 yılı itibarıyla tamamlanmış ve altyapı faaliyetleri devam eden toplam 85 teknokent bulunmakta olup bu teknokentlerde kurulu firma sayısı 5.600’e ulaşmıştır. Ülkemiz teknokentlerinin ürettiği satış geliri 90 milyar TL olarak rapor edilmekte olup tamamlanmış proje sayısı 35.000 düzeyindedir (STB, 2020). Tablo 2 teknokentlerde görev yapan personelin görev ve nitelik dağılımını göstermektedir. Çalışanların büyük bölümü Ar-Ge personeli niteliğine sahiptir.

Tablo 2: Teknokent Personelinin Niteliksel Yapısı

| Görev Kapsamı | Personel |
|---------------|---------------|
| Ar-Ge | 46.882 |
| Tasarım | 788 |
| Destek | 3.618 |
| Kapsam Dışı | 6.425 |
| Toplam | 57.713 |

Kaynak: Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Ar-Ge Teşvikleri Genel Müdürlüğü, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri, https://www.sanayi.gov.tr/assets/pdf/istatistik/TGB_%C5%9EUBAT_2020_%C4%B0statistiki_Bilgiler_02.03.2020.pdf (Erişim Tarihi:01.03.2021).

Ülkemizdeki teknokentlerin gelişimi bir yönüyle dünyadaki eğilime paralellik taşısa da gerek kapasite ve gerek ulusal ihtiyaçların sonucu olarak sektörel önceliklerde bir miktar farklılık gözlemlenmektedir. 2020 yılı verilerini özetleyen Tablo 3, ülkemiz teknoloji geliştirme alanlarında bilgisayar programlamanın öncelikli araştırma başlığı olduğunu göstermektedir. Elektronik ve biyoteknoloji sektörlerinde dünya ortalamasının çok altında kalan Türkiye, çevre teknolojileri boyutuyla da oldukça geri kalmıştır. Öte yandan, savunma sanayi araştırmalarının da dâhil edilebileceği bölgesel ve özel çalışma başlıklarının %30'un üzerinde orana sahip olması dünyadaki genel eğilimden farklılaşmaya işaret etmektedir.

3. Teknokentlerin Hukuksal Çerçevesi

Ulusal ölçekte Ar-Ge mevzuatının oluşturulması, teknokentlerin de hukuki düzenlemelere ve gerekliliklere sahip olması sonucunu doğurmuştur. Teknoloji bölgelerinde üretilen ürünlerin ulusal ve uluslararası niteliği gerek rekabet ve gerekse de yerel ihtiyaçlar boyutlarıyla çok yönlü hukuksal zeminin oluşmasına kaynaklık etmiştir. Nitekim ekonomik ilişkilerin bir parçası olarak teknokent faaliyetlerinin hukuksal sınırlar içerisinde düzenlenmesi bilim ve teknolojideki gelişmelerin ve çok yönlü ilişkilerin bir sonucudur.

Tablo 3: Türkiye Teknokentlerinin Sektörel Öncelikleri

| SEKTÖR | % |
|--|-------|
| Bilgisayar Programlama | 43.23 |
| Doğa Bilimleri ve Mühendislik | 7.07 |
| Bilgisayar Danışmanlık | 3.31 |
| Biyoteknoloji ve Deneysel Geliştirme | 3.11 |
| İmalat ve Sanayide Mühendislik Çözümleri | 1.73 |
| Mühendislik Danışmanlık | 1.69 |
| Bilgisayar, Yazılım ve Çevre Birimleri | 1.51 |
| Baklagil Tarımı | 1.49 |
| Enerji Projeleri Mühendislik/Danışmanlık | 1.47 |
| Diğer Bilgi Teknolojileri | 1.47 |
| Özel Amaçlı Makine İmalatı | 1.11 |
| Diğerleri | 31.85 |

Kaynak: Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Ar-Ge Teşvikleri Genel Müdürlüğü, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri, https://www.sanayi.gov.tr/assets/pdf/istatistik/TGB_%C5%9EUBAT_2020_%C4%B0statistiki_Bilgiler_02.03.2020.pdf (Erişim Tarihi:01.03.2021).

3.1. Hukuksal ve Anayasal Dayanaklar

Girişimcilik, özellikle kapitalist piyasa ekonomisinin gözde kavramlarından biri olarak Ar-Ge faaliyetleriyle bağlantılı olarak işlev kazanmaktadır. Türk Hukuk mevzuatında, bu kavramın arka planının dolaylı olarak 1982 Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'na dayandığı belirtilebilir. Nitekim 1982 Anayasası'nda, çalışma ve girişim hürriyeti sosyal-ekonomik haklar ve ödevler bölümünde düzenlenmiştir. Bu bölümde, özel teşebbüs kurma serbestliğinin yanı sıra özel girişimcinin devlet tarafından desteklenmesi gerekliliği de vurgulanmıştır. Özellikle kamusal desteğin, ulusal ekonomik yapıyı bozmadan ve toplumsal ihtiyaçlar göz önünde bulundurularak sağlanacağı ifade edilmektedir.

Teknokent ölçeğinde girişimcilerin yatırım, vergi, sermaye desteği gibi yollarla teşvik edilmesi, anayasada yer alan “özel girişimcilerin devletçe desteklenmesi” hükmüne uygunluk taşımaktadır. 1982 Anayasası’nda yer alan “mali ve ekonomik hükümler bölümü” teknokentlerin oluşum ve gelişimine anayasal dayanak sağlamaktadır. Bu bölümde, ekonomik kalkınma yoluyla sanayinin ülke genelinde yaygınlaştırılması ve istihdamın artırılması gibi iktisadi-sosyal amaçların planlı şekilde gerçekleştirilmesi devletin sorumluluğu olarak tanımlanmıştır (Gözler, 2018:206).

Anayasal dayanaklara oturan Ar-Ge’ye dayalı ekonomik hedefler ve bunun bir bölümü olarak girişimcilik Türkiye’nin birçok bölgesinde kurulan teknoloji geliştirme alanlarıyla uygulamaya geçirilmektedir. Bu bölgelerde sağlanan istihdam ve üretilen teknolojik ürünlerin yerel ve ulusal düzeyde oluşturacağı katkının anayasal hedeflerle desteklenen bilim ve teknoloji politikalarıyla uyumlu olduğu değerlendirilebilecektir.

3.2. Uluslararası Hukuk

Küreselleşmenin getirdiği en önemli sonuçlardan biri ekonomik hareketliliğin ülke sınırlarını aşan ulusötesi yönüdür. Ar-Ge çalışmaları boyutuyla bakıldığında teknokent ile ilgili mevzuatın ulusal ölçeği aşarak Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) ve Avrupa Birliği (AB) mevzuatı ile uyumlu hale getirilmesi zorunlu olmaktadır. Nitekim bu örgütlenmelere üyeliği bulunan ülkeler ortak kredi, teşvik ve ticaret düzenlemelerine sahiptir.

Ar-Ge çalışmalarının bir diğer boyutunu, İkinci Dünya Savaşı sonrası yürürlük kazanan Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT) ile uyum oluşturmaktadır. Uluslararası ticaret örgütünün alt yapısını oluşturan GATT Anlaşması, küresel ölçekte ticaretin önünü açarak ortak hükümler oluşturma amacına uygun olarak (ithalatta uygulanan vergileri kaldırmak gibi) yürürlüğe konulmuştur. Türkiye, 1953 yılında GATT’a imza koyarak, gümrük tarifelerinin indirilmesi veya gümrük vergisi alınmaması gibi ortak vergisel sınırlandırmalarına dahil olmuştur.

GATT’ı izleyen önemli ticaret düzenleyicilerinden biri olan DTÖ anlaşması, ticaretin yanı sıra hizmet, tarım ürünleri ve fikri mülkiyeti düzenlemektedir. Türkiye’nin 1995 yılında taraf olduğu DTÖ anlaşması kapsamında, Sübvansiyon ve Telafi Edici Önlemler, Ticaret Teknik Engeller, İthalat Lisanları ve Gümrük Kıymeti Anlaşmaları yer almaktadır. Bütünüyle bakıldığında neoliberal ekonomik bakış açısının ürünü olan DTÖ, küresel düzeyde kalkınma

kavramını büyümeyle bir arada ele almaktadır (Şenses, 2004:2).

Türkiye bilim ve teknoloji politikasının uluslararası hukuk yönünden temas noktalarından birini 1/95 sayılı Ortaklık Konsey Kararı (OKK) doğrultusunda 1996 yılında gerçekleşen Gümrük Birliği (GB) üyeliği oluşturmaktadır. Birlik, üye ülkeler arasında aynı gümrük bölgesi içerisinde mal ve hizmetlerin serbestçe dolaşımının yanı sıra tarife ve eşdeğer vergiden muafiyet koşullarının geçerli olması yoluyla üçüncü ülkelerle yapılan ithalatta aynı ticari politikanın uygulanmasını öngörmektedir (Temiz,2009:120). Teknolojik üretim bakımından, sanayi ve işlenmiş tarım ürünleri öne çıkmaktadır. AB ile müzakerelerin henüz sonuç vermemesi dolayısıyla AB üyesi olmayan Türkiye tek yönlü ve büyük ölçüde aleyhine ticaretin oluşmasıyla karşı karşıya kalmıştır. Ar-Ge ve teknolojik ürün geliştirme yönüyle bakıldığında henüz yeterli etkileşim ve işbirliğinin sağlanamadığı görülmektedir. Teknokent araştırmacılarının serbest dolaşımı ve karşılıklı bilgi paylaşımının yeterli düzeyde gerçekleşmemesi ek hukuksal düzenlemeleri gerektirmektedir.

Dünya Bankası (DB), bilim ve teknoloji politikaları ile ilişkili olarak önemli bir kaynak noktasıdır. Üye ülkelere, taahhütler doğrultusunda ve belirli sürelerle genellikle geri ödemesiz vadeli kredi imkânı sunan bir organizasyondur. DB destekleri; tarım, hayvancılık, endüstriye dayalı Ar-Ge ve yenilik faaliyetleri girişimcilik kredilerinden oluşabilmektedir. Teknokentlerin Ar-Ge ve yeniliğe dayalı girişimci niteliği DB destek ve teşviklerine eklenmesini olanaklı hale getirmektedir. Kısmi DB desteği ile kurulan ODTÜ Tekmer önemli bir örnektir. Bu merkezin kazanımıyla, ODTÜ Teknokent'in kurulmasına zemin oluşturulmuştur.

3.3. Ticaret Kanunu ve Mali Mevzuat

Anayasa ile hukuki zemini oluşturulan teknokentler, uluslararası düzenlemelerin yanında Türk Ticaret Kanunu (TTK), Vergi Kanunları (Kurumlar ve Gelir Vergisi Kanunları gibi), Yüksek Öğretim Kanunu gibi çeşitli hukuk mevzuatıyla da ilişkili olarak işlev kazanmaktadır. Böylece teknokentlerin firma, çalışan, faaliyet gibi bileşenleri açısından çok yönlü hukuk düzenlemeleriyle bir arada ele alınması gerekmektedir.

Teknokent yönetici şirketinin anonim şirket niteliğinde olması, TTK ile doğrudan ilişki oluşmasının temel sebebidir (TTK, 2011). TTK'nin 329'uncu maddesinde yer alan "*sermayede belli bir hissesi olan bir veya birden fazla ortağın bulunması*" gerekliliği

teknokent yönetici şirket niteliğini de tanımlamaktadır. Öte yandan TTK'nın 330'uncu maddesinde özel kanunlar ile kurulan anonim şirketlerin, sadece özel hükümler bakımından kuruluş kanununa bağlı oldukları ifade edilmektedir. Dolayısıyla teknokent yönetici şirketi de 4691 sayılı kanunla kurulan anonim şirket özelliği taşıdığı için özel hükümler dışında TTK'ya bağlı olarak faaliyette bulunmak durumundadır. Teknokent yönetici şirket oluşumunda, bölgenin bulunduğu yerde yer alan bir üniversite veya ileri teknoloji enstitüsü ya da Ar-Ge merkezinin bulunma zorunluluğu özel kanunla kurulumun sonucudur. 4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu kapsamında kurulan yönetici şirketin yanı sıra teknokent bünyesinde faaliyet yürüten girişimci temsilinin de büyük ölçüde şirket yapısında olması TTK ile bağlantıyı sağlamaktadır. Nitekim teknokentte merkezi ya da şubesi bulunan şirketler; kuruluş esasları, bölünme, birleşme, tasfiye gibi ticari bir işletmeyi ilgilendiren iş ve işlemlerini TTK ile uyum içinde gerçekleştirirler.

Vergi hukuku esas olarak kamusal ekonomik ilişkileri düzenleyerek devlet-mükellef dengesini kamu yararı önceliğiyle sağlar. Bu süreç devlet egemenliğinin mali alandaki görünümü olan vergilendirme ilkesine dayanır (Soydan, 2015:247). Teknokent ve benzeri Ar-Ge oluşumları, gerek örgütlenme yapıları ve gerekse de vergisel yükümlülükler yönüyle vergi hukuku ile ilişkilidir. Teknokent yapılanmasının üç temel bileşeni olan yönetici şirket, girişimci ve Ar-Ge personeli vergi mevzuatı ile düzenlenen çalışma ilişkilerine sahiptir. Nitekim, yönetici şirketin anonim şirket biçiminde kurulması bu yönetim organına kurumlar vergisi mükellefiyeti getirmektedir. Teknokentte faaliyette bulunan girişimcilerin (tam ve dar mükellef) faaliyetleri gelir ve kurumlar vergisi bakımından mali mevzuatla ilişkilidir. Teknokent çalışanları ise kazançları bakımından gelir vergisi mükellefiyeti altında faaliyet yürütür. Teknokent yapılanmasının yanı sıra, mal teslimi ve hizmet ifası gibi çalışmalar da mali mevzuatla düzenleme altına alınmıştır. Genel mali hukuk perspektifinden bakıldığında, kurumlar ve gelir vergisi başta olmak üzere katma değer vergisi, gümrük vergisi, damga vergisi ve emlak vergisi, teknokent faaliyetlerini düzenleyen başlıca mali mevzuat alanları olarak belirtilebilir (Tütmez, 2020:43).

3.4. Yükseköğretim Mevzuatı

Bilgi ve teknoloji üretiminin büyük bölümü üniversite ve ileri teknoloji enstitüsü bünyesinde ortaya konulmaktadır. Bilim insanı niteliği taşıyan araştırmacıların görev yaptıkları

kurumlarda döner sermaye faaliyetleri kapsamında ve fakülte laboratuvar alt yapısıyla yürüttükleri çalışmalar uygulamalı endüstriye katkı sağlamaktadır.

Teknokent yönüyle, yükseköğretim kurumlarında görev yapan öğretim elemanlarının şirket kurarak teknokent faaliyetlerine katılımı önemli bir düzeyi temsil etmektedir. Bu araştırmacıların çalışmaları özellikle yazılım ve tasarım etrafında şekillenmekte olup Yükseköğretim mevzuatı kapsamında kurumsal izinler, görevlendirmeler ve kamu teşvikleri yoluyla yaşama geçmektedir (YÖK, 1981)

Üniversitede görev yapan ve teknik bilgiye sahip durumdaki potansiyelin uygulamaya aktarılması, teknokent kurulum hedefiyle uyumludur. Yükseköğretim mevzuatında, üniversitelerde görev yapan öğretim üyesi ve araştırmacılar, 2547 sayılı Kanunun 39'uncu maddesi kapsamında yurt içinde ve yurt dışında geçici olarak görevlendirilebilmektedir. Mevcut görevlendirme yoluyla, faaliyetlerin ilgili üniversite yönetim kurulu onayıyla teknokent kapsamında gerçekleştirilmesi olanaklı olmaktadır. Benzer biçimde ilgili kurul izniyle akademisyenler, yürüttükleri çalışmaları ticarileştirerek teknokente şirket kurma hakkına sahiptir. Aynı zamanda, mevcut şirkete üye olma veya bir şirketin yönetiminde yer alma hakkı da mevzuatta yer almaktadır. Silikon Vadisi örneğine benzer biçimde lisansüstü öğrencilerin tez ve proje yoluyla teknokentlerde uygulamalı çalışmalar yapması son dönemde ülkemizde de sıkça karşılaşılan bir pratiktir.

3.5. Özel Teknokent Mevzuatı

Bilim ve teknolojiadaki hızlı değişim ve Ar-Ge çalışmalarının özgün niteliği, ilerlemeye dayalı teknolojilerin uygulamalı merkezleri olan teknokentlerin özel bir mevzuata sahip olması gerekliliğini ortaya koymuştur. Bu gereksinimden hareketle teknokent faaliyetlerini ve işleyişini düzenlemek üzere 4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu (TGBK) 2001 yılında yürürlüğe girmiştir.

4691 sayılı Kanunla kanun koyucu kurumsal işbirliğini artırmayı, rekabete dayalı teknolojik üretimle kalite ve verimi yükseltmeyi hedeflemektedir (TGBK, 2001). Ulusal bilim ve teknoloji politikaları bakımından da; girişimcilik, ticarileştirme, istihdam ve yeni yatırım hedefleri ön plana alınmaktadır (Temiz Dinç, 2020: 123).

İlgili Kanun, firmaların kamusal olanaklardan yararlanarak teknolojik buluş gerçekleştirmesinin yanı sıra bölgesel kalkınmaya katkısı da sosyal bir hedef olarak ortaya

koymaktadır. Kanunun uygulanmasında düzenleme, koordinasyon ve kontrol yetkisi Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'na verilmiştir. Teknokent kanununda, Ar-Ge merkez veya enstitüleri, girişimci, yönetici şirket, akademik katkı, ürün ve personel tanımları da yapılarak bu merkez faaliyetlerine katılacak personelin asgari nitelikleri de kapsamlı olarak düzenlenmiştir. 4691 sayılı Kanun girişimcilere sağlanan vergisel teşvikleri de ayrıntılı olarak düzenlenmektedir. Bu teşvikler arasında; gelir ve kurumlar vergisi kazanç istisnası ile ücret istisnası yanında katma değer, damga, gümrük ve emlak vergisine yönelik istisna ve muafiyetler yer almaktadır. 3 Şubat 2021 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Daire Kanun ile TGBK'nın çerçevesi ulusal ve uluslar arası gelişmelere paralel olarak değiştirilmiştir. Bu değişikliklerden biri kuluçka merkezlerinin teknokent yerleşkesi dışında da kurulabilmesine imkân tanınmasıdır. Süre ve tanımlamalarda da bazı değişikliklere gidilerek kanunun işlevinin artırılması amaçlanmaktadır

Teknokent özel kanununa ek olarak uygulamaları tanımlamak amacıyla Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Uygulama Yönetmeliği (TGBUY) 2016 yılında çıkarılmıştır. İlgili yönetmelikte; yerleşkenin belirlenmesi ve kuruluş süreci, yönetici şirket oluşumu, yetki ve yükümlülükler, kuluçka merkezleri, teknoloji transfer ofisler ve ilgili vergisel teşvikler düzenlenmiştir.

4. Kalkınma Planları Ekseninde Teknokentler

Ülkemizde 1963 yılından başlayan ve beş yıllık dönemleri kapsayacak şekilde hazırlanan on bir kalkınma planı düzenlenmiştir. Türkiye'nin iktisadi ve toplumsal gelişimini hedefleyen kalkınma planları, koşul ve ihtiyaçlara bağlı olarak dönemsel öncelikleri önceleyerek oluşturulmaktadır. İktisadi ve sosyal gelişmenin birincil dinamiklerinden biri olarak kabul edilebilecek bilim ve teknolojiye dayalı Ar-Ge faaliyetlerine yönelik devlet politikalarının genel çerçevesini ortaya koyulmasında kalkınma planları gösterge olarak ele alınabilecektir. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın yedinci bölümünün "Araştırma" başlıklı kısmında, Türkiye'de teknoloji politikalarının seyrinin belirlenmesi ve işbirliğinin sağlanmasının önemi vurgulanmıştır. Bu bölümde, bilimsel araştırma ve uygulamanın gelişimi ve teşvikinin gerçekleştirilebilmesi amacıyla "Bilimsel ve Teknik Araştırmalar Kurulu" nun oluşturulması gerekliliği ifade edilmiştir. Böylece araştırma faaliyetlerinin kurumsal bir zeminde yürütülmesinin önü açılmıştır. Ayrıca bu planda, araştırma personeli Ar-Ge faaliyetlerinin en

önemli bileşenlerinde biri olarak değerlendirilerek, yurt dışı eğitimleri gibi yollar ile nitelikli araştırmacı personelin desteklenmesi gerekliliğine vurgu yapılmaktadır (DPT, 1963).

İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planında ulusötesi Ar-Ge faaliyetlerinin üniversite ile sınırlı kalmadığı değerlendirilmiştir; işbirliği, eşgüdüm ve teşviğin yanı sıra bilimsel araştırma kapasitesine sahip nitelikli insan gücünü karşılamaya dönük planlama hedeflenmiştir. Gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında Ar-Ge personelinin toplam nüfus içindeki oranının ülkemizde daha düşük olarak gerçekleştiği tespiti yer almaktadır (DPT, 1968). Bu planda yer verilen tespitlerden bir diğeri, ülkemizdeki Ar-Ge harcamalarının GSMH'ya oranının gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında daha düşük olduğu da belirtilmiştir. İkinci beş yıllık plan bütünüyle incelendiğinde, Ar-Ge işgücünün niteliksel ve niceliksel bakımından artırılması ve harcamalara ayrılan kaynakların payının yükseltilmesinin temel vurgular olarak öne çıktığı kaydedilebilecektir.

Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planının, yerli teknolojik ürün üretimini ekonomik gelişmenin esas bileşeni olarak öne çıkarması nedeniyle Ar-Ge faaliyetlerinin niteliksel değişimini hedeflediği görülmektedir (DPT, 1973). Bu ekseninde, üniversite ve araştırma merkezlerinin özel sektörle birlikte bütünsel çalışması ihtiyacı ortaya konulmaktadır.

Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planında teknoloji politikasının çerçevesi; sanayi, yatırım ve istihdamı kapsayacak şekilde oluşturulmuştur. Özellikle, teknolojik ürün üretimi yetersizliğinden yola çıkılarak, kendi teknolojisini üretebilen ve uluslararası rekabet edebilirliği olan sanayinin oluşturulması amacıyla teknolojik Ar-Ge merkezlerinin gelişimi hedeflenmiştir (DPT, 1979). Bu planda Ar-Ge çalışmalarına ayrılan bütçenin yetersizliğine vurgu yapılarak Ar-Ge harcamalarının artırılması zorunluluğunun altı çizilmektedir.

İzleyen Beşinci ve Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planlarında da, bütün üretim sektörlerinde (enerji, tarım, vd.) Ar-Ge faaliyetlerinin temel gelişme dinamiği olarak ele alındığı ve değişen koşullara uyum sağlayacak yeni teknolojilerin üretimi ve gelişiminin öncelendiği görülmektedir. Nitekim Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planında, “bilgi teknolojisine” özel bir başlık altında yer verilmiştir (DPT, 1990). Bilgi teknolojisi kapsamında özellikle bilgisayar donanım ve yazılım sektörüne yoğunlaşılması gerekliliği vurgulanmıştır. Ayrıca dünyadaki gelişimlere paralel olarak Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planında, yeni çalışma başlıkları biyoteknoloji, enformasyon ve mikro elektronik teknoloji üretiminin teşviki ve önceliğinin altı çizilmiştir.

Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planında “bilim ve teknoloji de atılım projesi” kapsamında

bilim ve teknolojiye yönelik Ar-Ge faaliyetlerinin geliştirilmesi temel bir ilke olarak benimsenmiştir. Ar-Ge faaliyetlerinin geliştirilmesi amacıyla kamu ve özel sektörün teşvik edilmesinin yanı sıra AB, ABD ve Japonya başta olmak üzere uluslararası bilimsel ve teknolojik işbirliğinin sağlanmasının önemi vurgulanmıştır. Bu Kalkınma Planını önceki planlardan farklılaştıran önemli yön, Ar-Ge faaliyetlerine yönelik hukuki ve kurumsal düzenlemeler ihtiyacının altını çizmesidir. Nitekim, üniversite personelinin Ar-Ge faaliyetlerine katılımını teşvik amacıyla YÖK mevzuatında değişiklik yapılması önerilmektedir (DPT, 1996).

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planında, teknoloji geliştirme bölgelerinin oluşumuna yönelik kurumsal zeminin oluşturulacağı ilk kez ifade edilmiştir. Bilim ve teknoloji üretimi bakımından Ar-Ge harcamalarının artırılması, gereksinimleri karşılayacak araştırmacı personelin yetiştirilmesi bu planda da öne çıkmaktadır. Ayrıca, üniversite-sanayi işbirliği ekseninde yapılacak hukuki düzenlemelerin, Ar-Ge faaliyetlerinde bulunan şirketleri de kapsamına alması gerekliliğine dikkat çekilmektedir (DPT, 2001).

Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı, doğrudan teknokentlere yönelik düzenlemelere yer verilmesi bakımından önemli görünmektedir. Planda öncelikli olarak teknkontlerin altyapı çalışmalarının tamamlanması ihtiyacı ön plana çıkarılmıştır. Bu ekseninde, bir teknokent bileşeni olarak “Teknoloji Transfer Ofislerinin” kurulmasının altı çizilmiştir. Bu planda genel olarak özel sektörün Ar-Ge faaliyetlerine yöneliminin teşvik edildiği, özellikle teknokent gibi araştırma merkezleri bünyesinde nanoteknoloji, biyoteknoloji, savunma ve uzay teknolojileri gibi alanlarda çalışmalar yürütmenin bir ülke ihtiyacı olduğu vurgusu yapılmaktadır (DPT, 2007).

Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı, dünyadaki ticari ürün yaratma dalgasına paralel olarak “öncelikli teknoloji alanlarında ticarileştirme programı” kapsamının planlamanın içine dahil etmekte ve teknokentlere öncelikli alanlar tanımıyla işlev yüklemektedir. Plan, üniversite ve endüstri işbirliğine dayalı Ar-Ge faaliyetlerinin, teknokent tabanlı bilim ve teknoloji üretiminin koşulu olarak öncelenmektedir (KB, 2013). Bu yönüyle onuncu kalkınma planı, üniversite ve teknoloji enstitülerinin teknokent çalışmalarına doğrudan katılımını makro hedef olarak ifade etmesiyle öne çıkmaktadır.

Bilim ve teknoloji üretimini merkezine alan güncel On Birinci Kalkınma Planında; lisans ve lisansüstü araştırmacı personelin Ar-Ge çalışmalarında yer almalarını sağlamak üzere destekler ön plana çıkarılmaktadır (CSBK, 2019). Planda, Ar-Ge çalışmalarının başat

aktörlerinden olan üniversitelerin proje tabanlı araştırma altyapılarının gelişimine yönelik kamusal desteklerin sağlanması ihtiyacı yer almaktadır. Teknokente yer alan firmaları açısından bakıldığında, özel Ar-Ge teşvik sisteminin kurulmasının yanı sıra “Teknopark Teknoloji Ticarileştirme Programının” hayata geçirileceğinin ifade edilmiş olması bir yenilik taşımaktadır. Böylece, teknokent firmalarının danışmanlık, pazarlama ve stratejik ortaklık faaliyetlerinin bir bünye içerisine alınmasının hedeflendiği görülmektedir. Teknokentlere sağlanan sermaye desteği, muafiyet ve istisna gibi mali katkıların performans odaklı uygulanması dünyayla rekabetçi bir perspektifin oluşturulması zorunluluğunun sonucudur. Staj ve burs niteliğindeki destekler de bu plan içinde ayrıca öne çıkarılmakta ve dinamik-nitelikli genç personel katkısına dikkat çekilmektedir.

5. Sonuçlar ve Değerlendirme

Teknokent-hukuk ilişkisinin kalkınma planları ve mevzuat çerçevesinde ele alındığı bu çalışmada aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

1.Bilim ve teknoloji, hukuk politikalarının ve mevzuatın yeni bir başlığı durumundadır. Dünyadaki dijitalleşme ve sınır aşan bilgi teknolojilerine bağlı olarak birçok gelişmiş ülke gibi Türkiye de mevzuatında düzenlemeler yapmak zorunda kalmıştır. Ar-Ge’ye dayalı hukuksal mevzuat; Anayasa öncelikli olmak üzere, Ticaret, Vergi ve Yükseköğretim Kanunları ve diğer birçok hukuki metinle ilgilidir.

2.Bilim ve teknoloji üretiminin önemli merkezlerinden biri olan teknokentlerin yapılanma, işleyiş ve teşvik sistemleri bakımından yüksek kalitede teknolojik bilgi ve ürün yaratımına dönük olarak hukuksal sınırlar içerisine alındığı görülmektedir. Devletin temel bakışı, esnek politikalar üzerinden teşvik ve kaynak yaratmaya odaklanmıştır. Bu hedeften hareketle, teknokentleri düzenlemek üzere 4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu hayata geçirilmiştir. Ulusal ve uluslar arası dinamiklere bağlı olarak güncellenen kanun, üniversite-endüstri işbirliğini makro hedefler doğrultusunda yaşama geçirmeye çalışan önemli bir düzenlemedir.

3. İkinci Dünya Paylaşım Savaşını takiben bilim ve teknolojinin küresel ölçekte uluslararası hukuki dayanaklara ihtiyaç duyduğu görülmektedir. Ulus devletlerin uluslararası şirketler ve diğer devletlerle kurdukları ticari ilişkileri düzenleyen tahkim, bu süreçte oluşmuş önemli bir uluslararası yöntemdir. Tahkimin yanı sıra gümrük rejimleri, ticaret politikaları ve diğer

ekonomik düzenlemeler teknokentlerde geliştirilen ürünlerin değerlendirilmesi, patenti ve ticareti yönleriyle önem kazanmaktadır. Öte yandan teknolojiye dayalı üretim ve satışın uluslararası niteliği, Türkiye'nin de içinde bulunduğu birçok devletin yeni mali hukuk düzenlemeleri yoluyla süreci denetlemeleri ihtiyacını öne çıkarmaktadır. Teknokentlerde –sınırlı uygulamaya rağmen- KDV istisnası ve özel teşvikler bu yönde atılmış adımlardır.

4. Teknokent araştırmacılarının serbest dolaşımı ve karşılıklı bilgi paylaşımının yeterli düzeyde gerçekleşmemesi ek hukuksal düzenlemelerin yanı sıra uygulamada ülkeler arası güven ve işbirliği ile (know-how paylaşımı) sağlanabilecektir. AB ile müzakerelerde, Endüstri 4.0 kapsamındaki öncelikli alanların eş güdümünün sağlanması ve bunun hukuksal-mali dayanaklarının oluşturulması bir ihtiyaç durumundadır.

5. Ülkemizde uygulamaya koyulan Kalkınma Planları niteliksel personel katkısını ve Ar-Ge harcamalarına ayrılan payın artırılmasını öncelikli hedef olarak ortaya koymaktadır. Öte yandan, gelişme sürecine bakıldığında gerek personel ve gerekse de fon düzeyi bakımından OECD ülkelerinin oldukça altında gerçekleşme olduğu kaydedilmektedir.

6. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı teknokentlerin hukuksal zemine oturtulması ihtiyacını öneren ilk plan durumundadır. İzleyen dokuzuncu planda Teknoloji Transfer Ofisleri gibi oluşumların zemini ortaya konulmaktadır. Teknokentlerin bir bilim ve teknoloji merkezi olarak tüm yönleriyle ülke ihtiyaçlarına ve politikalarına yerleştirilmesi Onuncu Kalkınma Planındaki düzenlemelerin sonucudur. On Birinci Kalkınma Planı ticarileştirmeyi ön plana alarak teknokent-piyasa bağlantısını bir politik tercihin sonucu olarak ortaya koymaktadır.

7. Ülkemizi de önemli ölçüde etkileyen küresel bilgi ve askeri teknoloji rekabetinin yarattığı düzey, önümüzdeki yıllarda uzay ve havacılık teknolojisi başta olmak üzere Endüstri 4.0 başlıklarının teknokentlerin temel motivasyonunu oluşturacağı öngörülebilecektir. Covid-19 süreci ve yetersizlikler düşünüldüğünde biyoteknoloji sektörünün öncelikli payının yükselmesi beklenebilir. Bu aşamada belirtilen alanların kalkınma planları ve hukuksal mevzuat yönüyle de (sağlık etiği, uzay hukuku gibi) ele alınma ihtiyacı söz konusudur.

8. Teknokent bağlantı noktası, bir yönüyle üniversite-endüstri bağlantısını maddi (parasal) ilişkiler üzerinden de tanımlamaktadır. Öğretim elemanlarının şirket kurması ve kamu kaynaklarının özel sektör gereksinimleri için kullanımı gibi başlıkların kontrolsüz ticarileşmeye mesafe koyularak ve etik çerçeveye gözetilerek düzenlenmesi gerekliliği bulunmaktadır.

Kaynakça

- Aktaş, A. (2014). *Teknoloji Serbest Bölgesi'nde Uygulanan İstisna, Muafiyet ve Destekler*. 1. Basım, İstanbul: Oniki Levha Yayıncılık.
- Anayasa (1982). Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, *Resmi Gazete*: 09.11.1982-17863(Mükerrer).
- Ateş, L. (2017). *Yatırım Vergi Teşvik Politikasının Hukuki Çerçevesi*. 1. Basım, İstanbul: Oniki Levha Yayıncılık.
- Bayraktutan, Y., Bıdırdı, H. (2015). Türkiye'de Teknolojiye Dair Politika Perspektifi ve Kalkınma Planları. *Kocaeli Üniversitesi SBD*, 29, 37-55.
- Bayzin, S., Şengür, M. (2019). Üniversite Sanayi İşbirliğinde Teknoparkların Rolü. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 15(3), 299-313.
- Cansız, M. (2017). *2023'e Doğru Türkiye Teknoparkları*. Ankara: Kalkınma Bakanlığı, Yayın No:2972.
- Cansız, M., Özbaylanlı, B. (2017). Teknoparkların Ar-Ge ve Yenilik Fikirlerine Katkıları. *Verimlilik Dergisi*, 3, 125-166.
- CSBK (Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı). (2019). *On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2019-2023)*. Ankara.
- Dursun, G.D., Akan, N. (2018). Teknokentlerde Girişimcilere Sağlanan Yararlar Vergisel Boyutta İncelenmesi ve Bir Uygulama. *Mali Çözüm Dergisi*, Ocak-Şubat, 41-54.
- DPT. (1963). *Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967)*, Ankara.
- DPT. (1967). *İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972)*, Ankara.
- DPT. (1972). *Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977)*, Ankara.
- DPT. (1979). *Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983)*, Ankara.
- DPT. (1989). *Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994)*, Ankara.
- DPT. (1995). *Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000)*, Ankara.
- DPT. (2000). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005)*, Ankara.
- DPT. (2006). *Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2007-2013)*, Ankara.
- Gilchrist, A. (2016). *Industry 4.0: The Industrial Internet of Things*, 1. Basım, New York: Apress.

- Gözler, K. (2018). *Türk Anayasa Hukuku*. 1. Basım, Bursa:Ekin Yayıncılık.
- KB (Kalkınma Bakanlığı). (2013). *Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2014-2018)*, Ankara.
- Mavilia, R., Ferrara, M., Lamperti, F. (2014). *The Impact of Technopoles and Science Parks on the Regional and Local Innovation Systems*. In book: *Design a Pattern of Sustainable Growth*, ed. Daniele Schiliro. Asers Publishing, Print ISBN: 978-606-93490-5-2.
- McClellan, J.E., Dorn, H. (2015). *Science and Technology in World History: An Introduction*, 3. Basım, Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- ODTÜ. (2020). *Teknokent, Rakamlarla Dünyadaki Teknokentler*. Ankara: Odtü Teknokent. <http://odtuteknokent.com.tr> (Erişim tarihi: 12 Şubat 2020).
- Pascual, D.G., Daponte, P., Kumar, U. (2019). *Handbook of Industry 4.0 and Smart Systems*, 1. Basım, Boca Raton: CRC Press.
- Soydan, B. (2015). *Türk Vergi Hukukunda Vergi İncelemesi*. 1. Basım, İstanbul: Oniki Levha Yayıncılık.
- STB (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı). (2020). *Ar-Ge Teşvikleri Genel Müdürlüğü, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri*, <https://www.sanayi.gov.tr/assets>
- Şenses, F. (2004). Neoliberal Küreselleşme Kalkınma için Bir Fırsat mı, Engel mi? *ERC Working Paper in Economic*, 04/09, 1-28.
- TGBK (2001). 4691 Sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu, *Resmi Gazete*: 06.07.2001- 24454.
- Temiz, D. (2009). Gümrük Birliği ile Birlikte Türkiye'nin Dış Ticaretinde Yapısal Değişimler Oldu Mu? *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 8(1), 115-138.
- Temiz Dinç, D. (2020). 1980 Sonrası Türkiye'de Uygulanan Teknoloji Politikaları ve Türkiye Açısından Teknolojik Gelişme Göstergeleri. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 28, 119-136.
- Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun (2021). *Resmi Gazete*:03.02.2021-31384
- TGBUY. (2016). Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Uygulama Yönetmeliği, *Resmi Gazete*: 10.08.2016-29797.
- TTK, (2011). Türk Ticaret Kanunu, *Resmi Gazete*:14.02.2011-27846

Tütmez, S. (2020). *Vergi Hukuku Yönüyle Teknokent Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi*. YL Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

UNIDO. (2016). *Industry 4.0*. United Nations Industrial Development Organization Panel Discussion. Vienna: United Nations.

YÖK. (1981). 2547 Yükseköğretim Kanunu, *Resmi Gazete*: 06.11.1981 – 17506.

Yücel, İ.H. (2006). *Türkiye’de Bilim Teknoloji Politikaları ve İktisadi Gelişmenin Yönü*. DPT Yayın No: 2690, Ankara.

KÜRESEL ÜRETİM VE TEDARİK ZİNCİRLERİNDE DENETİM SORUNLARI VE MODERN KÖLELİK UYGULAMALARI

Turgut ÇILGIN*

Öz:

Küresel üretim ve tedarik zincirleri, sermayenin, küreselleşmeyle birlikte sınır tanımayan uluslararası gücünün göstergesidir. Teknolojik gelişmeler ile beraber neo-liberal politikaların etkisiyle, küresel üretim ve tedarik zincirleri ana üretim şekli haline geldiler. Küresel sermaye için en önemli amaç maliyetleri olabildiğince düşürmek ve ürün arzını artırarak maksimum kâra ulaşmaktır. Sermaye için maliyetlerin düşürülebileceği ana kalem olarak çalışanların ücretleri görülmektedir. Bu da çalışanlar üzerine sistematik uygulamaların planlanması anlamına gelmektedir. Bir taraftan sermaye en iyi çalışma performans ve en ucuz maliyet gayesi ile hareket ederken, diğer taraftan çalışanların maddi ve manevi anlamda kayıplar yaşamaları büyük bir paradoks haline gelmektedir. Bu çalışmada küresel üretim ve tedarik zincirlerindeki denetimlerde yaşanan sorunları ve bu denetim eksikliklerine bağlı olarak varlığını sürdüren modern köleliğin boyutlarını görebilmek amacıyla, literatür taraması yöntemi ile konu ile ilgili yayınlar incelenmiştir. Araştırma neticesinde, küresel üretim ve tedarik zincirlerinde denetim sorunlarının yaşandığına ve modern köleliğe dair bulgulara rastlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Küresel Tedarik Zinciri, Çalışma Koşulları, Modern Kölelik, Denetim Sorunları

Jel Kodları: L14, M16, J81, J47, M42

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri ABD, Kocaeli Türkiye, 205221021@kocaeli.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1629-9759

Makale gönderim tarihi: 09.06.2021

Makale kabul tarihi: 15.08.2021

Künye Bilgisi: Çılgın, T. (2021), “Küresel Üretim ve Tedarik Zincirlerinde Denetim Sorunları ve Modern Kölelik Uygulamaları”, *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 174-211.

Control Problems and Modern Slavement Practices in Global Production and Supply Chains

Abstract

Global production and supply chains are an indicator of the international power of capital, which knows no borders with globalization. Global production and supply chains have become the main mode of production under the influence of neo-liberal policies along with technological developments. The most important goal for global capital is to reduce costs as much as possible and to reach maximum profit by increasing the product supply. The wages of employees are seen as the main item where costs can be reduced for capital. This means planning systematic applications on employees. On the one hand, capital acts with the aim of the best working performance and the cheapest cost, on the other hand, the material and moral losses of the employees become a great paradox. In this study, in order to see the problems experienced in the inspections in global production and supply chains and the dimensions of modern slavery that continues due to these inspection deficiencies, the literature review method and the publications related to the subject were examined. As a result of the research, it has been found that there are control problems in global production and supply chains and findings about modern slavery.

Keywords: Global Supply Chain, Working Conditions, Modern Slavery, Audit Issues
Jel Codes: L14, M16, J81, J47, M42

1. Giriş

Taylorist-Fordist üretim mantığının daha ileri ve daha şiddetli bir boyutu olan yalın üretim sistemlerine, 70'li yıllardan itibaren geçiş ile beraber, gelişen teknolojinin de sağladığı faydalar eşliğinde, üretim küresel bir boyuta taşınmıştır. Artık sermaye için bütün dünya tedarikçi yelpazesinde olup, bu durum tedarikçiler arasında da bir rekabet ortamının gelişmesine zemin oluşturmuştur. Bu yeni oluşan küresel ekonomik arenada, küresel sermayeyi temsil eden büyük şirketler, kendi aralarında rekabet ederlerken, bu rekabet aynı zamanda mensubu buldukları ülkelerin de rekabetini ifade etmektedir. Bununla beraber alt seviyede tedarikçiler arasında da bir rekabet doğmuştur. Yine küresel çaptaki büyük şirketlerin rekabetine benzer bir şekilde, daha küçük çapta ki tedarikçiler arasındaki rekabet de mensubu buldukları ülkelerin rekabetine dönüşmüş vaziyettedir.

Bu rekabetin ana amacı, daha az maliyetle, daha fazla mal üretmek ve artı değer noktasında en yüksek kârlılığa ulaşabilmektir. Bu artı değer ve kârlılık hedefi doğrultusunda, çalışanların yani işgücünün maliyetlerinin minimize edilmesi, sanayi devriminden itibaren sermayenin üzerinde kafa yorduğu en önemli konudur. İşgücü maliyetlerini düşürülebilme için, çeşitli psikolojik ve sosyolojik yöntemler kullanarak, öncelikle işgücünü metalaştırıp, daha sonra onun hem kol gücüne hem de entelektüel sorgulama gücüne sahip olarak, zaman içerisinde tamamen değersizleştirip kontrol altına almak gibi kapitalist yöntemlerle hareket eden sermaye, bu amacına gün geçtikçe daha büyük bir hızla ulaşmaktadır. Sermaye, bu gayeye dair nitel ve nicel prensipleri, profesyonelce sistematize edilmiş bir takım çalışma metodlarının içerisine monte ederek, gelebilecek olumsuz reaksiyonları da bertaraf etmenin bilincinde olarak temkinli hareket etmektedir.

Küresel çapta üretim daima artmakta, buna bağlı olarak ticaret artmakta, tüketim artmakta ve kârlılık artmaktadır. Ama bu kârlılık ve buna bağlı olarak sermaye birikimi sadece belli bir azınlık tarafından ele geçirilmekte, gelir eşitsizliği ve sermaye dağılımı eşitsizliği gün geçtikçe artmaktadır. Bunun sonucu olarak, insanlar düşük gelirli bölgelerden yüksek gelirli sanayi bölgelerine doğru göç etmekte ve bu göç sonucunda modern köleliğe ulaşan gayri insani durumlarla karşılaşmaktadır. Gelir adaletsizliğinin ürettiği yoksulluk sonucu doğan göç ile beraber, işgücü arzının kontrolsüz ve talebe göre aşırı fazla olması nedeniyle işsiz havuzu büyümekte ve bu havuzun büyümesi sermaye için ucuz işçilik anlamına gelmektedir. Kapitalist küresel ekonominin ana lokomotifleri olan küresel üretim ve tedarik zincirlerinin

çalışanları, bu kısır döngü neticesinde işgücünün aleyhine oluşan bu şartlarda, düşük ücretlerle çalışmak zorunda kalmakta ve sosyal devlet tarafından sağlanan güvencelere ulaşmakta gittikçe daha fazla mahrumiyet yaşamaktadır. Dünyanın farklı ülkelerinde, çok farklı ücret ve sosyal hak sistemleri uygulayan küresel sermaye, bu şekildeki ülkeler arası eşitsizliklerle beraber, aynı ülke içerisinde de farklı bölgelerde farklı uygulamalar yaparak, eşitsizliği en küçük topluluk birimlerine kadar yansıtmaktadır. Bununla beraber, tüm bu olumsuzluklar gözler önünde cereyan ederken, küresel sermayenin devletlerin bütçelerinden de büyük olan ekonomik gücü karşısında, resmi otoritelerden ve uluslararası ticaret ve üretimi kontrol etmekle sorumlu kuruluşlardan ise sadece tavsiye niteliğinde cılız sesler çıkmaktadır.

Bu çalışmada, küresel bir sosyoekonomik problemler zincirine dönüşen, küresel üretim ve tedarik zincirlerinin, dünyanın farklı bölgelerinde yer alan üretim tesislerindeki denetimlerde, yaşanan sorunları ve usulsüzlükleri görebilmek ve bu denetim eksikliklerine bağlı olarak varlığını sürdüren modern köleliğe dair kanıtlara ulaşabilmek amacıyla, mevcut literatür taranarak incelenmiştir. Zihinlerde küresel üretim ve tedarik zincirlerinin yapısı ile ilgili kavramsal bir temelin oluşması adına sırasıyla, etkin işletme ve çevik üretim/şirket kavramları, yalın üretim ve esneklik kavramları, küresel üretim ve tedarik zinciri kavramı hakkında temel bilgiler verilmiştir. Çalışmanın ilerleyen kısımlarında bu kavramsal zemin üzerinden hareketle, küresel üretim ve tedarik zincirlerinin denetim sorunları ve modern kölelik konuları ele alınmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Etkin İşletme ve Çevik Üretim/Şirket

Bulduğumuz çağda etkin işletme kavramı, işletmenin örgütsel ve çevresel yapısını, küreselleşmenin değişen dinamiklerine adapte edebilen ve aynı zamanda da küresel gerekliliklerde ki bu değişimlerle ortaya çıkan problemlere, inovatif sürdürülebilir çözümler üretebilen işletmeleri tanımlamaktadır (Sarlak, 2011:1). Bu işletmeler müşteri taleplerinin değişen profiline göre, üretim sistemlerini ve tedarikçilerle olan ilişkiler ağını, esnek bir biçimde yapılandırmaktadır. Şirketlerin, maliyetleri düşük düzeyde tutarak aynı zamanda kaliteyi ve üretim miktarını artırabilmeleri için bu şekilde hareket etmeleri tasarlanmıştır. Rekabetçi kapitalist bir dünyada, işletmeler başarılarını sürdürmek istiyorlarsa, kendilerini

yeniden keşfetmeleri ve inovatif bir sürdürülebilirlik dinamiklerini kazanmaları gerekmektedir (McAdam, 2001: 1). Üretimde süreç iyileştirme tek aşamalı ve bir defalık bir politika değildir. İnovatif sürdürülebilirliğe sahip bir şekilde, planlamak, yapmak, kontrol etmek ve sonuçlandırmak şeklindeki eylem döngüsüdür. Üretim proseslerinin iyileştirilmesi ve geliştirilmesi sürecinde, her ana procesten sonra bir değerlendirme ve her destekleyici procesta bir iyileştirme amaçlanmaktadır. Bu, kademeli ve kontrollü bir iyileştirme sürecidir. Sürekli ve hızlı bir şekilde küreselleşen bir ortamda, üstünlüğü veya avantajlı konumu devam ettirebilmenin yolu, kendini sürekli olarak yeniden keşfeden, küresel standartlara adapte olabilmiş bir üretim ve organizasyon yapısına ulaşmaktır (Sethi, vd. 1998). Hesapta olmayan değişimlerin yaşanabildiği küreselleşen bir çevrede faaliyetlerini yürütmeye çalışan işletmelerin zamanı geçmiş ve çağ dışı kalmış yönetim ve üretim metotları ile başarılı olmaları çok zordur. İşletmeler başarılı olabilmek için çevrelerinde meydana gelen dönüşümleri dikkatle takip etmeli ve yorumlamalıdır. Şirketler değişim ve dönüşümlere karşı gerekli reaksiyonları tam zamanında gösterebilmek için, içinde buldukları iş çevresine, müşterilere ve tedarikçi zincirine bakış açılarını güncelleyebilmeli ve içinde bulunulan dönemin gereklerine göre hareket edebilmelidir (Zhang, vd. 2001: 773-774).

Amerikan imalat endüstrisi, 70’li yılların sonlarına doğru durgunluk ve gerileme dönemine girerek, küresel rekabet üstünlüğünü kaybetmeye başlayınca, Amerikan kongresi Savunma Bakanlığı’nı görevlendirerek bu konuda bir şeyler yapılması için talimat vermiştir. Savunma Bakanlığı’nın talebi üzerine Leigh Üniversitesi bünyesinde bulunan Iacocca Enstitüsü, 1991 yılında “21st Century Manufacturing Enterprise Strategy /21. Yüzyıl Üretim Stratejisi” isimli bir rapor hazırlayarak, ilk defa bu raporda “çevik üretim/şirket” kavramını ifade etmiştir (Sipper, Bulfin, 1998: 53).

Çevik üretim/şirket, konjoktürel dönüşümler gerektiğinde bu değişime kolaylıkla adapte olabilen bir organizasyonu ifade etmektedir. Çevik üretim şirketleri, değişim ve dönüşüm zamanlarında diğer işletmeler ile olan ilişkileri, operasyonları ve problemleri, hızlıca yeniden revize ederek, sürekli değişim halinde ki çevreye uyum sağlamak adına, bu değişim pratiğini sürdürülebilir ve inovatif bir şirket kültürü haline getirmektedir. Çevik üretim ve yönetim yaklaşımı, uzun vadeli stratejiler belirleme yeteneğine sahip olarak, işletmenin ve üretimin bütün proses ve birimlerini ayrıntılı olarak ele almaktadır (Hormozi, 2001; 132).

Günümüzde üretimin çevresi, eski üretim çevresine göre köklü farklılıklara sahiptir. Gelişen enformasyon ve bilgi teknolojileri, şirketlerin hem şirketler arası hem de müşterileri ile

entegrasyonunu büyük oranda değiştirmiştir. Bilgi merkezli bu sistemlerin internet imkânlarını da kullanması, işletmeler için sınırsız fırsatları ortaya çıkarmaktadır. Küresel rekabetin yoğunluğu ve hızı, tüketici isteklerinin de çok daha özel hale gelmesi sonucunu ortaya çıkarmıştır. Yeni gelişen bu ortamda tüketiciler istedikleri ürünlerin kendilerine özel olmasını, zaman kaybetmeden derhal kendisine ulaştırılmasını talep etmektedir (Gunasekaran, 2001: 11).

2.2. Yalın Üretim ve Esneklik

Endüstri sahasında yalın üretim, basit anlatımla, kaynakların israf edilmeden etkili kullanımını ve üretim sürecinden zaman ve enerji kaybına neden olan gereksiz her şeyin ve her aşamanın çıkarılması anlamına gelir. Buna, bir nevi sadeleştirme ve bu yolla maliyetlerden mümkün olan en fazla tasarrufu elde etmek veya kâr maksimizasyonu da denebilir. Yalın üretimin başarısı için temel şart, organizasyonel anlamda da yalınlaşmaktır. Yalın organizasyonlarda, üretimdeki fazlalık prosesler üretim sürecinden çıkartılır. Kalan proseslerin iş akışlarına ise süreklilik ve hız kazandırılır. Yalınlaştırılmış yapı içerisindeki çalışma takımları, birbirleriyle çapraz etkileşim sağlayacak şekilde organize edilerek, birbirlerinin sorumluluklarının paylaşılması sağlanır. Bu, işletmenin, sorumluluk paylaşımına, çalışanları da dahil etmesi anlamına gelmektedir (Baykasoğlu, Dereli, 2001: 132). Ya da başka bir ifadeyle, yönetimin tüm sorumluluğu çalışanlara yükleme taktiği de diyebiliriz.

Yalın üretim sisteminin en önemli özelliklerinden olan, siparişten, üretim aşamalarına ve tedarikçilere kadar uzanan enformasyon teknolojisi sayesinde oluşan bilgi akışı ve enformasyon ağı, verimliliği büyük ölçüde artırmaktadır. Teknolojinin iletişimi kısaltması ve hızlandırması nedeniyle, ürün üzerinde henüz üretim aşamasındayken gerekli iyileştirmeler yapılabilmekte ve hatalara izin verilmemektedir. Böylece sistem maksimum verimlilik ve sıfır hata hedefine doğru son derece dinamik bir halde sürdürülebilmektedir. Herhangi bir malın üretiminden diğer bir malın üretimine çok az bir sürede geçilebilmesini sağlayan, üretim süresini kısaltan, çok çeşitli ürünler için ayarlanabilen mikroelektronik donanımlı makinaların otomasyonu, sisteme büyük bir esneklik katmaktadır (Ansal, 1996: 16).

Yalın üretim sistemi İkinci Dünya Savaşı sonrasında Japonya'da geliştirilmiştir. Japonya, İkinci Dünya Savaşı sonrası oluşan sosyoekonomik şartların etkisiyle, Fordist üretim sisteminin dezavantajlarını yeniden ele alarak, bu dezavantajlı noktaları avantaja çevirerek,

ürün çeşitlerini artıran, ürün kalitesini yükselten, üretimi düşük maliyetle gerçekleştiren ve sıfır hataya odaklı bir üretim sistemi olan “Yalın Üretim” sistemini geliştirmişlerdir. İkinci Dünya Savaşı sonrası, galibiyetin de verdiği güçle, büyük bir kaynak ve pazar evrenine sahip olan Amerika Birleşik Devletleri ve batılı ülkeler, yalın üretim sisteminin küresel üretime olan etkisiyle gelişen küresel piyasa şartlarını iyi analiz ederek, yalın üretim sistemini zaman kaybetmeden benimsemişlerdir (Correa, 2001: 5; Sayer, 1986).

Japonların “Toyota Üretim Modeli” olarak geliştirdikleri bu yeni Post-Fordist yalın üretim modeli, gösterdiği muazzam performans sayesinde sermayenin dikkatini çekerek tüm dünya genelinde kabul görmüştür. Sonraları yalın üretim olarak isimlendirilen bu üretim modeli, Fordist seri üretimin israfa yol açan yönlerine göre çok tasarruflu olması ve her şeyi daha az kullanması nedeniyle bu şekilde adlandırılmıştır. Yalın üretimin her prosesindeki performans Fordist kitlesel üretimin performansının yaklaşık iki katına çıktığı için, yalın üretim sistemi kısa sürede dünya genelinde tercih edilmiştir (Womack, vd. 1990).

Yalın üretim sisteminin büyük bir uyum içerisinde ve başarıyla çalışmasının nedeni esneklikler ile beraber, toplam kalite kontrol, kalite kontrol çemberleri ve tam zamanında üretim gibi yöntemlerin birbirini tamamlayan özellikler taşımasıdır. Bu yöntemleri kısaca tanımlamak gerekirse; (Ansal, 1996: 14; Tomaney, 1990; Dicle, 1995:150; Tanış, 1994:100).

- 1- Toplam Kalite Kontrol: Fordist sistemde üretim ile kalite kontrolünün birbirinden kopuk bir şekilde işlemesi, üretimde fireyi ve israfı artırmaktadır. Bu noktada, yalın üretim sisteminin en önemli araçlarından biri olan “Toplam Kalite Kontrol” yöntemi/sistemi ile hatalı üretimi ortaya çıkmadan önlemek, sıfır hata odaklı bir üretim gerçekleştirilmesi hedeflenmektedir. Bu sistemde, işçiler ürünün kalitesinin denetiminden de sorumlu olmaktadır. Bir işçinin yaptığı üretimin kalitesi, hem üretim anında aynı işçi tarafından, hem de üretim bandının bir sonraki kısmının işçisi tarafından kontrol edilmektedir. Bu kalite kontrol döngüsü, zincirleme bir şekilde nihai mamül ürünün pazara sunulmasına kadar tüm aşamalarda devam etmektedir. Üretim hataları henüz kaynağında ortadan kaldırılmaktadır. İşçiler hem üretim işçisi hem de kalite kontrol işçisi ve hem de teknik bakım işçisi olarak üretim aşamasının bütünüyle sorumlu tutulmaktadır.
- 2- Kalite Kontrol Çemberleri: Verimliliğin artırılması, üretim ve denetleme maliyetlerinin azaltılması, üretim teçhizatının ve yerinin bakımı, korunması ve dizaynı gibi işyerine dair sorunların tartışılıp çözümler bulunması amacıyla gönüllülük esasına dayalı ve üretim kısmında çalışan işçilerin katıldıkları toplantılardır. Kalite kontrol çemberleri yoluyla

işçinin beden gücünün yanı sıra bilgi, beceri, tecrübe ve zihinsel gücünden de faydalanılması amaçlanmaktadır. Bunun yanında, işçiye işletmenin bir parçası olduğu duygusunun aşılması ile işyerine bağlılığının ve sadakatinin artırılması hedeflenmektedir.

- 3- Tam Zamanında Üretim (JIT): Bu yöntemde, hammaddelerin, yarı mamüllerin ve ara parçaların, üretim bandına gerekli oldukları miktarda ve zamanda ulaştırılması esastır. Bu yolla zaman kayıpları önlenmesi için üretim hızı artmakta, ana stoklama ve depolama sorunu ortadan kalkmakta, maddi/finansal sermayenin atıllığı önlenmekte ve iş istasyonları arasındaki tampon stoklarının da kalkması nedeniyle üretim maliyetlerinin önemli ölçüde düşmesi sağlanmaktadır.
- 4- Sipariş/Talebe Dayalı Üretim: Ürünlerin müşteriler tarafından gelen sipariş/talep üzerine, talep edilen zamanda ve miktarda üretilmesi bu yöntemin ana hedefidir. Talep/sipariş gelmeden üretimde bulunulmaz. Böylece talep ve arz dengesi korunmuş olmaktadır.

İşyerlerinde, beceri ve uzmanlık isteyen işler, az sayıda ki vasıflı “çekirdek” işçiler tarafından, esnek uzmanlaşma kast edilerek yaptırılmaktadır. Bu durum, söylenildiği gibi esnek uzmanlaşma dolayısıyla işgücüne zanaat ve vasıf kazandırmakla beraber, daha ziyade işgücünün iş yoğunluğunun kişi başına düşen miktarını artırarak, çekirdek işgücü adına yoğun bir emek sömürsüne yol açmaktadır. Uzman esneklik, iddia edildiği gibi işgücünün vasıfsızlaşmasının önlenmesi ve tekrar vasıf kazandırılması yerine, işçilerin küçük taşeron işletmelerce güvencesizliğe itilmesine ve sömürülmesine neden olmaktadır. Bununla beraber, sermaye, taşeronlaşma sayesinde hiçbir sosyal güvenceye sahip olmayan vasıfsız “çevre” işçilerin, küçük iş yerlerinde kolayca işe alınıp atılmalarına göz yumarak, piyasadaki talep dalgalanmalarına karşı korunmak için esneklik kazanmaktadır. Çekirdek işgücü, tam zamanlı çalışma, sağlık sigortası, ücretli izin gibi sosyal haklar ile beraber iş güvencesi, eğitim, şirket içinde yükselme gibi avantajlar elde ederken, taşeron şirketlerdeki çevre işgücü ve yarım zamanlı veya sözleşmeli çalışanlar bu avantajlardan mahrum kalmaktadır (Kenny, Florida, 1993: 68; Sayer, 1989: 17; Ansal, 1996: 17). Sermaye, ulusal çalışma ve çevre mevzuatlarında yer alan ve kendilerini zarara uğratabilecek riskli konuları, yasal sorumlulukları ve istihdam yükümlülüklerini, taşeronluk yoluyla tedarikçilere yükleyerek, işgücüne karşı sorumluluklarından kaçınmaktadır. Bu durum sermaye adına esneklikten doğan bir avantaj iken, işgücü açısından taşeron güvencesizliğinde ve sömürsünde bir çalışma hayatı anlamına

gelmektedir (Le Baron, vd. 2017: 962). Bununla beraber, işçiler için çalışma saatlerinin uzamasına, işlerinin daha çok yoğunlaşmasına neden olan Japon yalın üretim sistemi ve onun esneklikleri, sermaye adına birçok kazanımlara yol açsa da, işçilerin sosyo-ekonomik koşulları göz önüne alındığında işgücü açısından olumlu bir görünüm sergilememektedir. Bu sistemde büyük şirketlerin dışarıya iş vermeleri taşeronlaşmayı artırarak sermaye açısından verimliliği ve kârı artırırken, işgücü açısından parçalanmayı ve güvencesizliği doğurmuştur.

Esneklikler sermaye tarafından şu şekillerde uygulanmaktadır; (Ansal, 1996:5).

- 1- Sayısal Esneklik: İşletmelerin kullanacakları işgücü miktarını ve niteliğini belirleyebilme serbestisini yani işçiyi istediği gibi işten çıkarma yetkisini ele geçirmesini ifade etmektedir.
- 2- Zamansal Esneklik: Vardiyalı çalışma, telafi edici çalışma, yoğunlaştırılmış iş haftası, part-time çalışma sürelerinin esnetilmesi, günlük ve haftalık çalışma, azami çalışma sürelerinin yumuşatılarak ve daha uzun bir zaman dilimine yayılması, işe başlama ve paydos saatlerinin esnetilmesi biçimlerinde, çalışma zamanının piyasa şartlarının değişken durumlarına göre, işletmenin menfaatleri doğrultusunda kullanabilme serbestisidir.
- 3- Fonksiyonel Esneklik: İşgücünün iş tanımlamalarının değişen metotlara, şartlara ve iş yüküne bağlı olarak sermayenin kâr hedefleri doğrultusunda değiştirilebilmesi, çalışanların değişik alanlarda çalıştırılabilmesinin sağlanmasıdır.
- 4- Ücret Esnekliği: İşletmelerin ücretleri işgücü piyasasına ve piyasa ekonomisi şartlarına göre istediği şekilde ayarlayabilmesinin önünü açmaktadır. Bu yolla genelde sermayenin işçi ücretlerini minimum seviyelerde tutması sağlanmaktadır.
- 5- Uzaklaştırma Stratejisi: Üretimin bölünerek, işletme dışındaki taşeron olarak adlandırılan işyerlerinde yapılmasıdır.

Esnekliklerin uygulandığı işyerinde, iş gücü istenildiği gibi sömürülmekte, işçileri asgari ücretle uzun saatler boyunca çalıştırmak genelleşmektedir. Yoğun tempolu ve uzun saatler çalışılan, böylesi yalın üretim mantığına ve onun işgücüne yönelik esnekliklerine dayalı iş ortamlarında, işgücü adına bedensel ve ruhsal sağlık sorunları ortaya çıkmakta ve ölümlerle neticelenebilmektedir. Özellikle işyeri sendikacılığının yapıldığı yerlerde, sendikalar sadece merkezdeki çekirdek işgücünün haklarını savunmakta ve taşeron üretim yerlerinde çalışan çevre işgücünün haklarının savunulmasına, sendika kurmalarına dahi müsaade etmemektedir. Bunun nedeni çekirdek işgücünün sahip olduğu iş güvencesinin, bir anlamda çevre işgücüne

uygulanan esnekliklerin ve kuralsızlaştırmaların üzerine inşa edilmiş olmasıdır (Berggren, 1993:29; Deutschmann, Weber, 1987:3; Itoh, 1992: 205; Deutschmann, 1988: 227; Altmann, 1992: 31; Akt. Ansal, 1996).

2.3. Küresel Üretim ve Tedarik Zincirleri

Küresel üretim zinciri kavramı, “Küresel Değer Zinciri/Global Commodity Chain” şeklinde ilk olarak Hopkins ve Wallerstein tarafından 1986 yılında kullanılmıştır. Bu tanımlamada işçilik ve üretim süreçleri ağı olarak tanımlanan kavram, bir ürün veya malın üretimi ve tüketicilere ulaştırılması hedefi doğrultusunda, küresel anlamda kümelenmiş kuruluşları, ev üretim atölyelerini ve küçük işletmeleri de kapsayan üretim ağlarını ifade etmektedir. Bu ağlar yerleşerek ve sosyal yapıyla bütünleşerek buldukları toplumlarda sosyal hayata adapte olabilmekte, sosyal hayatı şekillendirebilmektedir (Gereffi, Korzeniewicz, 1994: 2).

Küresel rekabet, ürün ve piyasa sirkülasyonu ve teknolojik değişim gibi hızla değişen ekonomik koşullar nedeniyle, firmalar, geçmişten gelen mevcut rutin ve seri üretime dayalı iş ve organizasyon yapılarını değiştirmek ve yeni organizasyonel yapı kalıplarını kabul ederek, tedarikçiler ve alt yüklenicilerle yeni ilişkiler geliştirmek zorunda kalmışlardır. Şirketler, hızlı piyasa akışı ve piyasanın sürpriz belirsizlikleri karşısında değişen yeni ekonomik koşullar nedeniyle, piyasa operasyonlarının yapısını, “endüstriyel bölgeler”, “ortak girişimler”, “stratejik ittifaklar” veya diğer “şirketler arası işbirlikleri” şeklinde, küresel üretim ve tedarik ağlarına katılma yoluna gitmişlerdir (Vallas, 1999: 77).

Küresel üretim ve tedarik zinciri sisteminde maliyetlerin mümkün olduğunca düşürülmesi için en çok kullanılan sistem, sürekli iyileştirmeyi ve sürekli öğrenmeyi esas alan Japon “Kaizen” yöntemidir. Bir yalın üretim tekniği olan Kaizen yöntemi, toplam kalite yönetimini esasına dayanır. Üretim proseslerini ve bu proseslerin maliyetlerinin inovatif bir şekilde iyileştirilmesini amaçlayan Kaizen prensipleri gereği, ürün daha tasarım aşamasındayken, maliyetlerinin azaltılması hedeflenmektedir. Bununla beraber, üretilen mal ve hizmetlerin tasarımından, satış sonrası hizmetlere kadar tüm süreçlerinin maliyetlerinin yönetilmesi esas gayedir. Bu yöntemde, en önemli azaltılması gereken maliyet olarak, işgücü maliyetleri ön planda yer almaktadır (Özkan ve Aksoylu, 2002; 49; Gereffi, vd. 1994: 75).

Mal ve hizmetlerin tek bir fabrika veya imalathanede, tek bir üretim süreci içerisinde üretilmediği günümüzde, üretim, küresel boyutta karmaşık bir mal ve hizmet üretim zincirinin

kurulmasıyla gerçekleştirilmektedir. Bu tarz küresel üretim zincirleri, Neo-liberal ekonomik politikaların başlangıcından başlayıp, günümüze kadar gelen süreçte ana üretim biçimi haline gelmiştir (Özğürlü, 2009: 123). Bu şekilde ki bir uluslararası küresel üretim, sermayenin aynı zamanda hem üretim tesislerine sahip olmasını, hem de tedarik ve taşeronluk ilişkilerini kontrol etmesini gerektirmektedir. Günümüzde küresel çok uluslu sermaye, başka ülkelerdeki üretim tesislerine direkt sahip olarak veya taşeronluk ve alt işveren gibi tedarik zinciri ilişkileriyle üretim sürecini kontrol etmekte ve yürütmektedir. Ancak tedarik zincirlerinin uzunluğu ve genişliği arttıkça yönetilmesi daha da zorlaşmaktadır (Şenkal, 2021: 374-376; Mosley, 2017: 5).

Küresel üretim, bazı çevrelerce, uluslararası rekabetten dolayı üretim ve çalışma standartlarının düşürülmesini teşvik ettiği için, endişe verici bir gelişme olarak görülürken, bazı çevreler tarafından da, daha fazla verimlilik ve daha fazla ekonomik büyüme olarak görülerek olumlu karşılanmaktadır. Küresel şirketlerin, çalışanların ücret ve sosyal haklarının sağlanması noktasında olumlu etkiye sahip olmaları, ilk bakışta beklenen bir durumdur. Mesela, küresel şirketler yatırım yaptıkları ülkelere çalışma hayatına veya ücretlere dair, özellikle vasıflı kalifiye işgücü açısından iyi uygulamalar da getirebilmektedir. Bir ülkedeki, teknik ve ekonomik fırsatların keşfedilerek ortaya çıkarılması ve o ülkede katma değer yaratılması yönünde tetikleyici etkileri de olabilmektedir. Bu şekildeki küresel üretim zinciri tarzının, daha kaliteli mal ve hizmetlerin tedarik edilmesine ve küresel ticari entegrasyona neden olarak, yerel anlamda uzmanlaşmanın artmasına neden olduğuna da inanılmaktadır. Küresel üretim ve tedarik zinciri tarzının, bazı alanlarda refahı arttıracığı düşünülse de, bu sistemin kazançları yanında, kayıplara da neden olduğu kabul edilen bir gerçektir (Şenkal, 2021: 374; Henderson, vd. 2002: 441). Hiçbir kârlılık, verimlilik veya büyüme oranının, insan yaşamının onurlu ve insana yakışır bir şekilde sürdürülmesine imkân verecek çalışma şartlarının ve ücretlerinin düzenlenmesinden daha önemli olmadığı da başka bir gerçektir.

3. Küresel Üretim ve Tedarik Zincirlerinde Çalışma İlişkileri ve Yaşanan Sorunlar

1980'li yıllardan itibaren, tüm dünya genelinde yürürlüğe konulan, neo-liberal politikaların etkisiyle, kuralsızlaştırmanın devletlerce benimsenerek politikaların bu yönde belirlenmeye başlaması ile birlikte, üretim, yatırım ve ticaret üzerindeki devlet denetimi ve kontrolü

zayıflamış, büyük firmaların üretim aşamaları, yasal boşlukların bulunduğu ve işçilik maliyetlerinin çok düşük olduğu az gelişmiş ülkelere yönelmiştir. Artık üretim şekli, sermaye tarafından kurulu buldukları ülkede kendileri üretmek yerine, kuralsızlaştırılmış ve esnekleştirmelerin uygulanabildiği ülkelerin tedarikçi firmalarına, çok daha düşük maliyetlerle ürettirmek yönünde değişmiştir.

Çok uluslu küresel şirketler için alt sözleşme yapan taşeron ve diğer küçük yerel şirketler de işin içine katıldığında günümüzde yaklaşık 450.000.000 kişi küresel üretim ve tedarik zincirlerinde istihdam edilmektedir. Bununla beraber, dünyadaki en zengin % 1'lik kesimin servetinin, dünya toplam nüfusunun % 50'sinden daha fazla olduğu da akıllarda tutulması gereken bir diğer gerçektir (Kippenberg, 2020; Hardoon, 2017: 3; Şenkal, 2021).

Gelişmiş ülkelerin küresel boyuttaki devasa şirketleri, kendileri gibi diğer ülkelerin küresel şirketleriyle veya kendi ülkelerinde ki diğer büyük şirketlerle emsal düzeyde ticari ilişkiler kurmaktadır. Bu büyük küresel şirketler, hammadde, ara mal veya bitmiş ürünler sebebiyle dünyanın çeşitli yerlerinde ve çeşitli üretim aşamalarında, çok sayıda alt üretici ile alt sözleşmeler yapmaktadırlar. Fabrikalarını daha az gelişmiş ülkelere taşıyarak, yeni ekonomik düzene adapte olmaktadır. Kullandıkları stratejileri ve yapıları yeniden şekillendirerek, iç hiyerarşilerini küçültme, işgücü piyasalarına ve diğer sabit maliyetlere bağımlılıklarını azaltma yolunu seçmişlerdir. Sermaye, yatırımlarından en kısa sürede geri dönüş ve kazanç sağlamak için, ürün ve süreç inovasyonunun hızlı ve dinamik bir hale gelmesine dair uygulamalara girişmiş ve kapitalizmin daha çok hızlanmasına ve güçlenmesine neden olmuştur (Gee, vd., 1996: 24-31).

Şirketler sermayelerini arttırmanın daha esnek yollarına yöneldikçe, işin yapısını, işgücü piyasalarını ve istihdam ilişkilerini yeniden dizayn etmişlerdir. Çekirdek çalışan ve çevresel çalışanlar arasında keskin bir sınır çekmişlerdir. Çekirdek çalışanlar, gerekli görülen stratejik görevlerde çalışırken, çevresel çalışanlar olarak adlandırılan kol kuvvetine dayalı çalışanlar, daha az stratejik unsurlar olarak görülerek gözden çıkartılmıştır. Kol ve beden gücüne dayalı olarak çalışan bu işgücünün üstlendiği roller, daha küçük boyuttaki uydu firmalara, alt yüklenicilere ve taşeronlara verilmiştir. Çevresel çalışanlar, en iyi ihtimalle ana şirketin alt yüklenicileri olan uydu şirketlerde maaş bordrosuna tabi olarak çalışsalar bile, işgücü piyasalarına erişim, iş güvenliği ve işlerinde özerklik gibi standart istihdam ilişkisinin temel faydalarından faydalanamamaktadır (Vallas, 1999: 91).

Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki küresel üretim zincirlerinde, kısa süreli kullanıma

sahip emek yoğun ürünlerin üretimi için, maliyetin düşürülmesi ve en kısa zamanda en çok üretimin gerçekleştirilmesi gibi baskılar, çalışanların maddi ve sosyal haklarının, şirketlerce ihlal edilmesi için zemin oluşturmaktadır.

Üretim zincirlerinde, küreselleşme ile beraber, dış kaynak kullanımının serbestleşmesi ve buna bağlı olarak işgücü rekabet ortamının kızışması sonucu, toplu sözleşmelerde sermaye lehine ve işgücünün aleyhine bir durum oluşmuştur. Bu durum aynı zamanda işgücünün pozisyonunu zayıflatmış ve işçi ile işveren arasındaki diyalog ve istişare kurumlarını da güçsüzleştirmiştir. Çalışma koşulları ve ücretler noktasında, çalışanların sermayeye karşı telafisi mümkün olmayan tavizler vermek zorunda kalması gerekmiştir (Flecker, 2009: 256). Küresel çok uluslu şirketler, emeğin sömürsünü artırmak için, coğrafi olarak dağılmış bir alt üretim sistemini tasarlamış ve bu sistemi büyük bir doyumsuzlukla yürütmektedir (Selwyn, 2014: 141).

Büyük tedarik zinciri tipi üretimlerde, taşeron şirketler, ana şirketten iş alabilmek için kıyasıya yarışmaktadır. Bu durumda alınan işin parça fiyatı gittikçe düşmek zorunda kalmaktadır. Düşen bu fiyat üzerinden üretim yapabilmek için alt işverenler, çalışanların ücretlerinde ve sosyal haklarında kesintiye gitmeyi tercih etmek durumunda kalmaktadır. Üst işveren olan küresel şirketlerin söylemlerinde, her ne kadar da işgücüne dair iyi uygulamalardan bahsedilse de, taşeron ve alt işveren düzeyinde durum hiç de böyle değildir. Günümüzde, küresel üretim zincirlerinde, istikrarsız, güvencesiz ve sömürücü bir çalışma ortamı ve sistemi, işgücü üzerinde baskısını gün geçtikçe artırmaktadır. Kayıt dışı çalışanlardan, göçmenlerden, güvencesiz çocuk ve kadın çalışanlardan ve işsizlerden oluşan alternatif küresel işgücü (işsiz) havuzu, sermayenin bu baskısını besleyen ve perçinleyen en önemli dayanak ve kaynaktır. Küresel üretim zincirlerinde, neo-liberal politikaların etkin bir yansıması olarak, geçici işçi çalıştırılması, genel bir uygulama haline dönüşmüştür (Şenkal, 2021: 376; Phillips, 2017: 434; Barientos, 2013:1062).

Ekonomik faaliyetler gün geçtikçe daha fazla küreselleştikçe, neo-liberal politikaların benimsenmesinden kaynaklanan kuralsızlaştırmalar nedeniyle işgücünün ulusal anlamda devletlerce korunması ihtimali ortadan kalkmaya başlamıştır. Küresel sermaye, tedarik zincirini genişletmek için, işçi hakları ve çevre kurallarını ihlal edebilecekleri, sınırlamaları aşabilecekleri ülkeler aramaktadır. Bazı devletler, bu sebeple, yatırım yapacak küresel sermaye için işçi ve çevre standartlarını esnetirler. Sermayenin kuralsızlıklarına göz yumarlar. Büyük uluslararası sermayenin, dünya genelinde ülkelerin parlamentolarında temsilci milletvekilleri bulunmaktadır. Bu parlamenterler, küresel sermayenin aleyhinde olabilecek

yasa ve düzenlemeleri engellemek için ve sermayenin lehine olabilecek kazanımlar elde etmek için siyasi lobi faaliyetleri yürütürler (Waddington, 1999: 2; Phillips, 2017: 441-442).

Klasik Fordist seri üretim sisteminin yerel, müstakil ve klasik üretim yapısının, neo-liberal dönemle beraber parçalanması ve küresel çapta dağılması sonucu ortaya çıkan olumsuz sosyoekonomik problemler dikkatlerden kaçmamalıdır. Küresel tedarik ve üretim zincirlerinde, taşeron işçilerinin güvencesiz ve kuralsız bir şekilde çalışmalarının önlenmesi adına, sendikal platformların daha çok inisiyatif almaları beklenmektedir. Çünkü, bu ortamda çalışanların sosyal hakları noktasında savunuculuk görevini üstlenecek temel yapı, sendikal örgütlenmelerdir İşgücü piyasasında ki düzenlemelerin, işçilerin aleyhine olan uygulamalara yol açması nedeniyle, sendikaların küresel işgücünün güvence altında çalışabilmesinin savunucuları olma pozisyonunu daha aktif kullanmaları beklenirken, bu sadece planlama ve söylem aşamasında kalmaktadır. Küresel sendikacılık, çalışma standartlarının çalışan lehine korunması anlamında sorumluluk üstlenme anlayışından çok uzaktır. Çalışma hayatını düzenlemesi beklenen prensip ve kuralları resmi anlamda sadece duyurmakla yetinen Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), daha çok IMF ve Dünya Bankası gibi güçlü kurumların önceliklerine riayet etmek zorunda kaldığı için, asli görevi olan çalışanların haklarını savunma ve koruma görevini tam olarak yerine getirememektedir (Şenkal, 2017: 57).

Günümüzde, artık çalışanların hakları da dâhil olmak üzere, üretimin kurallarını devletler değil, küresel sermaye belirlemektedir. Ancak bununla beraber devletler küresel ekonomi içerisinde sermayeye karşı en önemli denge unsuru olmaya devam etmektedir. Bir taraftan sermayenin gücü altında etkisiz kaldığı düşünülse de, toplum ile sermaye arasında dengeyi sağlayacak tek mekanizma devletlerdir. Bazı devletlerde, bu dengeyi sağlamak adına sermaye karşısında direnç gösteren yönetimler olduğu görülmektedir (Şenkal, 2021: 376; Phillips, 2017: 442). Ancak küresel sermayenin ekonomik gücü devletlerle boy ölçüşecek, hatta devletleri etkisi altına alacak güce ve düzeye erişmiştir. Mesela, 2020 yılında, Amerikan perakende devi Walmart'ın yıllık cirosu 524 milyar dolar olarak gerçekleşirken, gelişmiş bir İskandinav ülkesi olan Norveç'in aynı yıl GSYH'si, Walmart'ın 139 milyar dolar altında, yaklaşık 385 milyar dolar civarında gerçekleşmiştir (Investing, 2021; Ticaret Bakanlığı, 2021: 6). Bunlarla beraber, küresel üretim ve tedarik zincirlerinde çalışanların haklarının korunması noktasında hem özel sektör, hem ulusal kamu otoriteleri ve hem de uluslararası kuruluşların birlikte hareket ederek, uluslararası ve sektörler arası bir konsensus sağlamaları gerekir. Ancak, neo-liberal dönemin kuralsızlaştırmalarının artarak devam etmesi düşünüldüğünde, bu

uzlaşmanın söylemde var olduğu ama gerçek hayata yansımadağı görülmektedir.

3.1. Küresel Üretim ve Tedarik Zincirlerinde Çalışma Koşullarının Denetimi Sorunu

Küresel üretim ve tedarik zincirlerinin genişlemesi ve giderek küçük üretim yerlerine doğru parçalanması sonucu oluşan, küçük üretim tesislerinde ve bununla beraber sözleşmesiz kayıt dışı daha alt üretim imalathanelerinde, kayıt dışı istihdam ile beraber gayri insani çalışma koşulları alabildiğine yaygınlaşmıştır (Hammer, 2015: 10). Küreselleşme sonucunda, tedarik zincirlerinin az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere doğru yayılması ile beraber, bu üretim merkezlerinde çalışma standartlarındaki olumsuzluklar ve sorunlar gündeme gelmiştir. Çocuk işçilerin çalıştırılması, iş sağlığı ve güvenliğine riayet edilmeyerek işçilerin hayatlarının risk altında olması, çalışma saatlerinin uluslararası normlardan çok yüksek seviyelerde olması ve işgücü ücretlerinin açlık sınırlarına varan düzeyde düşüklüğü, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yer alan tedarik zincirlerinin üretim sahalarında büyük sorunların yaşanmasına yol açmaktadır. Bu tür gayri insani durumların yaşanıyor olması skandal olmaktan öte aslında insanlık adına çok utanç verici bir durumdur.

Küresel sermayeye ait büyük üretim ve perakende markaları, dağınık ve ayrıntılı bir küresel üretim ağından binlerce küresel tedarikçiden ara mal veya bitmiş ürün temin etmektedir. Küresel üretim ve perakende şirketleri, az gelişmiş ülkelerde ki tedarik zincirlerini, esnekliği en üst düzeye çıkarmak ve üretimle ilgili maliyetleri ve yükümlülükleri sürekli olarak azaltmak için tercih etmektedir. Küresel sermaye, özellikle perakende sektöründe, boyut ve pazar gücü olarak büyüdükçe, birçok sektörde sözleşme süreleri, geri dönüş süreleri ve marjlar noktasında oluşan olumsuzluklardan veya kâr oranı beklentilerindeki doyumsuzluklarından dolayı, tedarikçi ve taşeronlara doğru aşırı baskı uygulamaktadır. Bu baskılara mukabil, taşeron ve tedarikçiler de, malları en ucuza ve en kısa sürede üretebilmek ve küresel şirket ile çalışmaya devam edebilmek için, çalışanlar üzerine olabildiğince sert bir şekilde baskı uygulayarak, işgücünü köleleştirme seviyesinde sosyoekonomik haksızlıklara maruz bırakmaktadır (Le Baron, Lister. 2015:1). Ticari faaliyetlerini, bu tedarik zincirlerinde yer alan fabrika ve üretim tesislerine dayalı olarak yürüten küresel markalar ile beraber, bu markaların hisse senetlerine yatırım yapan küresel sigorta şirketlerinin varlığı meselenin diğer vahim yönüne işaret etmektedir (Bales, 2002: 10).

Çok uluslu küresel şirketler, bu sorunların gündeme gelmesi ile tedarikçilerinin uluslararası çalışma ve çevre normlarına uyumu için çeşitli denetleme mekanizmaları geliştirmişlerdir. Bu denetlemeler, uluslararası sivil toplum kuruluşlarının veya özel denetleme kuruluşlarının, küresel tedarik zinciri fabrikalarındaki işçi haklarını ve kötü çalışma koşullarını takip etmeleri için bir yöntem olarak görülmüştür. Denetleme mekanizması ile asıl olması gereken amaç; denetimler sonucu ortaya çıkan uluslararası normlara uygunsuzlukların, çalışanlar ve tüketiciler lehine, öncelikle küresel çok uluslu şirketlere ve sonrasında ise bunların tedarikçilerine baskı yapılarak iyileştirilmesini sağlamak olmalıdır. Ancak, bu denetimlerin ve denetleme standartlarının oluşturulması ile aslında devletlerin ve sendikaların müdahalelerinin engellenmesi gayesinin güdüldüğü, işçilerin haklarının korunması ve çalışma koşullarının iyileştirilmesi maksadıyla oluşturulmadığı ve küresel sermayenin yasal sorumluluklarını yerine getirdiği algısının oluşturularak, kurumsal itibarlarının zarar görmesinin engellenmeye çalışıldığı yönünde kanıtlar bulunmaktadır (Locke, Romis, 2007: 54).

Küresel sermayenin, küresel üretim ve tedarik zincirlerindeki çalışma ve çevre koşullarını denetleyen denetim kuruluşlarının/şirketlerinin, bu denetimleri sağlıklı ve objektif bir şekilde yapabilmeleri, onların bağımsız bir şekilde hareket edebilmelerine bağlıdır. Ancak, özel denetim kuruluşları tarafsız davranamazlar/davranmamaktadırlar. Çünkü, bu denetim kuruluşları, kâr amacı güden firmalardır. Kapitalist sistemin doğası gereği, denetledikleri büyük firmalar, aynı zamanda kazanç sağladıkları müşterileridir. Bu nedenle, denetlemelerde müşterilerini memnun edecek sonuçlar elde etmeye gayret etmeleri gerekmektedir. Özel denetim firmalarının 2017 itibarıyla 50 milyar dolarlık bir piyasa olduğu tahmin edilmektedir. Denetleyicilere günlük 500-1500 dolar ücret ödenmektedir. Bu yüksek ücretlerin, gayri kanuni ve gayri insani sorunları ortaya çıkarmaktan ziyade, küresel sermayenin çıkarlarına uygun ve çıkarlarına zarar vermeyecek bir şekilde denetleme ve sonuçlarının oluşturulması amacıyla ödendiği düşünülmektedir (Le Baron, vd. 2017: 964-965).

Büyük küresel üretim şirketleri, deniz ürünleri, hayvansal ürünler, tarım ürünleri, ucuz giyim, elektronik ve diğer malları üretmek için, şirket merkezlerinden uzak, düşük ücretli ülkelere yönelmektedir. Böyle olunca, bu denizaşırı üretimin tedarik zincirinde, üretimin yapıldığı uzak coğrafyalardaki taşeron fabrikaların ve üretim tesislerinin, işgücünün çalışma şartları ve sosyo-ekonomik hakları gibi hususlarda denetimleri hayati bir öneme sahiptir. Ancak, üretim fabrikalarının dünya çapında dev markaların ürünlerini ürettikleri ve milyarlarca dolarlık bir cironun döndüğü sektörde, denetimler sağlıklı bir şekilde yapılamamaktadır. Denetim

sonucunda, siparişlerde milyonlarca dolar kaybetmek istemeyen tedarikçi fabrika yöneticileri, denetçileri bazen aldatarak, bazen de rüşvet yolu ile denetçilerin olumsuz şartları görmezden gelmeleri sağlanmaktadır. Bir denetçi geleceği zaman önceden haber alan fabrika yöneticileri, bütün olumsuzlukları ustalıklı kamufle ederek denetçileri yanıltabilmektedir. Ayrıca, denetimi gerçekleştiren denetmenler de işlerini zaten sağlıklı yapmamakta, hızlı ve yüzeysel denetimlerle gerçeklerin üzerinin örtülmesine neden olmaktadır. Bununla beraber, resmi sözleşme yapılan alt taşeron işin büyük bir kısmını, tamamen kayıt dışı, sözleşme dışı ve kontrolsüz bir şekilde daha alt küçük imalathanelere ürettirebilmektedir. Bu durumda tamamen denetim dışı kalan üretim yerlerinde işgücüne yönelik sömürü tam anlamıyla kölelik şartlarına ulaşmaktadır (Clifford, Greenhouse, 2013).

Özel denetim kuruluşlarınca yapılan denetimlerde, denetleyiciler fabrikalarda yer alan kilitli odaları, bölümleri veya bir odadaki dolapları açtıracak yetki ve güce sahip olmadıkları için, denetlemeler sadece taşeron firmanın yöneticisinin istediği yerlerin denetlenmesi şeklinde yüzeysel bir şekilde neticelenmektedir. Ayrıca, denetleme yapanların, fabrikada yaşananlar hakkında gerçek bilgileri toplayabilmeleri için, işçilerle konuşmaları da gerekmektedir. Ancak, denetleyicilerin sahip oldukları yetki ve gücün cıvıllığı veya kasıtlı olarak usulsüzlüğü görmemezlikten gelmeleri ihtimali gibi nedenler, işçilere gerçekleri anlatmaları için herhangi bir güvence vermediğinden, taşeronla sıkıntı yaşamamak, işlerini hatta canlarını kaybetmemek için, işyerindeki problemleri ve aykırılıkları denetleyicilere söyleyememektedir. Bu durum, yapılan denetlemelerin ne derece ciddiye alınması veya alınmaması gerektiği hususunda çok dikkat çekici bir göstergedir (Hammer, 2015: 28-29).

Büyük küresel perakende şirketleri, tedarik zincirlerinin yalnızca kısmi bölümlerini yüzeysel olarak denetlemekte ve tedarik zincirlerinin işgücünün kötüye kullanımının gerçekleştiği bölümlerini atlayarak olası usulsüzlüklere ve kölelik uygulamalarına göz yummaktadır. Denetim mekanizması, tedarik zincirlerindeki işgücü ve çevre sorunlarını adaletsiz bir şekilde ele almaktadır. Yapılan denetimler şeffaflıktan çok uzaktır; gerçek sonuçları gizli kalmakta ve kamuoyuna yansıtılmamaktadır. Bu yüzeysel ve göstermelik denetimler, tedarikçilerin işgücü üzerindeki uygulamalarının daha da kötüleşmesine yol açmaktadır. Bununla beraber, uygunsuzlukların denetimler yoluyla meşrulaştırılması çabası da olayın diğer vahim yönüdür. Denetimde yaşanan bu sıkıntıların meşrulaşması ve yaygınlaşmasında, neo-liberal dönemin devleti etkisizleştiren kuralsızlaştırıcı etkileri başat rol oynamaktadır. Devletin denetim rolünü de özel sermayeye bırakması bu alanda ki işgücü ve çevreye dair kuralsızlaştırmaları besleyen

ve büyüten en önemli etkidir (Le Baron, Lister, 2015).

Küresel sermaye, tedarik zincirlerindeki denetimin gerçekçi olmayışından dolayı oluşan olumsuz imajı bertaraf etmek ve daha hızlı bir şekilde kamuoyunda aklanmak için, sosyal sorumluluk kapsamında bazı sivil toplum örgütleri ile de ortak çalışmalara girişmişlerdir. Sivil toplum kuruluşlarının yapılan sosyal denetimlerin kapsamının ve denetim standartlarının dar çerçeveli ve yetersiz oluşu nedeniyle, sadece ürün merkezli bir denetime yol açması, denetimlerin tedarik zincirlerindeki çalışanların sorunlarını ve çevre sorunlarını tespit edememesine yol açmaktadır. Denetim standartlarının yer aldığı klavuzlar, mesela, fabrika sahiplerinin sorumlu olmamak için geçici sözleşmeli işçi çalıştırarak sorumluluklarını devretmeleri veya sorumluluklardan kaçmaları gibi iş gücünün gizli problemlerini görecektir bir şekilde ayrıntılı ve teknik çerçevede şekillendirilmemektedir. Denetimler, küresel markalara şeffaf ve hesap veren bir şirket görüntüsü vermek için gayret etmekte, aslında dikkatleri dağıtarak başka yönlere saptırmakta ve işyerinin en zarar verici uygulamalarının hasıraltı edilmesini sağlamaktadır. Küresel bir düzenleyici mekanizma gücü olması gereken denetimler, ne yazık ki sermayenin hegemonyasını pekiştirerek, usulsüzlüklerin meşrulaştırılmasına hizmet etmektedir (Le Baron, Lister, 2015).

Yapılan araştırmalar, denetim faaliyetlerinin, iş gücü ve çevre sorunlarını tespit etme ve çözme noktasında başarısız olduğunu göstermektedir. Denetim sistemleri, oluşturulması, geliştirilmesi ve hayata geçirilmesi aşamalarında, sermayenin baskın ve orantısız etkisi altındadır. Sermaye, üretimde oluşan zafiyetleri meşrulaştırmak için ve uluslararası kamuoyuna hesap verme yükümlülüğünden sıyrılmak için, bu zayıf denetim sistemlerini kullanmaktadır. Bu denetimlerin aslında, mevcut problemleri çözmek yerine örtbas etmek için tasarlandığına dair çok ciddi iddialar mevcuttur (Le Baron, vd., 2017: 961).

3.2. Modern Kölelik

İnsanlık tarihi boyunca varlığını sürdüren kölelik, günümüz şartlarında farklı görünümlere bürünse de, klasik tanımına göre değerlendirilmeye çalışılmaktadır. Klasik anlamda köleliğin ana tanımlayıcı özelliği, başka bir insanın kontrol ve boyunduruğu altında şiddete maruz kalarak özgürlüğünden yoksun bırakılmış olmaktır. Bu tanımlanan boyunduruğun ve esaretin sürdürülmesini sağlayan ana araç şiddet ve güç kullanımıdır. Kölelik, günümüze gelene kadar yasal yöntemlerle yasaklanmaya çalışılsa da, çerçevesini daha da genişleterek farklı

görünümleriyle varlığını sürdürmeye devam etmiştir (Güler, 2015: 24). Kölelik, yasal olarak engelleme çabaları paralelinde, özellikle, insan ticareti, zorla çalıştırma ve borç esareti gibi alanlarda varlığını güçlenerek devam ettirmektedir.

İnsan ticareti, insanların üzerinden kazanç elde etmek amacıyla, buldukları yerden değişik başka yerlere götürülmeleri ve emek sömürsünde kullanılmak amacıyla sürdürülen faaliyetler bütünüdür. Bu anlamda, organ kaçakçılığı, cinsel sömürü amaçlı kadın ve çocuk kaçakçılığı ve modern kölelik türleri insan ticareti kapsamında incelenmesi gereken yasa dışı olgulardır. Kaçırma, tehdit, şiddet, dolandırıcılık, gücün kötüye kullanımı, borç ve alacak nedeniyle bireyi esaret altına almak gibi birçok yöntem insan ticaretinin araç ve yöntemleridir. Zorla çalıştırma ise, bireylerin pasaportlarına el konularak ve yetkililere ihbar etme tehdidi ile özgürlüğü gasp edilerek, şiddet uygulanarak veya sürekli borçlandırılarak, özgür iradesi dışında çalıştırılması olarak tanımlanmaktadır. (Güler, 2015: 25).

Borçlanma, hem modern köleliğin zemininde yatan ana neden hem de modern kölelik ile beraber artarak devam eden bir sonuçtur. Sosyoekonomik sorunlar ve ihtiyaçların yarattığı zorunluluklar ile ödeyemeyecekleri miktarlarda borç yükümlülükleri altına giren, sonrasında çoğunlukla bu borçların ödenememesi durumunda, ebeveynlerce borçların karşılığında çaresizce kız çocuklarını insan ticareti ve fuhuş sektörüne teslim etmek zorunda kalınmaktadır. Kız çocuklarının borçlanma karşılığı seks işçisi olarak satılması şeklindeki modern kölelik yaygın olarak görülmektedir. Yasadışıları denetlemek ve önlemek ile sorumlu olan resmi otoriteler, buna göz yummanın yanı sıra, rant elde edebilmek için, bu gayrimeşruluğun sürdürülebilir olmasına yönelik gayretler içerisinde. Kast sisteminin hakim olduğu coğrafyalarda modern kölelik ağırlıklı olarak borç esareti şeklinde sürdürülmektedir. Bu bölgelerde dar ve yetersiz arazileri işleme hakkı verilen aileler, araziyi işleyebilmek adına sürekli borçlandırılmaktadır. Bu borcu ödeyemeyen aileler ise borçlanmaya devam etmekte ve bu döngü devam ettiği için kronikleşmiş bir modern kölelik yaşanmaktadır (Güler, 2015; 34). Liberal kapitalist demokratlar, köleliği kapitalizm öncesi dünyaya ait bir olgu olarak ve özgürlük ile kölelik arasında net bir karşıtlık kurarak ele almıştır. Bu düşünceden hareketle kölelik ile bireysel özerkliğin tanımları arasında keskin çizgiler olduğu iddia edilmiştir. Liberaller köleliği insanlara sahip olunan bir eşya gibi muamele edilmesi olarak kısıtlı bir tanımlamaya dayandırarak açıklamaya çalışırlar. Ancak, bu dar çerçeveli ve net çizgilerle tanımlama gayreti köleliğin hayata yansıyan unsurlarını gizlemektedir (Davidson, 2010: 245; Brace, 2004:160-161). Bununla beraber, Liberaller, köleliğin siyasal hegemonyanın

baskılarının bir sonucu olarak görürken, Marksizm savunucuları, yaşamını sürdürmek zorunda kalarak üretim sürecine dahil olmasından itibaren, işgücünün köleliğinin başladığını savunmaktadır (Davidson, 2013: 11-12).

Köle ile özgür ücretli işçi arasında, emeğin gerçekleşmesi noktasında gönüllülüğü esas alarak net bir çizgi çizmek ve birini kölelik olarak kabul ederken diğerinin kölelik unsurlarını barındırabileceğini kabul etmemek, modern köleliği, geleneksel kölelik kavramının altında görünmez kılmaktadır. Kölelik, sadece zorla çalıştırmayı değil, gönüllü ve ücretli olsa dahi insan haklarına ve insan onuruna yakışmayan halleri de kapsayan bir problemdir. İşgücünün ücretli ama ücretsiz kabul edilebilecek açlık sınırında bir ücret ile çalışmaya mecbur bırakılması/başka ihtimalin bulunmaması ve kötü seçenekler arasından seçim yapabilme özgürlüğü de köleliktir (Steinfeld, 2001: 14-15). Tarihe bakıldığında, Amerika’da ve Brezilya’da kölelik sisteminin sürdüğü dönemlerde, bazı kölelerin özerk ticaret yapabilme ve ücretle çalışma şeklinde, köle olmayanlara özgü haklarının olduğu görülmektedir. Öte yandan, köle olmadıkları halde, yasal kısıtlamalar ve sert sözleşme sistemleri ile zorla çalıştırılan ve çalışma şartları köleliğe eşdeğer olan çıraklar, kalfalar, işçiler, hizmetçiler, endüstriyel göçmenler, vb. çalışanların varlığı, köleliğin yasal mevzuat çerçevesinde de var olabileceğine, kavramsallaştırmanın dikkatli bir tahlili gerektirdiğine ve köleliğin yok olduğu görüşünün yanlışlığına işaret etmektedir. Bununla beraber, bu kavramsal değişkenlik ve kayganlık, köleliğe sınırlı bir tarihi tanımlama çerçevesi çizmenin nasıl sakıncalı olabileceğine dair bizleri dikkatli olmaya mecbur kılmaktadır (Craven, Hay, 1994: 71).

İngiltere’de 1875 ve Kanada’da 1877 tarihlerine kadar yürürlükte olan, “Ustalar ve Hizmetkârlar Yasası” gereği işçilerin işi bırakması veya işe gelmemesi hapis cezaları ve kamçılama ile cezalandırılmıştır (Craven, Hay 1994: 88). Bu şekilde, yasalar nezdinde zorla çalıştırma, sadece 19. yüzyılda değil, 20. yüzyılda da birçok yerde devam etmiştir. Sözde özgür işçilere dayatılan iş sözleşmeleri ve hareket kısıtlamaları, yasal mevzuat maskesi arkasından köleliği gizlemiş ve yasal işlemlerle meşrulaştırmıştır.

Günümüze geldiğinde ise, insan ticaretinin ve kaçakçılığının uygun yasal tanımına ilişkin uluslararası ilk anlaşma Birleşmiş Milletler Genel Kurulu tarafından 2000 yılında kabul edilen “Sınır aşan Örgütlü Suçlara Karşı BM Sözleşmesi” olmuştur. Sözleşme İnsan Ticareti ve Göçmen Kaçakçılığı olmak üzere iki protokolden oluşmuştur (Davidson, 2010: 248; United Nations, [UN]. 2000). Burada ki tanıma göre; tehdit ve zorlama, kaçırma, dolandırıcılık, aldatma, yetkiyi kötüye kullanma ve bireyin savunmasızlık ve güçsüzlük halinden faydalanma

yoluyla insanların ele geçirilmesi, bir yerden bir yere taşınması, devredilmesi veya teslim alınması insan kaçakçılığı olarak kabul edilmiştir. (Anderson and Davidson 2003; Calavita 2004; 133-142; Human Rights Watch [HWR], 2006; International Labour Office [ILO], 2005). Diğer taraftan, Walk Free Foundation (Özgür Yürü Vakfı) ise, modern köleliği, bir kişinin tehdit, şiddet, zorlama, aldatma, gücün kötüye kullanılması nedeniyle reddedemeyeceği veya terk edemeyeceği sömürü durumları altında bulunması olarak tanımlamaktadır. Modern köleliği tanımlarken, geleneksel köleliğe, insan ticareti/kaçakçılığına, zorla çalıştırmaya, borç esaretine, zorla ve köleleştirilerek evliliğe ve çocukların satışı ve sömürüsüne vurgu yapmaktadır (Walk Free Foundation [WFF], 2014: 114; Walk Free Foundation [WFF], 2018a: 7; Güler, 2015: 29-30). Mevcut tanımlamalar modern köleliğe dair bir çerçeve çizmeye çalışsa da, modern kölelik meselesi bu kadar basit ve yüzeysel olmayacak kadar özel ve çok yönlüdür. Yapılacak yüzeysel ve dar bir tanımlama, yasadışı göçmenlik mağdurlarının yaşadıkları modern kölelik durumlarının ve modern köleliğin ince detaylarının görünürlüğüne engellemektedir. Problem daha girift ve daha derin bir yapıdadır. Kavramsallaştırırken daha geniş çerçeveli ve daha mikroskobik bir şekilde derinlemesine bakmakta fayda vardır.

Kayıtlı ekonomi içinde, yasal olarak çalışmak için, yasal yollardan herhangi bir ülkede bulunan göçmen işçiler dahi bazen hapis, pasaporta el koyma, ücretlerin ödenmemesi, ruhsal ve fiziksel şiddet gibi kölelik unsurları taşıyan hak ihlalleri ile karşı karşıya kalmaktadır (Davidson, 2010: 249-250). İngiltere’de, zengin yabancıların ve diplomatların evlerinde çalıştırılmak üzere, aracı kurumlar vasıtasıyla, ekonomik durumu kötü olan gelişmemiş yabancı ülkelere göçmen ev hizmetçileri getirilmekte, bu hizmetçilere cinsel tacizde bulunmakta, mesai saati kavramı olmadan çalıştırılmakta ve pasaportlarına el konarak kaçmaları engellenmektedir. Ayrıca ülkeye yetişkin kadın seks işçileri ile beraber çocuk seks işçileri de getirilmektedir. Getirilen yasadışı göçmenler normal işlerde çalıştırılacakları söylenerek kandırılmakta ve geldiklerinde insan ticareti mafyalarının ağına düşerek köleleştirilmektedir. Meşru bir işte çalıştırılacağı söylenerek kandırılan, göçmen kadınlara, mafya tarafından zorla hırsızlık yaptırıldığı da bilinmektedir (Craig, vd., 2007: 1-2). Bangkok’ta yaşayan Batılı zengin ailelerin yanında göçmen ev hizmetçisi olarak çalışanların belirli bir çalışma saatlerinin olmadığı, ev sahiplerinin kendilerini hizmetçilerinin tüm zamanlarına sahip olarak gördükleri, bizzat ev sahipleri tarafından beyan edilmiştir. Ayrıca Singapur’da hizmetçilerin pasaportlarına işverenleri tarafından el konulmaktadır (Davidson,

2010: 251). Bu göçmen hizmetçiler her ne kadar da işverenleri tarafından prangaya vurulmasalar da, “karın tokluğunda” ücret alsalar da, seçim yapabilme hakları ve yaşamlarının kontrolü, bir şekilde bireylerin elinden alınmış ve üçüncü bir tarafa geçmiştir. Böylesi bir çalıştırma biçimi ve bakış açısı, her ne kadar da kendi isteğiyle olduğu iddia edilse de, kölelik kavramı ile ilgili ana kıstasların tümünü barındırmaktadır. Sözleşme yapılmış olması veya yasal bir statüde bulunması modern köleliğin bazı unsurlarının görünürlüğünü perdeleyebilir ve durumu meşrulaştırma eğiliminde olabilir. Ancak modern köleliğin bariz bir şekilde var olduğu gerçeğini ortadan kaldırmaz (Weissbrodt, Anti-Slavery International, 2002: 7).

Birleşik Krallık'ta, yürürlükte olan göçmenlik yasası, bir takım yasal statüler oluşturarak, göçmenlerin sahip olduğu özgürlükleri sınırlandırmaktadır. Bu yasal düzenlemelerin karmaşık ve anlaşılabilirliğinin zor olması göçmenlerin kolaylıkla hatalı konuma düşmelerine neden olmaktadır. Yasa dışı konuma düştüklerinde ise, kısa sürede insan kaçakçılarının ve yasa dışı mafyaların ağına düşmekten kendilerini kurtaramazlar. Çalışma izni bulunmayan, çalışma izni bulunan ama yasal kıstasları kısmen karşılayan veya izinlerinin geçerliliği sona eren göçmenler bu karmaşık yasal mevzuat nedeniyle, çalışma izni gerektirmeyen belirli sektörlerde çalışmaya itilerek çalışma hayatındaki özgürlüklerini kaybetmekte ve böylece üçüncü şahısların boyunduruğunda yaşamaya mecbur bırakılmaktadır (Anderson, 2007: 9). Göçmen hareketliliği üzerindeki bu gibi kısıtlayıcı yasal engeller, sadece Birleşik Krallık ile sınırlı kalmamakta, diğer birçok ülkedeki ulusal göçmenlik yasalarında da mevcut bulunmaktadır. Bu yasal engeller nedeniyle, göçmen işgücünün istedikleri yerde çalışma veya çalışmama hakları ve özgürlükleri maliyetli ve imkânsız bir hale getirilerek ellerinden alınmaktadır. Bu durum istihdam ilişkilerini işgücü açısından dezavantajlı bir konuma sürükleyerek, bir taraftan göçmen işgücünü yasal olarak kısıtlı hareketlilik ile adeta köleleştirirken, diğer taraftan kayıt dışı göçmen işgücü piyasasına göz yumularak sermayeye avantaj sağlanmaktadır. Yasa dışı göçmenlere sunulan çalışma kapsamı ve iş sayısı çok sınırlıdır. Yasa dışı göç nedeniyle borçlandırılmış olan göçmenler çaresizce bu kötü koşullara ve ücretlere razı olmak zorunda kalmaktadır. Bunlarla birlikte, sınır dışı edilme tehdit ve korkusu, göçmenlerin bu istismar ve sömürüye rıza göstermeleri için başka bir etkidir. ILO'nun zorla çalıştırma konulu raporu, işverenlerin sınır dışı etme tehdidini, belgesiz göçmen işçiler üzerinde, ekonomik olmayan bir zorlama biçimi olarak kullandıklarını örneklerle ispat etmektedir (International Labour Office [ILO], 2005; Davidson, 2010: 252).

Kölelik ve köle ticareti kavramı kullanıldığında insanların akıllarına genellikle ortaçağda

Afrika kıtasından Amerika kıtasına tahta gemilerle götürülen köleler gelmektedir. Bu zihinlerimize yerleşen kölelik algısı ve resmi otoritelerce köleliğin yasaklandığı iddaları, günümüzde yaşanan köleliklerin vehametini görmemize engel olan bir yanılsama yaratmaktadır. Günümüzde ticaret, küresel ölçekte gelişmekte, üretim ve tedarik yöntemleri değişmektedir. Modern köleler, artık sahte pasaportlar ve uçak biletleri ile işgücü ihtiyacı olan ülkelere göçmen olarak götürülmektedir. Bazen de köleler kamyon kasalarında pasaportsuz ve belgesiz olarak, gidilen ülkelerin sınır muhafızlarına rüşvet verilerek yasadışı göçmen işgücü piyasasına dâhil edilmekte, sahte iş sözleşmeleri ve sahte vizelerle sermayenin kullanımına sunulmaktadır (Bales, 2000: 250).

Günümüzde, genellikle az gelişmiş Afrika ülkelerinden, Avrupa ülkelerine doğru Akdeniz üzerinden tehlikeli bir yasa dışı göçmen trafiği bulunmaktadır. Açlık ve susuzlukla geçen bu göç esnasında çok sayıda ölümle sonuçlanan kazalar meydana gelmekte ve göçmenler hayatlarını kaybetmektedir. Bu tehlikeli yolculuktan sağ olarak kurtulanlar veya sahte pasaport yardımı ile güvenli bir şekilde Avrupa'ya ulaşanlar, bu kez de insan ticareti mafyalarının eline düşmekten kurtulamamaktadır. Mafyaların eline düşmeyenler ise, en iyi ihtimalle aşırı derecede kalabalık olan göçmen gözaltı merkezlerindeki polis, güvenlik görevlisi ve diğer personeller tarafından coplarla ve elektrik kablolarıyla işkenceye maruz bırakılmaktan, yatak ve tuvaleti olmayan ceza hücrelerinde tutulmaya ve temel tıbbi bakımdan mahrum bırakılmaya varan gayri insani durumlarla karşı karşıya kalabilmektedir. Aşırı derecede kalabalık olan göçmen merkezlerinde temizlik ve hijyen kuralları hiçe sayılmakta ve göçmenlerin açık havaya çıkmalarına çok nadir izin verilmektedir. Bu merkezlere avukatların sivil toplum kuruluşlarının, medya organlarının hatta rahiplerin dahi girişine katı sınırlandırmalar getirilmiştir (Human Rights Watch, 2002; Amnesty International, 2005).

İngiltere'de göçmen gözaltı merkezlerinde bulunan ailelerin doğan çocukları annelerinden koparılarak ayrı odalarda tutulmakta, "Göç ve İltica Yasası" gereği iltica talepleri ret edildiğinde ise bebekler devlet tarafından annelerinin elinden tamamen alınabilmektedir. Aileler, sınır dışı edilme tehdidi karşısında yasadışı göçmen işgücü pazarında kölelik şartlarında çalışmaya mecbur bırakılmaktadır (Cunningham, Tomlinson 2005; Refugee Council, 2003). Modern kölelik için kullanışlı bir araç olarak yasa dışı göçmenlik, insan ticareti ve kaçakçılığı yapanlar ile sermayenin ve resmi otoritelerin yollarının kesiştiği yasadışı göçmen işgücü pazarına giden çıkmaz bir yol konumundadır.

Gerek yasal gerekse yasa dışı olsun, göçmen işgücü, modern kölelik bağlamında en ağır

sorunlarla yüzleşmek zorunda kalan gruptur. Son yıllarda özellikle Birleşik Arap Emirlikleri'nde olmak üzere, körfez ülkelerinde, göçmen işgücünün maruz kaldığı modern kölelik uygulamalarında fark edilir bir artış görülmektedir. Sözleşme köleliği olarak da değerlendirebileceğimiz kafala sistemi ile bir işçinin işyerleri arasında hareketliliği katı kurallar ile engellenmekte ve fiziksel, psikolojik şiddete başvurulmaktadır. Göçmen işçilerin kendi ülkelerindeki ekonomik olumsuzluklardan dolayı oluşan aşırı borçlanmalarından ve ailelerini desteklemek zorunda olmalarından dolayı bu köleliğe katlandıkları tespit edilmiştir. Oluşan borçlanmanın büyük bir bölümünün ise, göç edilen ülkeye gelebilmek için aracı kurumlara veya tefecilere verilen paradan oluştuğu görülmektedir. Körfez ülkelerinde, kölelikten hiçbir farkı olmaksızın, göçmenlerin pasaportlarına el konulmakta, ücretleri ödenmemekte, cinsel istismara maruz bırakılmakta ve şiddet kullanılarak çalıştırılmaktadır (Human Rights Watch [HRW], 2006; Human Rights Watch [HRW], 2014). Ayrıca, Birleşik Arap Emirlikleri'nde bebek bakıcılığı ve benzeri işlerde çalışan binlerce kadının kölelik şartlarında çalıştığı yapılan görüşmelerde ortaya çıkartılmıştır (Güler, 2015: 36).

Modern köleliği besleyen kaynakları göz önünde bulundurmamak gerekmektedir. Modern köleliğe giden yolda en baskın sebebin, kayıtlı veya kayıt dışı göçmenliğin ortaya çıkmasına neden olan ekonomik sorunlardan dolayı oluşan borçlanma olduğu görülmektedir (Bales, 2002: 15; Davidson, 2013: 13). Bu borçlanmanın, kayıtlı veya kayıt dışı bir şekilde çalışılan işveren tarafından, düşük ücretler verilerek, hiçbir zaman ödenemeyecek kronik bir hal alması sağlanarak, göçmen işgücünün hareket özgürlüklerinin kısıtlandığı görülmektedir. Bununla beraber, hukuk kurallarının ve yasal mevzuatın kullanılması veya etrafından dolaşılması ile sözleşmeli kölelik için gelişerek büyüyeceği bir ortam yaratmaktadır. Modern kölelik sözleşmeli kölelik yöntemiyle meşrulaştırılmaya çalışılmaktadır. Aslında, köleliğin bariz göstergesi olan hareket özgürlüğünün üçüncü kişiler tarafından göçmenin elinden alınması ile modern kölelik inkâr edilemeyecek şekilde ortadadır. Modern köleliğe bazı toplumlarda ve inanç sistemlerinde teolojik bir altyapı dahi hazırlanmış ve bu yolla meşrulaştırılmış olduğu görülmektedir (Güler, 2015: 31; Bales, 2002: 48, 95, 121, 163). Gelenekler, dini inançlar ve bunların yönlendirmesindeki kültürel anlayışlar modern köleliğin dünyanın bazı coğrafyalarında kanıksanmasını ve meşrulaştırılmasını sağlayan diğer önemli etkidir (Crane, 2013: 19-22).

Bunlarla beraber, Uluslararası Çalışma Örgütü, Walk Free Vakfı ve Uluslararası Göç Örgütü ile ortaklaşa yayınlanan, Global Estimates of Modern Slavery'ın verilerine göre, dünyada

yaklaşık 40.3 milyon “modern köle” bulunduğu tahmin edilmektedir. Bu miktar, insanlık tarihindeki en yüksek köle sayısıdır. Yine bu rapora göre, G20 ülkeleri tarafından tedarik zincirlerinden ithal edilen yaklaşık 354 milyar dolarlık ürünün, modern kölelere ürettirilmiş olma riski bulunmaktadır (Walk Free Foundation, 2018a:2-3). Rapora göre, köleliğe karşı söylemleriyle ve yasal mevzuatlarıyla çelişir bir biçimde, Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere, Fransa, Almanya, İspanya, İtalya ve diğer bazı Avrupa ülkelerinde daha önceki yıllara göre gittikçe artan yüksek oranlarda bir köleliğin olduğu görülmektedir. Dünyanın, en fazla modern köle sayısına sahip olan ülkeleri Tablo-1’de verilmiştir (Walk Free Foundation [WFF], 2018b).

Tablo 1: Ükelere Göre Yaklaşık Modern Köle Sayıları

| | Ülke | Sayı | | Ülke | Sayı |
|----|------------|-----------|----|-----------------------------|---------|
| 1 | Hindistan | 7.990.000 | 12 | Tayland | 610.000 |
| 2 | Çin | 3.990.000 | 13 | Bangladeş | 590.000 |
| 3 | Pakistan | 3.185.000 | 14 | Myanmar | 575.000 |
| 4 | K.Kore | 2.640.000 | 15 | Mısır | 517.000 |
| 5 | Nijerya | 1.385.000 | 16 | Amerika Birleşik Devletleri | 400.000 |
| 6 | İran | 1.300.000 | 17 | Almanya | 167.000 |
| 7 | Endonezya | 1.220.000 | 18 | İtalya | 145.000 |
| 8 | Kongo | 1.050.000 | 19 | İngiltere | 136.000 |
| 9 | Rusya | 795.000 | 20 | Fransa | 130.000 |
| 10 | Filipinler | 780.000 | 21 | İspanya | 104.000 |
| 11 | Etiyopya | 615.000 | | | |

Kaynak: Walk Free Foundation, Data Maps, 2018b.

4. Modern Köleliğin Küresel Üretim ve Tedarik Zincirlerindeki Görünümleri

Modern kölelik, mülkiyete dayalı kölelik, borç esareti, sözleşmeli kölelik, devlet köleliği, yerel esaret ve dinsel kölelik şeklinde farklı görünümde karşımıza çıkmaktadır (Güler, 2015). Küresel üretim ve tedarik zincirlerinde yaşanan işgücü sömürsü, modern kölelik kavramının çerçevesine girmektedir. Küresel üretim ve tedarik zincirlerinde, bir insanın, tedarik zinciri boyunca, hammaddelerin kaynağından çıkartılarak, nihai ürün haline getirilmesine ve müşteriye ulaştırılmasına kadar olan tüm hizmet ve üretim safhalarını içeren

herhangi bir işyerinde, bireysel özgürlüklerinden ve insan haklarından yoksun bir şekilde çalıştırılması, modern köleliğin bir tezahürüdür (Gold, 2015: 487).

Günümüzde, modern köleliğin varlığının gözlemlendiği küresel üretim ve tedarik zincirlerinde, yasadışı göç sonucu bulunulan ülkelerdeki üretim yerlerinde kayıt dışı çalışanlar, göçmenler, çocuk ve kadın işçiler dahil olmak üzere, güvencesiz işçilere karşı yürütülen şiddetli ve acımasız uygulamalar, insan haklarına saygı noktasındaki tüm standartları ihlal ederek, köleliğin inkar edilemez varlığını gözler önüne sermektedir (Phillips, 2017:434).

Modern kölelik hususunda sicili kabarık olan Tayland'da, küresel üretim tedarik zincirlerinin hesabına çalışan alt işverenlere bağlı taşeron işçilerin, ailelerinin en temel yaşamsal ihtiyaçlarını dahi karşılayamayacak düzeyde düşük ücretler karşılığında çalışmayı tercih etmek zorunda bırakıldıkları görülmüştür (Selwyn, 2015:522). Bununla beraber, hiç ücret verilmeden karın tokluğuna çalışan işçilerinde olduğu bir gerçektir. Çünkü, Tayland'da, yasadışı göç yolu ile insan kaçakçıları tarafından iş vaadi ile kandırılıp, ele geçirilen çaresiz insanlar, kölelik şartlarında zorla çalıştırılmaktadır. Taylandlı yetkililer bu gayri insani durumu görmezden gelmektedir. Yerel polisten, üst düzey politikacılara ve yargı mensuplarına kadar birçok kişinin bu yasadışı duruma suç ortağı oldukları ve bu gayri insani duruma göz yumdukları görülmüştür. Bu nedenle, bu modern köleler genellikle kaçma fırsatı bulduklarında dahi sığınacakları hiçbir yer bulunmamaktadır. Tayland'da her yıl yaklaşık 4,5 milyon ton deniz ürününün büyük bir kısmı göçmen modern köleler tarafından çıkarılarak işlenmekte ve bunun yaklaşık % 90' ı, ABD ve AB ülkeleri gibi gelişmiş batı ülkelerinde ki küresel perakende zincirlerine ihraç edilmektedir. Charoen Pokphand Foods şirketine ait gemiler, yerel ve küresel şirketler için balık ve kabuklu deniz ürünleri avlamaktadır. Bu balıklar, gemilerde ayıklanarak, karides, domuz ve tavuk yetiştiriciliği için hayvan yemi üreten "CP Foods" gibi çok uluslu küresel şirketlere de ihraç edilmektedir. "CP Foods" ise Walmart, Tesco, Carrefour, Costco, Morrisons, Co-operative ve Ice-land dahil olmak üzere dev uluslararası küresel perakende zincirleri için dondurulmuş veya taze karidesler ve hazır yemekler tedarik etmektedir. Bu gemilerde çalıştırılan işçiler, buldukları yerden ayrılmalarına izin verilmemekte, günde sadece bir tabak pirinçle yetinmekte, sıkışık uyku alanlarından ve düzensiz uyku vakitlerinden dolayı uykusuz kalmakta, tuvalet molası verdikleri takdirde dövülmekte, çok hasta olanlar ise tedavisi ile uğraşılmayarak denize atılmaktadır. Bu gibi gayri insani durumlar, köleliğin modern boyutlarını gözler önüne

sermektedir. Köle gemileri, bir seferde bazen denizde on yıllarca kalmakta, bu süre zarfında bir tekneden diğerine köle ticareti dahi yapıldığı bildirilmektedir (Hodal, Kelly, 2014; Gold, vd., 2015: 486).

Mevcut olumsuz durumlar dünyanın değişik ülkelerinin küresel sermayelerine ait üretim ve tedarik zincirlerinde de görülmüştür. Bunlardan birisi olan, ABD spor ayakkabı pazarının yaklaşık % 36'sını ve küresel spor ayakkabı pazarının yaklaşık % 33'ünü elinde bulunduran Nike markası, dünyanın çapında hatırı sayılır bir bilinirliğe sahiptir. 90'lı yıllarda, Nike ürünlerinin üretildiği, Endonezya, Kamboçya, Pakistan, Çin ve Vietnam'daki taşeron tedarikçi fabrikalarında, düşük ücretli işçiler, çocuk işçiliği ile kötü çalışma koşulları sorunlarının yaşandığı ortaya çıkınca firma bundan dolayı olumsuz bir imaja sahip olmuştur. Kurucusu Phil Knight, yaptığı konuşmada, "Nike ürünleri kölelik düzeyinde düşük ücretler, zorla fazla mesai ve keyfi taciz ile eşanlamlı hale geldi" diyerek bu durumu itiraf etmiştir. Nike bu problemlerin giderilmesi için kendisine bağlı eğitimli Fair Labour Association ile tedarikçilerini denetlemeye çalışmıştır. Buna rağmen, 2007 yılında yapılan araştırmada, Nike'ın tedarikçisi olan bazı fabrikalarda çalışan yerel ve yabancı göçmen işgücüne karşı karşıya kaldığı, düşük ücretler, aşırı çalışma saatleri veya taciz gibi modern kölelik unsurları taşıyan sorunların hala yaşandığı görülmüştür (Locke, Romis, 2007: 54).

Bir diğer vahim durum yine Tayvan'da Apple firmasıyla ilgili olarak tespit edilmiştir. Apple firmasının ürünleri olan, iPad ve iPhone'a ait üretim ve tedarik zincirinde yer alan, Tayvanlı şirket Foxconn'daki kurallara aykırı çalışma koşulları nedeniyle işçi intiharları gerçekleşmiştir. Bununla beraber, dünya genelinde yaklaşık 400 tedarikçisini inceleyen denetimler sonucu 11 tedarikçisinin sahte evraklarla çocuk işçi çalıştırdığı ortaya çıkmıştır. Çin'de, Apple için üretim yapan tedarikçi firmada çocuk işçiler tespit edilmiştir. Bu çocuk işçilerin yasa dışı çalıştırılmaları için, bölgenin en büyük işçi temin eden kuruluşu olan Shenzhen Quanshun İnsan Kaynakları Şirketi'nin aracılık ettiği anlaşılmıştır. Çocuk işçi çalıştırılmasının yanı sıra, normal yaşlardaki insanlar da bir takım iş bulma ajansları tarafından işe sokma vaadiyle borçlandırılmakta ve bu borç ödeninceye kadar çocuk işçiler gibi bedava ve zor şartlar altında yasadışı bir şekilde çalıştırılmaktadır. Tedarik zincirinde yer alan, 90 üretim fabrikasında işçileri keyfi cezalandırmak suretiyle, maaşlarına ya tamamen ya da kısmen el konulduğu tespit edilmiştir (Garside, 2013).

Bununla beraber, 2011 yılında Apple'a ait tedarik zincirinin Çin'de bulunan 127 üretim fabrikasında yapılan inceleme sonucu oluşturulan rapora göre, 76 üretim tesisinde, çalışma

saatleri standartlarının ihlal edilerek, haftalık çalışma saatlerinin %50 üzerinde bir fazla çalıştırmanın, işçilere başka seçenek hakkı tanınmadan uygulandığı tespit edilmiştir (Global March, 2011). Apple firması için üretim yapan Çin’li Suyin Şirketine ait bir fabrika’da, 2013 yılında çocuk işçilerin yasa dışı bir şekilde çalıştırıldıkları tespit edilmiştir. Ancak Apple, bu tedarikçi firmayla ilişkisini hemen kesmemiştir. Bu olaydan 3 yıl sonrasına kadar aynı firma ile tedarik ilişkisine devam etmiştir. Apple’ın küresel üretim ve tedarik zincirinde yer alan tedarikçilerinin denetiminde sorumlu eski denetçiler, Çin’li Suyin firması ile olan ilişkisini kesmeme durumunun münferit bir durum olmadığını, Apple’ın kanunlara uymayan ve işyeri güvenliğini iyileştirmeyen tedarikçilerle iş yapmayı alışkanlık haline getirerek, sürdürdüğünü ifade etmiştir. Bununla beraber, Apple’ın Çin’deki tedarikçi fabrikalarında, Uygur Türklerinin gayri insani bir şekilde modern kölelik şartlarında çalıştırıldığı da bilinmektedir. ABD’li bazı milletvekilleri, ABD şirketlerinin Uygur Türklerini gayri insani şartlarda çalıştırılmasının engellenmesi için yasa tasarısı hazırladığında, Apple bu tasarıyı engellemek için lobi faaliyetleri yürüterek, elinden gelen tüm çabayı göstermiştir (Sonnemaker, 2021).

Medeniyetin beşiği olarak bilinen İngiltere’nin Leicester şehrinde, giyim endüstrisinin büyük markalarının tedarik zincirinde yer alan fabrikalar üzerinde yapılan bir araştırmada, çalışanların hareket özgürlüklerinin kısıtlandığı, ücretlerinin eksik ödendiği veya hiç ödenmediği, iş sözleşmelerinin yapılmadığı şeklinde, çalışma ve istihdam hakları ve insan hakları yönünden çok büyük ihlallerin olduğu tespit edilmiştir. Çalışanların sağlık sorunlarına yönelik duyarsızlıklar, işyerlerindeki yetersiz sağlık ve güvenlik standartları, işçilere sözlü ve cinsel tacizler, zorbalık boyutunda muameleler, tehditler, aşağılamalar, tuvalet molalarının olmaması gibi gayri insani durumların yaşandığı ortaya çıkmıştır. Yönetim tarafından, işçilerin kontrolünde olmayan hatalardan dolayı veya performans hedeflerine ulaşılamamasından dolayı ya ücretleri ödenmemekte ya da işçilere çok kaba ve insan onuruna yakışmayan muameleleri içeren cezalar verildiği görülmektedir. Bu işyerlerinde, öğrenci veya turist vizesi ile ülkede bulunanların ve belgeli veya belgesiz kaçak göçmenlerin, gerek ekonomik yoksulluklarından ve borçlarından, gerekse yasal mecburiyetlerinden faydalanılarak, tehdit ve kaba kuvvet yoluyla yasa dışı bir şekilde, kölelik şartlarında çalıştırıldıkları ortaya çıkmıştır. Genellikle ağır gece vardiyalarında, ya çok düşük ücretlerle karın tokluğuna çalıştırıldıkları veya borçlandırılarak bu borç karşılığında hiç ücret verilmeden çalışmak zorunda bırakıldıkları tespit edilmiştir (Hammer, 2015: 9). Ortaya çıkan bir diğer acı gerçek ise, denetlemeler öncesinde bir şekilde fabrika yönetimine haber verilerek, mevcut

olumsuzlukların gizlenmesinin sağlanmasıdır. Bu da denetlemekle yetkili olan mekanizma içerisinde zafiyetler olduğunun en belirgin göstergelerinden birisidir (Hammer, 2015: 10). Denetleyiciler denetlemeyi yaptıran ana firmaların sadece birinci kademe üretim yerlerini ve buralardaki belirli kısımları denetlettiğini, daha alt üretim yerlerini ve işgücünün çalışma koşullarına dair birçok başlığın, denetleme klavuzlarında yer almadığını belirtmişlerdir. Araştırmanın bulgularına bakıldığında, çalışma ortamlarının denetimlerinde oluşan zafiyetin ve usulsüzlüklerin modern köleliğin beslendiği en önemli kaynak olduğunu bir kez daha gözler önüne sermektedir (Le Baron, vd., 2017: 968; Kroll, 2012).

5. Sonuç

Küreselleşen dünyanın en önemli gelişmelerinden birisi üretim ve tedarik yöntemlerinin değişmesi ve buna bağlı olarak üretim yerlerinin sabit ve yerleşik mekânlardan, dünya geneline yayılmasıdır. Daha önce herhangi bir ülkede yerleşik olarak üretim yapan işverenler, teknolojik ilerlemeler ve buna bağlı olarak küreselleşme gibi gelişmeler ile beraber daha fazla kâr ve artı değer doyumsuzluğu ile hareket ederek, ürünlerini dünyanın en ucuz ve çaresiz işgücünün bulunduğu ülkelerde üretirme yöntemini tercih etmiştir. Bununla beraber, ana üretim merkezlerinin yerleşik bulunduğu ülkelerinde de, az gelişmiş ülkelerin yoksul insanların tercih etmek zorunda bırakıldıkları ve başka çarelerinin olmadığı göçmenliğin çok ucuz hatta bedava iş gücü havuzundan da faydalanmaktan geri durmamışlar, bu havuza akan kanalların ve muslukların sürekli akması için perde arkasından gayretlerini sürdürmüşlerdir. Küresel üretim ve tedarik zincirleri, neo-liberal esneklikleri ve kuralsızlaştırmaları da tedarik ve üretim zincirlerinin taşeronlarının bulunduğu ülkelere taşımıştır. Küresel üretim ve tedarik zincirlerinin uyguladığı yalın üretim sistemi ve onun bir nevi yakıtı konumundaki esneklikler ve kuralsızlaştırmalar sermaye açısından avantajlar sağlamış olsa da, işgücü açısından sömürünün artmasına ve modern köleliğin meşrulaştırılarak dünya geneline yayılmasına neden olan en büyük etkenlerdendir.

Bununla beraber, esnekleşme ile kuralsızlaştırmaların neticesinde, sosyal devletin ortadan kaldırılarak, hızla savunmasız bir topluma doğru gidileceği endişeleri toplumları kaygılandırmaktadır. İşgücü piyasasının, salt sermayenin merhametine kalması, açıklık sınırında ücretler, çalışanların birbirleriyle kutuplaşarak kendi aralarında çatışması, kayıt dışı işgücü piyasasının kontrol edilememesi sonucunda kayıt dışı bir ekonominin oluşması, kontrol dışı

bir işsizlik ve buna bağlı olarak toplumsal güvensizliğin baş göstermesi ve kontrol edilemeyen toplumsal kargaşa anlamına gelmektedir.

Tedarik zincirinin taşeron firmaları arasında oluşan kıyasıya ve acımasız rekabet sonucu, resmen kabul edilmese ve birçok uluslararası düzenleme olmasına rağmen gerçekte kölelik şartlarındaki gayri insani çalışma şekilleri gittikçe daha da şiddetli bir hale dönüşmüştür. Özellikle yasa dışı göçmenlerin kullanıldığı bu taşeron işletmeler, resmi otoritelerin ve ana işverenlerinde göz yumması sayesinde modern kölelik müessesesini sürdürmektedir. Bununla beraber, kapitalist neoliberal ekonomik sistemin adaletsizliklerinin bir sonucu olan yasa dışı göçmenlik olgusu, ucuz ve hatta bedava işgücünü sermayenin ayağına kadar getiren bir modern kölelik çarkı oluşturmuştur. Kapitalist neoliberal sistem, dünya ülkelerinin çok azı dışında genelini yoksullaşmasına ve insanların ödeyemeyecekleri düzeyde borçlanmasına neden olmakta ve sonucunda zincirleme bir reaksiyon süreci başlayarak modern kölelik ile neticelenmektedir. Bu çark içerisinde, insan kaçakçıları ve resmi otoritelerin sermaye ile aynı modern köle sofrasında bulunduğu görülmektedir.

Modern kölelik olarak kavramsallaştırılan bu sömürü, yasadışı göçmenlik, insan ticareti ve zorla çalıştırma kavramlarını kapsayan geniş çerçeveli bir olgudur. Borç sorunlarından ve aşırı yoksulluktan dolayı, ülkelerini terk etmek ve başka ülkelere doğru göç etmekten başka seçim hakkı bırakılmayan çaresiz göçmenlerin gayri insani şekillerde çalışmaya mecbur bırakılmaları ve çalışma ortamlarının denetlenmesinde yaşanan etik dışı durumlar, modern köleliğin artarak devam etmesine yol açmaktadır. Bu noktada, ekonomik zorluklar sonucunda insanlar göçmenlik amacıyla, insan ticareti yapan mafyaların eline düşmekte ve neticede zorla çalıştırılmayı da kapsayan kölelik döngüsü devam etmektedir. İnsan kaçakçılarının eline düşmeyenler de ülkelerin göçmen merkezlerinde insan onurunu zedeleyici muamelelere maruz kalarak modern köleliğin resmi otorite yönü ile tanışmaktadır.

Zorla çalıştırma, kaba kuvvet ve şiddet kullanılarak yapılmasının yanı sıra, kaba kuvvet ve şiddet olmasa bile göçmenlerin ekonomik ve yasal zorunluluklarının başka seçim hakkı tanımamasından kaynaklı olarak hareket ve tercih özgürlüklerini kaybetmelerinden dolayı, boyun eğme ve razı olma şeklinde de cereyan edebilmektedir. Tek seçeneğin dayatılmış olması ve bu seçeneğin seçilmek zorunda kalınması seçme özgürlüğü olarak değerlendirilemez. Gönüllü çalışsa dahi en kötü şartlar arasında sıkıştırılmış bir çaresizliğin sonucu oluşan bu çalışma seçimi de kölelikten başka bir şey değildir. Göçmen olarak bulunulan ülkelerde yasal statüler ve çerçevelere mâhkum edilen yasal ve yasa dışı göçmenler, resmi otoritelerin de göz

yumması ile sermaye tarafından kullanılacak bir modern köle havuzuna dönüştürülmektedir. Bu havuz hem gelişmiş ülkelerin ucuz işgücünü hem de sermayenin küresel üretim ve tedarik zincirlerini beslemektedir. Ancak diğer taraftan bu havuz, yoksulluk, insan ticareti, zorla çalıştırma, suç ve nihayetinde modern kölelik döngüsünün sürekliliğini sağlamaktadır.

Modern köleliğin küresel üretim ve tedarik zincirlerine bakan yönü incelendiğinde, taşeron üretim yerlerinde göstermelik denetimlerin yapıldığı görülmektedir. Küresel üretim ve tedarik zincirlerinin küçük alt taşeronlarının üretim yerlerinde modern kölelik olarak tabir edebileceğimiz insan hakları ihlallerinin, kanunsuzlukların olduğu bir çok örnekle sabit olduğu üzere inkâr edilemez bir gerçektir. Daha da vahim olan noktanın ise, bu yerleri denetleyen sivil toplum örgütü, firma ve resmi otoritelerin etik dışı bir şekilde yaşanan kanunsuzlukları görmezden gelmeleridir. Sermayenin aslında bu denetlemeleri sadece bir imaj ve kamuoyunun gözünü boyama amaçlı yaptırdığı sonucuna varan birçok örnek bulunmaktadır. Bu, sosyal veya siyasi amaç güden sivil toplum kuruluşlarının ve kâr amacı güden özel denetim şirketlerinin yaptığı göstermelik denetimler ile resmi otoritelerin bu uygunsuzlukları görmezden gelmeleri modern köleliğin boyutlarının katlanarak büyümesinde en büyük rolü oynamaktadır. Bu alt üretim yerlerinde, köleleştirilen işgücü, denetimlerin yapılmamasının da etkisiyle, kaderlerine terk edilmiş bir vaziyette gün geçtikçe daha şiddetli bir şekilde sömürülmektedir.

İçinde bulunulan neoliberal kapitalist sistemin sermayeye verdiği güç ve kuralsızlaştırmaların dayatması ile uluslararası kuruluşlar, sendikalar ve hatta devletler sermaye karşısında güçsüzleşmiştir. Bu nedenle sermayenin arzuladığı ucuz işçilik ve buna bağlı olarak daha fazla kâr hedefi doğrultusunda modern kölelik şekilleri alabildiğine yaygınlaşmıştır. Yasal olarak yasaklansa dahi kanunların ve devletlerin, sermayenin gücü karşısındaki etkisizliği, özellikle göçmen işgücü başta olmak üzere tüm işgücünü ve tüm modern kölelik mağdurlarını çaresizlik içerisinde bırakmaktadır. Biran önce devletlerin, sendikaların ve uluslararası kuruluşların sermayenin bu doyumсу aşırı iştahını dizginlemesi gerekmektedir.

Bununla beraber, modern köleliğin beslediği diğer kaynaklardan olan ve bazı coğrafyalarda baskın bir şekilde bulunan sosyokültürel ve teolojik dogmalar ile bunlara bina edilen dayatmalar noktasında ise toplumların bilinçlendirilmesi ve insan onuruna yakışır bir bakış açısı ve duruş kazandırılması gerekmektedir. Yer küremizde bütün sorunların doğduğu ana sorunlardan birisi bu bilinç eksikliği ve bakış açısı sorunudur. Doğal olarak çözüm için de ilk olarak bu noktadan başlanmalıdır. Problemlerin temelinde yatan bu zihniyet ve bakış açısı

problemi, eğitim yolu ile çözülmeyen, insanların entelektüel sorgulama ile beraber yanlışları görerek düzeltme mekanizması aktive edilmeden yapılacak tüm çözüm arayışları yüzeysel kalarak, sorunu daha da şiddetlendirecektir. Modern kölelik sorunu görüldüğü üzere disiplinler arası bir yaklaşımla incelenmesi gereken hassas bir sorundur. Kavramsallaştırma doğru yapılarak problemin doğru teşhisi sağlanmadıkça kalıcı bir çözüme ulaşılamayacaktır.

Kaynakça

Amnesty International (2005). *The Treatment of Foreign Nationals Detained In Temporary Stay And Assistance Centres*. Statements and Reports.
<https://www.amnesty.eu/news/versione-italiana-ugualmente-disponibile/> E.T. 05.08.2021.

Anderson, B. & Davidson J. O'C. (2003). *Is Trafficking in Human Beings Demand Driven? A Multi-Country Pilot Study*. IOM Migration Research Series. 15. International Organization for Migration. Geneva: IOM. https://publications.iom.int/system/files/pdf/mrs_15_2003.pdf.

Anderson, B. (2007). *Battles in Time: The Relationship Between Global and Labour Mobilities*. Centre on Migration, Policy and Society. Working Paper no. 55. University of Oxford.
https://www.compas.ox.ac.uk/wp-content/uploads/WP-2007-055-Anderson_Global_Labour_Mobilities.pdf

Ansal, H. (1996). *Esnek Üretimde İşçiler ve Sendikalar (Post-Fordizm'de Üretim Esnekleşirken İşçiye Neler Oluyor?)*. Birleşik Metal İş Sendikası Yayınları.
http://birlesikmetal.org/kitap/kitap_99/1999-3.pdf.

Bales, K. (2000). *Disposable People: New Slavery in the Global Economy*. Berkeley: University of California Press. <https://www.jstor.org/stable/10.1525/j.ctt1pp4n3>

Bales, K. (2002). *Kullanılıp Atılanlar, Küresel Ekonomide Yeni Kölelik*. Çev. Pınar Övünç. Çitlembik Yayınları. İstanbul.

Baykasoğlu, A., Dereli T. (2001). "Çevik (Tepkisel) Üretim". *Otomasyon Dergisi*. Aralık Sayısı. 132-136.

Berggren, C. (1993). "Lean Production- The End of History?". *Work, Employment & Society*. 7(2). 163-188. <https://www.jstor.org/stable/23747418>

Brace, L. (2004). "Slaveries and Property: Freedom and Belonging". In: *The Politics of Property: Labour, Freedom and Belonging*. 160-184. Edinburgh: Edinburgh University Press.
<http://www.jstor.org/stable/10.3366/j.ctvxcrqd1.12>

Calavita, K. (2004). "Work, Immigrant Marginality, and Integration in New Countries of Immigration". In: G. Gonzalez, R. Fernandez, V. Price, D. Smith and L. V. (eds). *Labour Versus Empire*. New York: Routledge. 133–42. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/oa-edit/10.4324/9780203327180-9/work-immigrant-marginality-integration-new-countries-immigration-d%C3%A9j%C3%A0-vu-kitty-calavita>.

Clifford, S., Greenhouse S. (2013). "Fast and Flawed Inspections of Factories Abroad". *The New York Times*. https://www.nytimes.com/2013/09/02/business/global/superficial-visits-and-trickery-undermine-foreign-factory-inspections.html?pagewanted=all&_r=0. E.T:13.04.2021.

Correa, H. (2001). "Agile Manufacturing as the 21st Century Strategy for Improving Manufacturing Performance". In: *Agile Manufacturing: The 21st century Competitive Strategy*. Oxford: Elsevier Science Ltd.

Craig, G., Gaus A., Wilkinson M., Skrivankova K. & Aidan McQuade (2007). "Modern slavery in the United Kingdom". Reports. *Joseph Rowntree Foundation*. <https://www.jrf.org.uk/report/modern-slavery-united-kingdom>. E.T. 05.08.2021.

Crane. A. (2013). "Modern Slavery As a Management Practice: Exploring The Conditions and Capabilities For Human Exploitation". *Academy of Management Review*, 38(1). 49-69. <http://www.jstor.org/stable/23416302>

Craven, P. & D. Hay (1994). "The Criminalization of Free Labour: Master and Servant in Comparative Perspective", in: P. Lovejoy and N. Rogers (eds.). *Unfree Labour In The Development Of The Atlantic World*. London: Routledge. 71–101. <https://doi.org/10.1080/01440399408575127>

Cunningham, S. & Tomlinson, J. (2005). "Starve Them Out: Does Every Child Really Matter? A Commentary On Section 9 Of The Asylum And Immigration (Treatment Of Claimants, Etc.) Act, 2004". *Critical Social Policy*. 25(2). 253-275. <https://doi.org/10.1177/0261018305051330>

Davidson. J. O'C. (2010). "New Slavery, Old Binaries: Human Trafficking And The Borders Of Freedom". *Global Networks*.10(2). 244-261. <https://doi.org/10.1111/j.1471-0374.2010.00284.x>

Davidson. J. O'C. (2013). "Troubling Freedom: Migration, Debt, and Modern Slavery", *Migration Studies*. 1(2). 176-195.

Deutschmann, C., & Weber, C. (1987). "Das Japanische Arbeitsbienen-Syndrom: Auswirkungen der Rundum-Nutzung der Arbeitskraft auf die Arbeitszeitpraxis am Beispiel Japans". PROKLA. *Zeitschrift für Kritische Sozialwissenschaft*. 17(66). 31–53. <https://doi.org/10.32387/prokla.v17i66.1347>

Dicle, Ü. (1995). "Kalite Çevrimleri: Sorun Çözmede Grup Yaklaşımı". *Kalite Kontrol Grupları Semineri*. MPM Yayınları. No: 320. Ankara.

Flecker, J. (2009). "Outsourcing, Spatial Relocation and the Fragmentation of Employment". *Competition and Change*.13(3). 251-266. <https://doi.org/10.1179/102452909X451369>.

Garside, J. (2013). "Child Labour Uncovered In Apple's Supply Chain". *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/technology/2013/jan/25/apple-child-labour-supply>. E.T:15.04.2021.

Gee, J. P., Hull G. & Lankshear C. (2018). *The New Work Order: Behind the Language of the New Capitalism*. Routledge Taylor & Francis Group. New York. <https://doi.org/10.4324/9780429496127>.

Gereffi, G. & Korzeniewicz M. (1994). *Commodity Chains And Global Capitalism*. Westport, CT: Greenwood Publishing Group.

Global March, (2011). *Child Labour Growing in Apple Supply Chain*. Worldwide News. <https://globalmarch.org/child-labour-growing-in-apple-supply-chain/>. E.T: 15.04.2021.

Gold, S., Trautrim, A. & Trodd, Z. (2015). Modern slavery challenges to supply chain management. *Supply Chain Management: An International Journal*. 20(5). 485–494. Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/SCM-02-2015-0046>.

Gunasekaran, A. (2001). "Agile Manufacturing: The 21st Century Competitive Strategy". Oxford: Elsevier Science Ltd.

Güler, M. A. (2015). "Modern Kölelik ve Modern Köleliğin Görünümleri". *İş ve Hayat*. 1(2). 23-46. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/isvehayat/issue/29032/310457>.

Hardoon, D. (2017). *An Economy for the 99%: It's time to build a human economy that benefits everyone, not just the privileged few*. Oxfam Briefing Paper. <https://www.oxfam.org/en/research/economy-99>

Henderson, J., Dicken P., Hess M., Coe N. & Wai-Chung Yeung, H. (2002). "Global Production Networks And The Analysis Of Economic Development". *Review of International Political Economy*. 9(3). 436-464. <https://doi.org/10.1080/09692290210150842>.

Hodal, K. & Kelly C. (2014). "Trafficked into slavery on Thai trawlers to catch food for prawns". *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/global-development/2014/jun/10/-sp-migrant-workers-new-life-enslaved-thai-fishing>. E.T:12.04.2021.

Hormozi, A. M. (2001). "Agile Manufacturing: the Next Logical Step". *Benchmarking: An International Journal*. 8(2). 132-143. <https://doi.org/10.1108/14635770110389843>

Hammer, N. Plugor R., Nolan, P. & Clark, I. (2015). "A New Industry On A Skewed Playing Field: Supply Chain Relations And Working Conditions In UK Garment Manufacturing". Report. London: University of Leicester. https://leicester.figshare.com/articles/report/New_industry_on_a_skewed_playing_field_supply_chain_relations_and_working_conditions_in_UK_garment_manufacturing_Focus_area_-_Leicester_and_the_East_Midlands/10145732

Human Rights Watch (2002) *Nowhere To Turn: State Abuses of Unaccompanied Migrant Children By Spain And Morocco*. <https://www.hrw.org/legacy/reports/2002/spain-morocco/spnmorc0502.pdf>

Human Rights Watch (2006) *Building Towers, Cheating Workers: Exploitation of Migrant Construction Workers in The United Arab Emirates*. HRW Report. 18 (8). <https://www.hrw.org/report/2006/11/11/building-towers-cheating-workers/exploitation-migrant-construction-workers-united>. E.T. 02.08.2021.

Itoh, M. (1992). "Japan in a New World Order". *The Socialist Register*. London. 28. 197-211. <https://socialistregister.com/index.php/srv/article/view/5614/2512>

Investing, (2021). *Walmart stores income statement*. Investing.com. <https://tr.investing.com/equities/wal-mart-stores-income-statement>. E.T:16.04.2021.

International Labour Office [ILO], (2005). *A Global Alliance Against Forced Labour*. International Labour Conference 93rd Session. Geneva: International Labour Office. <https://www.ilo.org/public/english/standards/relm/ilc/ilc93/pdf/rep-i-b.pdf>. E.T. 04.08.2021.

Kenney, M. & Florida, R. (1993). *Beyond Mass Production: The Japanese System and Its Transfer to the U.S*. Oxford University Press.

Kippenberg, J. (2020). "COVID-19 Puts Millions of Global Supply Chain Workers at Risk". Human Rights Watch. <https://www.hrw.org/news/2020/04/02/covid-19-puts-millions-global-supply-chain-workers-risk>. E.T:10.04.2021.

Kroll, A. (2021). "Are Walmart's Chinese Factories as Bad as Apple's?" Mother Jones. Environment. <https://www.motherjones.com/environment/2012/03/walmart-china-sustainability-shadow-factories-greenwash/>. E.T:16.04.2021.

Le Baron, G. & Lister, J. (2015). "Benchmarking global supply chains: the power of the 'ethical audit' regime". *Review of International Studies*. 41(5). 905-924. <https://doi.org/10.1017/S0260210515000388>.

Le Baron, G., Lister, J. & Dauvergne, P. (2017). "Governing Global Supply Chain Sustainability Through the Ethical Audit Regime". *Globalizations*. 14(6). 958-975, <https://doi.org/10.1080/14747731.2017.1304008>.

- Locke, R. & Romis, M. (2007). "Improving Work Conditions in a Global Supply Chain". *Mit Sloan Management Review*. 48(2). 54-62.
- McAdam, R., McCormack D. (2001), "Integrating business processes for global alignment and supply chain management", *Business Process Management Journal*, 7(2). 113-130. <https://doi.org/10.1108/14637150110389696>.
- Mosley, L. (2017). "Labor and the Global Political Economylocked". *Oxford Research Encyclopedias of Politics*. Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.189>.
- Özkan, A. & Aksoylu, S. (2002). "Kaizen ve Faaliyete Dayalı Maliyetlemenin Birlikte Uygulanabilirliği". *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*. 4(3). 49-63.
- Özüğurlu, M. (2009). "Taşeronlaşma, Güvencesiz İstihdam Ya Da 'Hayatta Dikiş Tutturamama' Halleri Üzerine". *Memleket Siyaset Yönetim*, 4(9). 122-128.
- Phillips, N. (2017). "Power and Inequality in the Global Political Economy". *International Affairs* 93(2). 429-444. <https://doi.org/10.1093/ia/iix019>.
- Pollert, A. (1988). "Dismantling Flexibility". *Capital and Class*. 12(1). 42-75. <https://doi.org/10.1177%2F030981688803400107>
- Refugee Council, (2003). *Charities tell government to stop detaining refugee children*. https://www.refugeecouncil.org.uk/latest/news/1041_charities_tell_government_to_stop_detaining_refugee_children/. E.T. 05.08.2021
- Sarlak, M. A. (2010). *The New Faces of Organizations in the 21st Century: A Management and Business Reference Book*. Toronto: Naisit Publishers.
- Sayer, A. (1986). "New Developments in Manufacturing: The 'Just-in-Time' System". *Capital and Class*. 10(3). <https://doi.org/10.1177%2F030981688603000105>
- Sayer, A. (1989). "Post-Fordism in Question", *International Journal of Urban and Regional Reseach*. 13(4). <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.1989.tb00141.x>
- Selwyn, B. (2015). "Twenty-First-Century International Political Economy: A Class-Relational Perspective". *European Journal of International Relations*. 21(3). 513-537.
- Sethi, V. & King, W. R. (1998). *Organisational Transformation Through Business Process Reengineering: Applying Lessons Learned*. London: Pearson Education.
- Schonberger, R.J. (1982). *Japanese Manufacturing Techniques*. New York. The Free Press.
- Sipper, D. & Bulfin R. L. (1997). *Production Planning Control and Integration*. Mc Graw-Hill College. International Editions. Industrial Engineering Series.

Sonnemaker, T. (2021). "Apple Knew A Supplier Was Using Child Labor But Took 3 Years To Fully Cut Ties, Despite The Company's Promises To Hold Itself To The 'Highest Standards,' Report Says". *Business Insider*. <https://www.businessinsider.com/apple-knowingly-used-child-labor-supplier-3-years-cut-costs-2020-12>. E.T:15.04.2021.

Steinfeld, R. (2001). "Introduction: Free Wage Labor in the History of the West". In: *Coercion, Contract, and Free Labor in the Nineteenth Century*. Cambridge Historical Studies in American Law and Society. Cambridge: Cambridge University Press. 1-26. doi:10.1017/CBO9780511549564.001

Şenkal, A. (2017). *Küreselleşme Sürecinde Sosyal Politika*. Kocaeli. Umuttepe Yayınları.

Şenkal, A. (2021). *Yoksulluğun Politik Ekonomisi*. Ankara. Nobel Yayınları.

Taniş, V. N. , (1992). "Maliyet Muhasebesi Açısından Sıfır Stokla Üretim Just in Time Sistemi". *Verimlilik Dergisi*. 4. 99.

T.C. Ticaret Bakanlığı, (2020). *Norveç Ülke Profili*. Data. Dış Temsilcilikler ve Uluslararası Etkinlikler Genel Müdürlüğü. https://ticaret.gov.tr/data/5f3b9de913b876ea88e4ca85/Norvec%20%C3%BClke%20profili_e_kim_2020.pdf. E.T: 16.04.2021.

Tomaney, J. (1990). "The reality of workplace flexibility". *Capital & Class*. 14(1). 29–60. <https://doi.org/10.1177/030981689004000104>

United Nations, [UN]. (2000). *Protocol to Prevent, Suppress and Punish Trafficking in Persons Especially Women and Children, supplementing the United Nations Convention against Transnational Organized Crime*. <https://www.ohchr.org/en/professionalinterest/pages/protocoltraffickinginpersons.aspx>. E.T. 04.08.2021.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2013). *World Investment Report. Global value chains: Investment and trade for development*. Geneva: United Nations Publication. https://unctad.org/system/files/official-document/wir2013_en.pdf. E.T: 14.04.2021.

United Nations Conference on Trade and Development. (2017). *World Investment Report: Investment and the Digital Economy*. Geneva: UNCTAD. <https://www.un-ilibrary.org/content/books/9789210607032/read>. E.T: 07.04.2021.

Vallas, S. P. (1999). "Rethinking Post-Fordism: The Meaning of Workplace Flexibility". *American Sociological Association*. 17(1). 68-101. <https://doi.org/10.1111/0735-2751.00065>

Waddington, J. (1999). "Situation Labour Within The Globalization Debate". In: *Globalization And Patterns Of Labour Resistance*. Routledge: London. 1-28. <https://doi.org/10.4324/9781315862552>

Walk Free Foundation [WFF], (2014). *The Global Slavery Index*. Reports PDF. https://reporterbrasil.org.br/wp-content/uploads/2014/11/GlobalSlavery_2014_LR-FINAL.pdf. E.T. 02.08.2021

Walk Free Foundation [WFF], (2018a). *The Global Slavery Index*. Reports PDF. https://downloads.globalslaveryindex.org/ephemeral/GSI-2018_FNL_190828_CO_DIGITAL_P-1618573232.pdf. E.T:16.04.2021.

Walk Free Foundation [WFF], (2018b). *Data Maps Global Slavery Index*. <https://www.globalslaveryindex.org/2018/data/maps/#prevalence>. E.T:16.04.2021.

Weissbrodt, D. & Anti-Slavery International (2002). *Abolishing slavery and its contemporary forms*. Report. Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights. New York: United Nations. <https://www.ohchr.org/Documents/Publications/slaveryen.pdf>. E.T. 05.08.2021

Womach, J. P., Jones D. T. & Roos, D. (2007). *The Machine That Changed the World* (1990). New York: Simon & Schuster Ltd.

Zhang, D. & Sharifi, H. (2000). "A Methodology for Achieving Agility in Manufacturing Organizations". *International Journal of Operations and Production Management*. 20(4). 496-513. <https://doi.org/10.1108/01443570010314818>

1844 İKTİSADİ VE FELSEFİ EL YAZMALARINI ÜZERİNE GENEL DEĞERLENDİRME

İrem Nur KURAL*

Öz:

İnsanlığı büyük ölçüde etkileyen kapitalizm, dünyada büyük buhranlara yol açmıştır. Ortaya çıktığı zamandan günümüze dek büyüme ve kalkınmayı sağlamakla birlikte yıkıcı etkileri hâlâ devam etmektedir. Karl Marx bu yıkıcı etkilerin yaşandığı dönemde çalışmalarını sürdürmüş ve bütün dünyayı derinden etkileyen tezler ortaya çıkarmıştır. 1844 İktisadi ve Felsefi El Yazmaları'nda üzerinde durduğu “yabancılaşma” kavramı ile içinde bulunduğu sistemi açıklamaya çalışmıştır. Eserde politik iktisadi çalışmalarda burjuvanın nasıl ele alındığı gösterilmiş, sisteme tabi olan sınıflar arasındaki ilişkiler, özel mülkiyet, iş bölümü ve sermaye felsefi temellere dayandırılarak açıklanmıştır. Bu çalışmada ise, yapının analizi bölümlere ayrılarak yapılmış, kapitalizmle ortaya çıkan yeni sistemin toplum nezdinde nasıl bir sömürü geliştirdiği örneklerle pekiştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yabancılaşma, Özel Mülkiyet, Sermaye, İş Bölümü.

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji ABD, İstanbul Türkiye, iremnkural@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5567-668X

Makale gönderim tarihi: 25.12.2020

Makale kabul tarihi: 03.04.2021

Künye Bilgisi: Kural, İrem N. (2021), “1844 İktisadi ve Felsefi El Yazmaları Üzerine Genel Değerlendirme”, *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 212-239.

General Evaluation on the Economic and Philosophic Manuscripts of 1844

Abstract

Capitalism, which greatly influences humanity, caused great depressions in the world. Since it occurred, it has been providing daily life-saving ease but depression's destructive effects were still continuing. Karl Marx maintained to work when this destructive effect occurred period and he found out the thesis that influences deeply the entire world. He tries to explain the system with the concept of “alienation” which he emphasizes in Economic and Philosophic Manuscripts of 1844. In the work shows how bourgeois is handled in political-economic studies, relations between classes subject to the system, private property, division of labor and capital are explained on philosophical foundations. In this study, the analysis of the work has been made by dividing into sections, and the exploitation of the new system that emerged with capitalism has been reinforced with examples.

Keywords: Alienation, Private Property, Capital, Division of Labor.

“Fabrika bacaları çatlayacak hırsından
Sefaletler, felaketler ve kötü niyet
Her gün götürüyor içimizden birini
Şu fabrika, şu vapur, lokomotif düdüğü
Şarkısını tekrarlıyor ezilmişler şehrinin”(Irgat, 1998: 24).

Giriş

Marx, 1818 yılında Trier’de doğmuştur. 1835 yılında Bonn Üniversitesi’nde felsefe ve edebiyat eğitimi almaya başlamış, sonraları babasının baskısıyla, eğitim hayatını Berlin Üniversitesi’nde hukuk eğitimi alarak sürdürmüştür. 1836 yılında Hegel felsefesi ile tanışmış ve düşün hayatının ilerleyen zamanlarında bu felsefe akımından ayrılrsa da Genç-Hegelciler grubunda yer almıştır. 1844 yılında hayatının büyük bölümünde beraber çalışmalar yaptığı Friedrich Engels ile tanışmıştır. 1883 yılında Londra’da hayatına veda etmiştir. Kısaca bazı eserlerinden de bahsedilecek olursa; 1843 yılında *Hegel’in Hukuk Felsefesinin Eleştirisi* ve *Yahudi Sorunu*, 1844 yılında *1844 El Yazmaları* ve Engels ile birlikte yazdığı *Kutsal Aile*, 1845 yılında *Feuerbach Üzerine Tezler*, 1846 yılında Engels ile birlikte *Alman İdeolojisi*, 1847 yılında *Felsefenin Sefaleti*, Engels ile beraber hazırladıkları *Komünist Manifesto* 1848 yılında, 1849 yılında *Ücretli Emek ve Sermaye*, 1850 yılında *Fransa’da Sınıf Mücadelesi*, 1852 yılında *On Sekizinci Brumaire*, 1858 yılında *Grundrisse*, 1867 yılında *Kapital 1. Cilt...*(Ateşoğlu, 2017: 3).

1844 İktisadi ve Felsefi El Yazmaları, Karl Marx’ın ilk iktisadi araştırmalarının müsveddelerinden oluşmaktadır. El yazmalarında asıl amaç, burjuva politik iktisadını ve sistemini eleştirmektir. Murat Belge’nin Türkçe’ye çevirdiği ve toplam 182 sayfadan oluşan eserin çalışmada incelenen basımı 2018 (2.bs.) yılında Birikim Yayıncılıktan çıkmıştır.² El yazmaları üç müsvedde halinde toplanmıştır. İlk müsveddede Marx’ın kendi gözlemleri ve yargılarıyla birlikte burjuva iktisatçılarından alıntılar bulunmaktadır. İkinci el yazmasından geriye yalnızca dört sayfası kalmıştır. Üçüncü el yazması, ikinci el yazmasının eksik

² 1844 El Yazmaları Türkiye’de ilk olarak 1969 yılında metnin İngilizcesinden Murat Belge tarafından çevrilmiş ve Payel Yayınevi tarafından basılmıştır. Ardından Sol Yayınları kitabı, 1976 yılında Kenan Somer’in Fransızcadan Türkçeye yaptığı çevirisiyle okuyucuya sunmuştur. 1986 yılında *1844 Felsefi Yazıları* başlığıyla Murat Belge tarafından İngilizceden Türkçeye çevrilmiş ve Verso Yayınevinden basılmıştır. 2000 yılında ise çalışma, yine Murat Belge tarafından yapılan çeviriyle Birikim Yayınları’ndan yayımlanmıştır (Yalçıntaş, 2012: 158, 159).

sayfalarını açıklayıcı niteliktedir. Ele alınan konular özel mülkiyet ve emeğin yanı sıra özel mülkiyet ve komünizm ve burjuva toplumunda paranın gücü gibi sorunlardır. Genele baktığımızda, yabancılaşan emek, yabancılaşan insan konuları vurgulanmıştır (Marx, 1932/2018).

Bu çalışma, dünya üzerinde hakkında pek çok araştırma ve inceleme ortaya konmuş olan 1844 İktisadi ve Felsefi El Yazmaları, Marx'ın politik iktisat çalışmalarının ilki olarak kabul edildiği için önem taşımaktadır. Aynı zamanda *Kapital*'e doğru giden yazın hayatında sonradan şekillenecek fikirlerinin temellerini atmış olduğu eserdir. Marx'ın ideal toplum kurgusunun da en önemli etkeni olan yabancılaşma fikri bu çalışmada incelenmiştir. Eser hakkında yapılmış olan diğer çalışmalardan farklı olarak, bu çalışmada, Marx'ın işçi sınıfı ve burjuvazi hakkındaki analizleri, kapitalizm sonrası şekil değiştiren sınıf ilişkileri ve bu ilişkilerin modern yaşam tarzına yansımaları örneklerle ortaya konmuştur. 1844 El Yazmaları metni Marx'ın yabancılaşma fikrinin öz anlatımını barındırdığı gerekçesiyle ve örneklerle fikrin somutlaştırılması hedeflendiği için seçilmiştir.

1844 İktisadi ve Felsefi El Yazmaları

Emeğin Ücreti

Marx, işçinin hayatını devam ettirebilmesi ve çalışması süresince hayatta kalabilmesi için alması gereken ücretlerin, kapitalist ile işçi arasında düşmanca denebilecek şekilde belirlendiğini vurgulamaktadır. Kapitalist zaferi kazanan taraf olur. Kapitalist, işçisiz, işçinin kapitalistsiz yaşayabileceğinden daha uzun bir yaşam sürer. Zaferi kazanan ve işçiye ücreti sağlayan kapitalist olduğu için işçinin hayati varlığını sürdürebilmesi için gerekli olan güç kapitalistin elindedir. Kapitalist ve toprak sahibi, yani sermaye sahiplerinin, gelirlerini çoğaltabilecekleri alanları vardır. Fakat işçinin endüstriyel geliri dışında ne toprak rantı ne de (elinde olmayan) sermayesinden alacağı bir kâr söz konusudur (Marx, 1932/2018). Kapitalistin piyasa fiyatını arttırarak kazandığı bir sistem içerisinde işçinin de kazanması şart değildir fakat kapitalist elindekini kaybettiği zaman ona bağımlı hale getirilen işçi de zorunlulukla kaybeder (Marx, 1932/2018). Marx, politik iktisatçıların düşüncelerinin, işçinin çıkarının toplum tarafından engellendiği fakat işçinin çıkarının ise hiçbir zaman toplumun çıkarıyla çatışmadığı yönünde olduğunu vurgulamıştır (Marx, 1932/2018).

İşçinin, toplumun içinde bulunabileceği bazı koşullar ve bu koşullar altında varlığını sürdüren işçinin durumu ortaya konulmuştur:

1) İşçinin sıkıntı çekmesi, toplumun serveti ile doğru orantılı işlemektedir. Eğer *toplumun serveti azalır*sa bu durumdan en çok işçi sıkıntı çeker. Bunun sebebi, işçi sınıfının zenginleşmiş bir toplumda mülkiyet sahiplerinin kazandığı kadar kazanamamasıdır. Yani toplum gerilemeye başladığında işçi sınıfı dışındakiler, işçi sınıfı kadar acı çekmez.

2) İşçi sınıfı için yararlı olan tek toplum tipi olarak, *zenginliğin artmakta olduğu* bir toplumda, kapitalistler arasında rekabet başlar ve böylece işçilere gereksinim artar. Bu durum işçilerin ücretlerinin yükseltilmesini beraberinde getirmekle birlikte işçiler arasında fazla çalışmayı getirir. Bir toplum, yalnızca ülkesinin sermayesi ve gelirleri arttığı zaman kendi zenginliğini artar bir durumda bulur.

3) İş bulmak için rekabetin fazla olduğu, servetin *son derece arttığı* bir ülkede, ücretler ancak belirli sayıda işçinin geçimine yetebilecek sınırdadır; ülke nüfusu zaten yeterince kalabalık olacağı için, bu sayı artırılamaz hale gelecektir (Marx, 1932/2018).

Politik iktisatçılara göre, insan, doğanın ürünlerinin değerini yalnızca kendi emeğiyle artırabilmektedir. Emek, politik iktisatta insanın hareket halindeki mülkiyetine tekabül eder, fakat yine politik iktisatçıya göre, sınıflardan kaynaklı olarak ayrıcalıklı, tembel tanrılar olan hem toprak sahibi hem de kapitalist, her noktada işçiden üstündür ve işçinin uyması gereken yasayı hazırlayan onlardır. Bu noktadan emeği ele aldığımızda aslında işçinin tek mülkiyeti olarak sayabileceğimiz emek, kapitalist karşısında işçinin mülkiyeti olmaktan çıkar ve azınlık üstün gelir. Emeğin oluşum sürecinde büyük önemi olan iş bölümü ise, toplumun zenginliğini ve niceliğini artırma gücüne sahiptir. Fakat iş bölümü topluma zenginlik katarken, işçiyi yoksullaştırır ve onu makine düzeyine indirger (Marx, 1932/2018). Ne yazık ki toplum içerisindeki refah artışı “genellikle” işçide sefaletle yol açmaktadır. Emekle örülen iş bölümü, işçiyi kapitaliste gittikçe daha bağımlı hale getirir ve fazla üretimin hızlı akımına onu dahil eder.

Politik iktisat, emeği, üretimin zemini olarak kabul etmesine rağmen özel mülkiyete her şeyi vererek emeği göz ardı eder. Proudhon ise bu çelişkiyi emeğin lehine, özel mülkiyetin ise aleyhine çevirmiştir (Marx, 1932/2018). Çalışma ve yaşama hakkının herkesin olduğu düşüncesine sahip olmakla birlikte mülkiyetin emekle meşrulaştırılamayacağını vurgulamıştır. Eğer meşrulaştırılırsa tek bir mülk olarak toplumun sahibi olunması ve herkesin eşit mülkiyete sahip olması gerektiğini söylemiştir. Köleliği cinayet olarak tanımlayan Proudhon, aynı yol

ile mülkiyeti de hırsızlık olarak nitelendirmiştir. Böylece emek ve sermayenin uzlaştırılamayacağına dikkat çekmiştir. Toplumun kapitalist, proleter ve orta sınıf olmak üzere üç sınıftan oluştuğunu vurgulayan Proudhon'a göre işçi sınıfının sefaletinden kurtulması için bilinçlenmesi ve kendi ideolojisini oluşturması gerekmektedir (Meriç, 1968: 114-125).

Marx'a göre Proudhon'un savunduğu ücret eşitliği toplumsal devrimin hedefidir. Fakat aynı zamanda Marx'ın açılımına göre Proudhon'un arzuladığı ücret eşitliği, işçinin kendi emeğiyle ilişkisini, bütün insanların emekle olan ilişkisine dönüştürmekten başka bir durum ortaya çıkarmaz ve toplum, soyut kapitalist bir topluma dönüşür (Marx, 1932/2018).

Marx, politik iktisadı, işçiyi yalnızca sermayesi ve rantı olmayan, yalnızca emeğiyle yaşayan bir işçi olarak gördüğü için eleştirmektedir. Hatta politik iktisadın işçiyi "çalışan bir hayvan" olarak tanıdığını da belirtir. Bu sebeple de politik iktisat işçiyi çalışmadığı zaman bir insan olarak düşünmez (Marx, 1932/2018). "Fransa'da, üretim gelişmesinin şimdiki aşamasında, çalışabilen herkesin günde ortalama beş saat çalışmasıyla toplumun bütün maddi çıkarlarının karşılanabileceği hesaplanmıştır... Makinaların yetkinleşmesiyle zaman kazanıldığı halde, büyük bir nüfusun fabrikalarda köle gibi çalışması zamanı büsbütün artırmıştır" (Schulz'dan aktaran Marx, 1932/2018).

Görüldüğü gibi, aslında tüm ihtiyaçları karşılayabilecek makul bir çalışma saati mümkün olduğu halde, kapitalist yalnızca daha fazla kâr elde edebilmek için çalışma saatlerini, işçiyi öldüresiye uzatmış, koşulları, işçinin kendini yitirmesine sebep olacak şekilde ağırlaştırmıştır. Bunların hepsi yalnızca daha fazla kâr elde edebilmek için yapılmıştır.

"Yaşamak için, mülkiyetsiz olanlar, dolaylı ya da dolaysız yoldan, mülkiyet sahiplerinin hizmetine girmelidirler -yani onlara bağımlı olmalıdırlar" (Pecqueur'dan aktaran Marx, 1932/2018). İşçi, kapitaliste olan bağımlılığını emeğini satarak korumaktadır. Emeği her an satılmadığı sürece emeğin değeri yoktur. Emek, işçinin hayatını temsil eder ve hayat her gün işçinin yemeğiyle değiş tokuş edilmediği sürece kısa süre sonra yok olup gider (Bruet'den aktaran Marx, 1932/2018). İşçi, emeğini, kendi hayatı pahasına satmaktadır.

Her yıl kutlanan 8 Mart Dünya Kadınlar Günü kapitalizmin faydalanmaya çalıştığı ve medyanın yaratmış olduğu algının aksine kökleri dönemin sıkı çalışma koşulları ve karşılığında verilen düşük ücreti sebebiyle çıkan bir ayaklanmaya kadar uzanmaktadır. 8 Mart 1857 tarihinde New York'ta kadın tekstil işçileri yirmi saatlik çalışmayı, artan iş yükünü ve karşılığında aldıkları düşük ücreti protesto etmek için bir araya gelmişlerdir. Fakat insan hakları için yapılmış olan bu protesto polisin güç kullanarak bastırmasıyla sonuçlanmış, pek

çok kadın tutuklanmış, bazıları da kalabalıklar arasında ezilmiştir. Tam elli yıl sonra 8 Mart 1907’de olayın ellinci yıl dönümünde daha yüksek ücret, daha kısa çalışma saatleri ve oy hakkı için düzenlenen yürüyüş ve takip eden yıllardaki olumlu gelişmelerle beraber bu tarih, uluslararası kutlanan bir güne dönüşmüştür (Kaplan, 1985: 163,164). 8 Mart’ın ortaya çıkışında ana etkenlerden biri olan kapitalist ile işçi arasında düşmanca denebilecek şekilde belirlenmiş ücretlerin azlığı, işçiyi sefaletle sürükleyen çalışma saatleri bulunmaktadır. Böylece işçinin hareket halindeki mülkiyeti olan emeğinden sonuna kadar yararlanıp kendi için kâr elde etmeye çalışan fabrika sahibi işçinin yaşamını elinde tutup, işçiyi kendine bağımlı hale getirmektedir.

Sermayenin Kârı

Sermaye kaba bir tanımla emeği ve emeğin ürünlerini yöneten güce işaret etmektedir. Kapitalistin sermayeyi tasarruf etmesinin sebebi ona sahip olmasıdır. Aynı zamanda sermaye, muhafaza edilen ve kullanılmak için biriktirilen belirli bir emek niceliğini ifade etmektedir. Sermayenin ham hali, para kazandırmadan önceki varlığı stoktur ve stok, toprağın ürünlerinin birikimidir. Stok yalnızca sahibine kâr getirdiğinde sermaye halini alır (Marx, 1932/2018).

Sermayenin kârı ya da kazancı, emeğin ücretinden tamamen farklıdır. Kapitalist, işçilerinin çalışmaları neticesinde kârını, yani satışından, kendi elindeki stokun ücret olarak ödediği kısmını karşılayacak olandan fazlasını bekliyor olmasa, işçi çalıştırmakta hiçbir çıkarı olmazdı (Smith, 1776/2016: 103). Böylece, kapitalist ilkin işçiden kestiği ücretlerden, ardından ortaya koyduğu sermaye olarak stok olan hammaddelerden kâr eder. Süreç içerisinde, ortaya koymuş olduğu piyasa fiyatını doğal fiyatın üzerinde tutar (Marx, 1932/2018).

Sermayenin stoktan dönüşmesi için işlenmesi sürecinde işçinin emeği devreye girer ve sermayenin emek üzerindeki egemenliği gerçekleşmiş olur. Sermaye sahibinin tek bir amacı vardır: Hangi üretim veya pazarlama alanında olursa olsun yalnızca kendi özel kârını düşünmek. (Marx, 1932/2018).

Kapitalistler arasındaki rekabet ve sermayelerdeki artış ücretlerin yükselmesine yol açar fakat bu durum kapitalistlerin kârının düşmesine sebep olur. Örneğin; bir kasabanın bakkaliye ticareti için gerekli olan sermaye iki bakkal arasında bölünmüş durumda olduğunda rekabet sebebiyle ikisi de daha düşük fiyata satış yapmak zorunda kalacaktır (Smith, 1776/2016: 508). Kapitalistlerin tek savunma yolu rekabettir ve kapitalistin rekabeti, gerek ücretleri yükselterek

gerekse metaların fiyatlarını düşürerek tüketicilerin yararına çalışmaktadır (Marx, 1932/2018). Marx'a göre, rekabet olsun veya olmasın büyük sermayenin birikimi küçük bir sermayenin birikimine göre daha hızlı olacaktır. Rekabet sebebiyle, sermayenin artışıyla, sermayenin kârı azalır. Rekabet, kapitalistin kârına kâr katmasını engeller. Böylece küçük kapitalist rekabet dışında kalan ilk grup olur. Büyük kapitalistin küçük kapitalistten daha ucuza almasının sebebi büyük nicelikte satın almasıdır. Bu sebeple onu daha ucuza satmaktan da çok zarar görmez. Sert rekabetin ortaya çıkardığı üzere, büyük sermayenin karşısında küçük kârları olan küçük sermayelerin olması, büyük sermayenin onları ezip geçmesiyle son bulur (Marx, 1932/2018). “Bir yerde bir şeyin kıtlığı çekilirken o şey başka yerde doludur ve boşa harcanmaktadır...Bir üretici çok ya da yüksek fiyatla ya da büyük bir kârla satarken öbür üretici bir şey satamaz ya da zararına satar. Çünkü herkes istediği şeyi, istediği gibi, istediği yerde, istediği zaman üretir, iyi ya da kötü üretir, az ya da fazla üretir, geç ya da erken üretir, çok yüksek fiyattan ya da çok düşük fiyatla üretir; kimse bilmez satacak mı, nasıl satacak, ne zaman, nerede, kime satacak. Bu noktada kaynak istekten, istek kaynaktan habersizdir. Tüketiciler arasında yaygın bir zevke, moda göre üretirsiniz. Ama malı ortaya çıkarmaya hazır olduğunuz anda moda geçmiş, başka bir ürün moda olmuştur...Kaçınılmaz sonuçlar durmadan ve her yerde iflas; yanlış hesaplar, birdenbire iflas ya da servet beklenmedik servet, ticari buhranlar, işsizlik, bir dönemde malın yığılıp bir dönemde ortadan kalkması; ücretlerle kârların dengesizliği ve düşüşü, vahşi rekabetin arenasında servetin, zamanın ve çabaların kaybı ya da boşu boşuna harcanması” (Marx, 1932/2018).

Kapitalistin işçiyle mücadele ettiği yetmiyormuş gibi, kendi içinde de nicelik olarak büyük-küçük sahiplik derecesine göre mücadele eder. Bu esnada işçi ise, rekabetten faydalanabildiği kadar faydalanmaya çalışır.

Toprağın Rantı

Hakkının kökeni soygun olan toprak sahipleri, ekmedikleri yeri biçmeyi sever yani kendi emeği olmadan hazıra konar. Hatta toprağın doğal ürününü bile bir rant haline getirirler (Marx, 1932/2018). Söz konusu durumun tarih içerisinde pek çok örneği olduğu gibi, Metin Erksan'ın 1963 yapımı *Susuz Yaz* adlı sinema filmindeki bazı göstergeler söz konusu durumun bir temsili niteliğindedir. Toprak sahibi ve çiftçi arasındaki ilişkilere değinen toplumsal gerçeklik ekseninde beyazperdeye taşınan *Susuz Yaz* filminde Kocabaş Osman, köylünün geçimini

sağladığı tarlayı sulamaya yarayan suyu keser (Susuz Yaz, 1963). Marx'ın ifadesiyle, doğal ürün için bile rant ister. Doğanın sunmuş olduğu varlığı, toprak sahibi insan eliyle yok edebilir, üzerinde değişiklik yapabilir, üretimi durdurabilir veya arttırabilir.

Toprak sahibi, iyileştirilmemiş toprak için de rant ister. Toprak sahibinin fonlarından ziyade, çiftlik kiracısının fonları ile iyileştirilen topraklar vardır. Ancak kira sözleşmesi yenileneceği zaman geldiğinde de toprak sahibi, sanki bütün bu iyileştirmeler kendi fonları ile yapılmış gibi, çiftlik kiracısıyla aynı rant artışını ister. Hatta zaman zaman insan eliyle onarılamayacak ya da üretimi çoğaltılamayacak şeyler için de bir rant ister. Büyük Britanya'da, özellikle İskoçya'da bulunan bir yosun türü, denizin gelgitinde en fazla yükseldiği kayalarda yetişmektedir. Tamamen doğal yollarla oluşumunu tamamlayan, oluşumunda insan emeğinin hiçbir payı olmayan yosun türü için, yosunun yetiştiği kıyı bölgesinde bulunan toprak sahipleri, sahip oldukları buğday tarlaları kadar yosunlar için de kira istemektedirler. Shetland Adaları'nın çevresindeki denizde balık nicelik olarak çok fazladır ve geçimini balıktan sağlayan yerlilerin deniz ürünlerinden yararlanabilmek için sahil kenarında evleri olmak zorundadır. Söz konusu durum toprak sahibinin rantının, çiftçinin topraktan kazanabileceği kadarla değil, hem topraktan, hem de denizden kazanabileceği kadarla orantılı olduğunu göstermektedir (Smith, 1776/2016: 234, 235).

Doğa güçlerinin ürünü sayılan doğa, toprak sahibi tarafından çiftçiye kiralanmıştır. İşleyen, onu emek ürünü haline getiren ise çiftçidir. İnsan emeğinin ürünü çıkarıldıktan sonra geriye kalan doğanın kendi eseridir (Smith, 1776/2016: 511). Rant oranı, toprağın verimlilik derecesi ve toprağın konumuna dayanmaktadır. Toprak rantı, kiracı ve toprak sahibi arasındaki mücadelenin bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Toprak sahibi ve kiracı arasında yapılacak olan kontratın maddeleri hazırlanırken, toprak sahibi kiracısından yalnızca bazı işlerine yetecek güç bırakmak ister: tohumu sağlamak, işçi ücretlerini ödemek, hayvanların ve çiftliğin başka araçlarını satın almak ve muhafaza edecek olan stoğu sürdürülebilir kılmak. Toprak sahibi bunları karşılayabilecek şeyden fazlasını bırakmaya pek yanaşmaz. Anlaşılacağı üzere bu ücret yalnızca üretimin devamlılığını sağlayacak olan bir miktara denk düşer (Marx, 1932/2018).

Toprağın bir kanalın veya yolun açıldığı yerde oluşu bölgedeki nüfusun-refahın artması rantı yükselten etmenlerdir. Kiracı, toprağı kendisi kendi harcamalarıyla düzeltebilir, fakat kiracının toprakta harcadığı emek, kontrat bitince toprak sahibine kalır. Kiracının toprakta harcadığı emek olarak gerçekleşen, besin, toprak sahibinin rant elde ettiği bir başka alandır.

Hem rantın ilk kaynağı hem de toprak sahibine zorunlulukla ve her zaman rant bırakan tek toprak ürünüdür (Smith, 1776/2016: 257).

Marx, Smith ile aynı fikirde olmadığını belirterek, toplum yararı için var olan her şeyi sömürdüğünden ötürü toprak sahibinin çıkarıyla toplum çıkarının özdeş olduğu sonucuna varmanın saçma olduğunu da belirtmiştir. O'na göre, özel mülkiyet kuralına uygun işleyen iktisadi sistemde, bireyin toplumdan elde ettiği çıkar ile toplumun bireyden elde etmiş olduğu çıkar ters orantılıdır (Marx, 1932/2018).

Kısacası toprak sahibi ve kapitalist ile toprak işçileri ve fabrika işçilerinin çıkarları her zaman büyük bir karşıtlık içerisinde. Toprak sahibinin ve kapitalistin her zaman çıkarı söz konusudur (Marx, 1932/2018). Toprak mülkiyetinin büyük bir kısmının kapitalistlerin eline kalışı ve böylece toprak sahiplerinin kapitalistler haline gelmesi, beraberinde büyük toprak sahiplerinin bir kesiminin aynı zamanda kapitalist oluşunu doğurur. Böylece toprak sahibi ve kapitalist ile toprak işçisi ve fabrika işçisi arasındaki ayrım ortadan kalkar ve toplumda iki sınıf kalır: çalışanların sınıfı ve kapitalistlerin sınıfı (Marx, 1932/2018).

Feodal toprak mülkiyetinde mal sahibi ile toprak arasında maddi zenginlik haricinde daha yakın bir bağlantı vardır. Toprak, derebeyinin rütbesine sahiptir, onunla bireyselleşmiş haldedir. “Nulle terre sans maitre”³ atasözü de soyluluk ve toprak mülkiyeti arasındaki yakın ilişkiyi ifade etmektedir. Aynı şekilde, toprak mülkiyetinin yönetimi sermayenin doğrudan doğruya yönetimini işaret etmez, araziye bağlı olanlar için toprak, anayurtları gibidir. Krallık nasıl krala ad veriyorsa, feodal toprak mülkiyeti de derebeyine ad verir. Toprağı gerçekten kişileştirerek derebeyinin evi yapar. Aynı şekilde, toprakta çalışanlar da gündelik işçi durumunda olmaktan ziyade serfler gibi onlar da kısmen derebeyinin mülküdür; ve kısmen beye saygı, sadakat ile bağlıdırlar. Dolayısıyla derebeyinin serflerle ilişkisinin insanca, içtenlikli bir yanı da söz konusudur. Öte yandan, daha sonraları, insan toprağa kişiliğiyle, bireyselliğiyle değil, yalnızca para bağlarıyla bağlanır. Fakat yine de feodal bey toprağından sonuna kadar yararlanmaya çalışmaz, olanı tüketip üretim edimini serflere bırakır. Aristokratlara romantik bir nitelik atfeden aristokrasinin toprakla ilişkisi söz konusu durumdan ileri gelmektedir (Marx, 1932/2018).

Marx bu görünüşün ortadan kalkması ve mal sahibi ile işçi arasındaki ilişkinin sömürülenle sömüren arasındaki iktisadi ilişkiye indirgenmesi gerektiğini savunmuş, mülk sahibi ve mülk

³ Efendisiz toprak olmaz.

arasındaki bütün kişisel ilişkilerin ortadan kalkması, mülkün doğrudan doğruya nesnel ve maddi servet halini alması gerektiğini vurgulamıştır. Böylece Marx, Ortaçağ'ın atasözü "nulle terre sans maitre" yerini, maddenin insan üzerindeki tam egemenliğini anlatan öteki atasözüne, "l'argent n'a pas de maitre"⁴ bıraktığını vurgulamıştır (Marx, 1932/2018).

Yabancılaşmış Emek

Marx'ın el yazmalarını kaleme aldığı dönemden hatta daha öncesinden şu ana kadarki tarihi süreç içerisinde sınıfların varlığı bilinmektedir. Komünist Manifesto'nun Birinci bölümü olan "Burjuva ve Proleterler" içerisinde "Tüm toplumların bugüne kadarki tarihi, sınıf savaşımının tarihidir" (Marx ve Engels, 1848/2019: 49) yer almaktadır. Marx tarafından kapitalist ve toprak sahibi arasındaki ayrımın gitgide artarak, toprak işçisi ve fabrika işçisi arasındaki ayrımın ortadan kalktığı ve toplumun iki sınıfa yani mülk sahipleri ve mülksüzlere bölündüğü ortaya konulmuştur (Marx, 1932/2018).

Politik iktisat, sınıflar arası rekabeti dışsal koşullarla açıklayarak, değişimin de rastlantısal bir olgu olduğunu vurgulamaktadır. Fakat Marx'a göre bu oluşumlar rastlantısal veya dışsal değil, aksine özel mülkiyet, para hırsı, emeğin, sermayenin ve toprak mülkiyetinin ayrılması ile gerçekleşmektedir (Marx, 1932/2018).

Marx, politik iktisada karşın gerçek iktisadi olgudan yola çıktığını belirterek açıklamalarını sürdürmüştür.

İşçi kendi emeğinin ürünü ile, yabancı bir nesneyeymiş gibi bir ilişki halindedir;

"İşçi ne kadar çok servet üretse, üretiminin gücü ve kapsamı ne kadar artsa, kendisi de o kadar yoksullaşır. Ne kadar çok meta yaratırsa kendisi de bir meta olarak o kadar ucuzlar. Şeyler dünyanın artan değeriyle doğrudan doğruya orantılı olarak insanlar dünyası değersizleşir. Emek yalnız meta üretmez; kendini ve bir meta olarak işçiyi de üretir - ve bunu meta ürettiği oranda gerçekleştirir. Bu olgu göstermektedir ki emeğin ürettiği nesne -emeğin ürünü- emeğin karşısına yabancı bir şey, kendini üretenden bağımsız bir güç olarak dikilir. Emeğin ürünü, bir nesneye aktarılmış, maddeleşmiş emektir: Emeğin nesneleştirilmesidir. Emeğin gerçekleştirilmesi, emeğin nesnelleştirilmesidir" (Marx, 1932/2018).

Politik iktisat emeğin gerçekleşmesini, işçiler adına gerçekliğin gözden kaybolması olarak görmektedir. Bu süreçte, nesneleşme, nesnenin yitimi ve nesneye kölelik, mülk sahibi ise

⁴ Para efendi tanımaz.

başkalaşma olarak ortaya çıkmaktadır. Emeğin gerçekleşmesi gerçekliğin öylesine kayboluşudur ki, işçi gerçekliğini yani varlığını, açlıktan ölme derecesinde yitirir. Emeğin gerçekleşmesi sonucunda, çalışma, son kertede işçinin ancak büyük çabalar sonucunda elde edebileceği bir edim olmuştur. Bununla beraber büyük nicelikte nesne üreten işçi, çalışma sonunda ürettiği nesnenin çok azına sahip olur hale gelmiş ve kendi emek ürününün egemenliği altına girmiştir (Marx, 1932/2018).

İşçinin karşısında duran güçlü, nesnel dünya onun kendini ne kadar çok harcadığıyla orantılıdır. Kendisi ne kadar yoksullaşırsa aidiyetleri o miktarda azalır. Yabancılaşmanın bu çeşidi dindeki durum ile örtüşmektedir: Tanrı'ya çok fazla şey veren insan, kendinde çok azının kalmasına sebep olur. İşçi-nesne arasındaki ilişki de buna benzer. İşçi kendindeki hayatı nesneye koyar ve hayat artık nesneye ait olur. İşçinin emeğinin ürünü, ne kadar büyük olursa, kendisi o kadar küçük kalır. İşçinin kendi ürününden dışsallaştırılması, ürünün işçinin karşısına bağımsız bir güç olarak dikilmesi anlamına gelir (Marx, 1932/2018).

Politik iktisat kuralları içerisinde ise işçinin kendi nesnesindeki yabancılaşma şu şekilde ifade edilir: Tüketimi az olan bir işçinin tüketiminin az olması üretiminin fazlalığıyla ilişkilidir. Kendisinin değersizliği işçinin ürün için yarattığı değere aktarılmıştır. Kendi biçimsizliği ürünün biçimine, kendi barbarlığı ise nesnenin uygar oluşunu göstermektedir. Güçsüzlüğü, emeği güçlendirmiş, işçinin ahmaklığı ise emek ürününü akıllı hale getirmiştir. Politik iktisadi sistem, işçi ve ürün arasındaki bağlantıları yüzeysel tutmuş, ürünün niteliklerinin yükseldiği ölçüde işçide nitelik bırakmamıştır.

Marx'ın ifadesi de politik iktisadi sistemin tanımladığı emek-işçi ilişkisinden pek de farklı görünmemektedir: Emek zenginler için güzel şeyler yaratırken işçi için ürettiği yalnızca yoksunluktur. Zenginler için saraylar üretirken işçi için izbeler üretir, güzellik üretirken işçi için çirkinlik yaratır. İnsan emeğinin yerine makineleri koyar fakat işçilerden bazılarını barbarca çalışmaya itelemekten de geri kalmaz. Zeka üreten emek, işçi için aptallık, budalalık üretir. Marx yalnızca şu noktanın atlandığını söylemiştir; emek ile ürünleri arasındaki dolaysız ilişki, işçi ve işçinin ürettiği nesnelere arasındaki ilişkide yatmaktadır. Zengin kişinin üretilmiş nesnelere ve üretimin kendisiyle ilişkisi, bu ilişkisinin bir sonucu olarak ortaya çıkmış ve onu pekiştirmiştir (Marx, 1932/2018).

İşçinin üretici etkinliği de kendisine yabancılaşmış haldedir;

“Bir kere, çalışma işçinin dışındadır, yani onun özsel varlığına ait değildir. Onun için çalışırken kendini olumlamaz, inkâr eder, mutlu değil mutsuzdur, fiziksel ve zihni enerjisini

serbestçe geliştirmez, bedenini harcar ve zihnini yok eder. Onun için işçi ancak çalışma dışında kendine gelir ve çalışırken kendisinin dışındadır. Çalışmadığı zaman kendindedir, çalışırken kendinde değildir. Onun için çalışması gönüllü değil, zorlamadır; zorla çalıştırılır. Dolayısıyla bir gerekmenin doyurulması değildir; sadece, çalışmanın dışındaki bazı gereksemeleri doyurmak için bir araçtır. Yabancı özelliğini gösteren bir olgu da fiziksel ya da başka türlü zorlamalar ortadan kalkar kalkmaz, vebadan kaçarcasına kaçıtır işten. Dışsal emek, insanı kendine yabancılaştıran emek, kendini kurban etme, alçaltmadır. Son olarak, çalışmanın işçi için dışsal özelliğini gösteren bir başka olgu, işin işçiye değil başka birine ait olması, işçinin çalışırken kendine değil başkasına ait olmasıdır. Dinde insan imgelemine, insan beyninin, insan yüreğinin kendiliğinden etkinliği, nasıl bireyden bağımsız bir şekilde işliyorsa -yani yabancı, kutsal ya da şeytani bir etkinlik şeklinde- işçinin etkinliği de onun kendiliğinden etkinliği değildir. Bir başkasına aittir; kendi benliğinin yitirilmesidir. Bütün bunların sonucunda insan (işçi) yalnız hayvansal işlevlerinde (fonksiyonlarında), yani yerken, içerken, çocuk yaparken ve olsa olsa evinde, giyiminde, vb. serbestçe etkin olabilir; insani işlevlerinde ise iyice hayvanlaşmıştır. Hayvansı özellikleri insani, insani özellikleri hayvansı olmuştur” (Marx, 1932/2018).

İşçinin bedenini çürüten ve neredeyse aklının iflas etmesine sebep olan kapitalist çalışma şartları insan fiziğine karşı bir zulümdür. Yoğun çalışma koşulları altında varlığını sürdürmeye çalışan işçi, boyun kısalması, parmakların boğum boğum olması, sırtın kamburlaşması, kasların az ya da fazla gelişmesi, akciğerlerin büyümesi ve cildin solgunlaşması gibi fiziksel değişikliklerle karşı karşıya kalmaktadır. Marx, özellikle kapitalist çalışma yönteminin, insan bedeni üzerindeki etkisini ortaya koyarak, işçinin çalışırken rahatsız ve mutsuz olduğunu vurgulamış, proletaryanın fiili görünümüne gönderme yapmıştır. Bu noktada yabancılaşmış emek görünür hale gelmiştir (Ollman, 2012: 135).

İnsanın özünde çalışmak değil, tembellik yatmaktadır. Sistemin getirileri ve insanın özü ile ilgili bir örnek olarak; “Oblomovcululuk” verilebilir. Ivan Gonçarov’un “Oblomov” adlı eserinde Oblomov adındaki bir soylunun yaşamı betimlenmektedir. Romandan sonra “Oblomovcululuk” terimi Rusça’ya pasifliği, işe yaramaz iyi niyetliliği temsil edecek şekilde yerleşmiştir. Tam tersi olarak Stakhanovculuk da bir maden işçisi olan Aleksey Stakhanov’dan türetilmiştir. Bu karakterin çok çalışma özelliği de o dönem Rusya’sında hep daha fazla çalışmaya ve üretmeye itmenin aracına dönüştürülmüştür. Hatta bu çizgideki sendikal ve siyasal hareketlere de Stakhanovculuk denilmiştir (Lafargue, 2017: 76). Rusça’da kullanılan

bu niteleme sıfatları, madalyonun iki yüzünü temsil etmektedir. Biri tembellik diğeri çalışkanlık olarak. İnsanın üretici etkinliğine yabancılaşmasının bir sonucu olarak yalnızca hayvani pratikleri yerine getirebiliyor oluşu, sistemin çalışma şartları, insanı giderek, yoksunlaştırmış, bilinçsizleştirmiş ve insani edimlerini yok etmiştir.

İnsan türünün yabancılaşması

“İnsanı (1) doğadan ve (2) kendinden, kendi etkin işlevlerinden, kendi hayat-etkinliğinden yabancılaştırırken, yabancılaşmış emek, *türü insana yabancılaştırır*. Türün hayatını, birey hayatının bir aracına çevirir. İlk türün hayatıyla bireyin hayatını yabancılaştırır, sonra da soyut şekliyle bireyin hayatını, gene soyut ve yabancılaşmış şekliyle türün hayatının amacı yapar” (Marx, 1932/2018).

İnsan doğa alanı ile, evrensel bir ilişki içerisinde. İnsan fiziksel olarak doğanın ürünleriyle yaşamaktadır. Bu noktada doğanın ürünlerinin insanın karşısına ne şekilde çıktığının hiçbir önemi yoktur: besin, ısı, giyim, konut şeklinde çıkabilirler. Doğa, insanın organik olmayan bedenidir. İnsan doğayı kullanarak yaşar ve ölmek için doğayla sürekli ilişki içinde olması gerekir (Marx, 1932/2018).

Emek, yalnızca insanın fiziksel varlığını sürdürmenin bir aracı gibi görünmektedir. Lakin görünenin aksine üretici hayat gerçekte, türün hayatıdır. Türün özeliği, yaşam etkinliğinin özünde bulunmaktadır. Bu öz, özgür, bilinçli etkinlik insanın türsel özelliğini yansıtır. Dolayısıyla, hayat yalnızca bir yaşama aracıymış gibi görünmektedir (Marx, 1932/2018). Hayvan ise, kendi hayat etkinliğiyle doğrudan özdeştir. İnsan hayat etkinliğinin kendisini iradesini ve bilinçliliğinin nesnesi yapmaktadır. İnsanın bilinçli bir hayat-etkinliği vardır. İnsanı hayvanca etkinliğinden dolaysız biçimde ayıran hayat etkinliği, bilinçli hayat etkinliğidir. Bundan dolayı bilinçli bir varlık olan insan, bir tür varlığıdır. Yalnız bu sebepten dolayı insan etkinliği, özgür bir etkinliktir. Ancak yabancılaşmış emek bu ilişkiyi ters çevirerek bilinçli bir varlık olan insan türünün kendi hayat etkinliğini ve öz varlığını kendi varoluşu için basit bir araç olarak kullanır (Marx, 1932/2018).

İnsanlar gibi hayvanlar da üretim yapar ve çoğu hayvan kendine yuva, barınak sağlar. Fakat hayvanların ürünleri tek yanlıdır; yalnızca kendilerinin veya yavrularının dolaysız gereksemeleri için üretirler. Oysa evrensel üretimde bulunan insan başkası için üretimde bulunurken hayvan kendisi için, kendi türü için üretimde bulunur. Hayvan yalnızca kendini üretirken, insan bütün doğayı yeniden üretir ya da doğa insana ürettirilir demek daha doğru olur (Marx, 1932/2018).

Sistem içerisinde bulunan insanın tür varlığı oluşu bu şekilde kanıtlanmaktadır. İnsan üretim yoluyla etkin türsel hayatını dokur. Bu üretim şekli, insanın doğayı nasıl kendi eseri haline getirdiğini göstermektedir. Emeğin amacı, insanın türsel hayatının nesneleştirilmesi yani insanın kendi hayatının/özünün yabancılaştırılmasıdır. İnsan böylece, kendi yarattığı dünyada kendini seyretme imkanı bulur. Dolayısıyla, yabancılaşmış emek, insanın türsel hayatını, kendi fiziksel varoluşunun bir aracı haline getirmiştir. İnsanın kendi bilinçliliği böylece, yabancılaşma tarafından tür yaşamının bir araç olduğu şekle dönüştürülür (Marx, 1932/2018). O halde;

“1) İşçinin, kendi üzerinde egemenliği olan yabancı bir nesne olarak emek ürünüyle ilişkisi. Bu ilişki aynı zamanda duysal dış dünyayla, düşmanca karşısına çıkan yabancı bir dünya olarak doğa nesneleriyle ilişkisidir. 2) Emeğin çalışma sürecinde üretim edimiyle ilişkisi. Bu ilişki işçinin, kendine ait olmayan dışlanmış bir etkinlik olarak kendi etkinliğiyle ilişkisidir; acı çekme olarak etkinlik, zayıflık olarak güçlülük, kısırlık olarak verimlilik, işçinin kendi fiziksel ve manevi enerjisi, kişisel hayatı ya da etkinlik dışındaki hayatıdır - kendine karşı dönmüş, kendisine ait ya da bağımlı olmayan bir etkinlik...Yabancılaşmış emek böylece şunları da gerçekleştirmiş olur: 3) İnsanın türsel varlığını, hem doğayı, hem de manevi türsel özelliğini, insanın dışında bir varlığa, bireysel varoluşunun bir aracına çevirir. Dışarıdaki doğayı ve insanın manevi özünü, insanca varlığını yabancılaştırdığı gibi, insanı kendi bedenine de yabancılaştırır. 4) İnsanın kendi emeğinin ürününden, hayat etkinliğinden, türsel varlığına yabancılaşması olgusunun dolaysız bir sonucu, insanın insana yabancılaşmasıdır. İnsan nasıl kendi kendisiyle karşı karşıya geliyorsa, öteki insanla da karşı karşıya gelmektedir. İnsanın işiyle, emeğinin ürünüyle ve kendisiyle ilişkisi için geçerli olan, insanın öbür insanla öbür insanın emeği ve emeğinin nesnesi için de geçerlidir” (Marx, 1932/2018).

Marx, “Peki emeğin ürünü, ürünü oluşturan kişinin dışındaysa, işçiden dışsallaşmışsa, bu ürün artık kime aittir?” sorusu üzerinde durmaktadır.

Emeğin ürünü işçiye ait değilse ve yabancı bir güç olarak işçinin karşısına dikiliyorsa, bunun sebebi ürünün işçiden başka bir insana ait olmasıdır. İşçinin etkinliği kendisi için bir işkence oluşturuyorsa, emeğin ürünü başka bir kişi için bir zevk ve hayatın tadı olmalıdır. Yabancılaşmanın yer aldığı ortamın kendisi pratik alandır. Nihayetinde, insan nasıl kendi etkinliğini kendisi ile yabancılaştırıyorsa, yabancıya da yabancının kendisine ait olmayan bir etkinlik sunar (Marx, 1932/2018). Son kertede insan üzerindeki yabancı erk, aslında insanın kendisinden başka bir şey değildir.

Politik iktisat açısından Marx, “dışlaştırılmış emek” kavramını özel mülkiyetinin hareketinin bir sonucu olarak çıkarıldığını vurgulamıştır. Politik iktisat, emekten yola çıkmasına rağmen emeğe hiçbir şey vermeyip, özel mülkiyete her şeyi vermektedir ve yabancılaşmış emeğin yasalarını formülleştirmekten başka bir şey yapmamıştır. Bu ilişkinin, daha sonra karşılıklı bir ilişki haline geldiğini söylemiş, özel mülkiyetin gelişmesiyle ancak son noktaya vardığında bunun bir sır olarak ortaya çıktığını belirtmiştir (Marx, 1932/2018).

Tüm bu felaketleri doğuran özel mülkiyetten toplumun kurtulması, insanların iktisadi ve siyasal kurtuluşunun zorunlu ve temel koşuludur. Bu kurtuluş, yabancılaşmadan gerçek kurtuluş anlamına gelmektedir ve gerçek kurtuluş insanın evrensel kurtuluşu olacaktır (Marx, 1932/2018).

Sermaye-Emek-Toprak Mülkiyeti

İşçi, sermayenin kendini yitirmiş insan olduğunun öznel kanıtı olmakla birlikte, sermaye de emeğin, kendini yitirmiş insan olduğunun nesnel kanıtı olarak karşımıza çıkmaktadır. Ne yazık ki işçi, yaşayan yani, gereksemeleri olan bir sermaye olarak kendini yitirmiştir. İşçi, çalışmadığı her an geçimini yitirir. İşçinin hayatı bir meta gibi ele alınarak, değeri, sermaye stoğuna göre yükselir veya düşer. İşçinin sermayeyi ürettiği gibi sermaye de işçiyi üretmektedir. Fakat sermayenin işçiye bağımlılığından çok, işçi sermayeye bağımlıdır. Metnin başında kapitalist ve işçi arasındaki gibi işçi-sermaye ilişkisi de benzer nitelik taşımaktadır. Çünkü, sermayenin varoluşu yani kapitalistin varlığı işçinin varoluşudur; kapitalistle birlikte sermaye, işçiye karşı kayıtsız şekilde onun hayatının gidişatını belirleyen bir etki yaratır (Marx, 1932/2018).

Marx’a göre; politik iktisadın işçi için tek bir gerekmesi vardır. O da işçi soyunun tükenmesini önlemek amacıyla, işçi çalışırken hayatta kalmasını sağlayacak kadarını ona vermektir. Böylece emeğin ücreti, tekerleklerin kolay dönmesini sağlayan bir yağ gibi karşımıza çıkartılır. Politik iktisatçılar aynı zamanda kapitalistin ancak ücretleri kısarak kazanabileceği olgusunu bütün açıklığıyla göstermişlerdir. Ayrıca, politik iktisatta tüketicinin ezilmesi değil, kapitalist ile işçinin birbirlerini ezmeye çalışması normal bir ilişkiymiş gibi gösterilmektedir (Marx, 1932/2018).

Emeğin zorunlu gelişmesi olarak, serbest endüstri ve serbest sermaye karşımıza çıkmaktadır. Tarım gerçek bir endüstri durumuna geldiğinde, hemen hemen her iş toprağa ve toprak

kölesine bırakılırdı. Böylece arazi kendi kendini ekip biçmekteydi. Kölenin serbest işçiye evrimiyle beraber toprak sahibi kendisi de bir endüstri patronuna yani bir kapitaliste dönüştüğünden bahsedilmişti. Toprak sahibi, toprak kiracısının varlığı ile iktisadi varoluşunu yani özel bir mülk sahibi olarak varoluşunu kazanmaktadır. Böylece toprak sahibi özünde sıradan bir kapitaliste dönüşmektedir. Çiftçinin varlığı, toprak sahibinin varlığının bir öncülü olarak karşımıza çıkmaktadır (Marx, 1932/2018).

Toprak sahibi ve kapitalist arasındaki ilişki

Toprak sahibine göre kapitalist, kurnaz, eli sıkı, düzenbaz, aç gözlü, tüccar, dik başlı, yüreksiz ve ruhsuz bir rezildir. Tatlı dilli ve zorba, aşağılık bir uşak, ağına düşürdüğünü soyup soğana çeviren bir şerefsiz olan dalkavuk ve ilke tanımayıp, şiir ve güzellik bilmeyen bir namussuz olarak tanımlar kapitalisti. Topluluğa yabancılaşmış ve toplumu satıp, rekabet yaratan, besleyen ve rekabetin yanı sıra suçu, sefaleti en önemlisi bütün toplumsal bağların çözülmesini getiren bir kişidir. Toprak sahibi, daha dün köle gördüğü kapitalisti bugün kurtulup zengin olmuş ve küstahlaşmış kişi olarak kabul eder. Kendisini ise kapitalistin tehdit ettiği bir başka kapitalist olarak görür. Kapitalist ise toprak sahibini, dünkü miskin, kötü ve bencil efendisi olarak hatırlar. Ayrıca, bir kapitalist olarak, şimdiki halini ona borçlu olduğunu ve kendine zarar verdiğini yine kendine hatırlatmaktan da çekinmez. Kapitalistin sahip olduğu sermayeden ayrı bir erk olarak toprak sahibinin sahip olduğu erk olan toprak mülkiyeti, daha tam gelişmemiş sermayeye işaret eder. Sermaye toprak mülkiyetine galip gelir ve üretim süreci sonucunda kapitalist toprak sahibi karşısında zafer kazanmış olur (Marx, 1932/2018).

Özel Mülkiyet ve Emek, Ticari Sistem ve Fizyokrasi

Marx, Adam Smith'in özel mülkiyet anlayışını açıklarken Engels'in "Politik İktisadın Luther"i şeklinde nitelemesinden yola çıkmıştır; Luther, dini, dışsal dünyanın tözü saymış ve bu yol ile Katolik paganizme karşı çıkmıştı. Bu demek oluyor ki; insanın içsel tözü olarak diniliği ön plana çıkarmış ve dışsal diniliği kaldırmıştır. Servet de tıpkı bu dışsallık gibi insanın dışında ve insandan bağımsız şekilde kazanılabilecek ve kullanılabilir. Servetin ortadan kaldırılmasıyla dışsal nesneliliği yok edilerek özel mülkiyet, insanın kendinde cisimleşerek, insan özel mülkiyetin özü olarak tanımlanabilecektir. Fakat bunun sonucunda insan, Luther'de dinin yörüngesine sokulduğu gibi Adam Smith de insanı, özel mülkiyetin yörüngesine sokacaktır (Marx, 1932/2018).

Marx, ayrıca politik iktisatta feodal mülkiyetin yok oluşu olan “fizyokrasi” üzerinden Adam Smith’in görüşlerine yer vererek açıklamıştır. Bütün servetin kaynağı tarımdır. Toprak, başlangıçta sermaye değilken, sonradan insan için yalnızca emek ve tarım yoluyla var olmuştur. Fizyokrasinin yaptığı sadece toprak mülkiyetini yabancılaşmış insana çevirmektir. Toprak mülkiyeti, özel mülkiyetin ilk şekli olmakla birlikte endüstri, başlangıçta yalnızca mülkiyetin özel bir biçimi olarak özel mülkiyetin karşısına çıkmıştır. Dolayısıyla emek başlangıçta yalnızca tarımsal emek olarak görünürken, sonralarında genel olarak emek şeklinde görülmeye başlamıştır (Marx, 1932/2018).

Özel Mülkiyet ve Komünizm

Özel mülkiyetin ortadan kaldırılmış olumlu anlatımı komünizme işaret etmektedir. Evrensel özel mülkiyeti temsil etmektedir. Toplumda maddi mülkiyetin egemenliğinin büyüklüğünden dolayı özel mülkiyet olarak sahip olunamayacak yetenek vb. şeyler yok edilmek-soyutlanmak istenir. İşçi kategorisi bütün insanları içine alacak biçimde ve ortadan kaldırılmadan genişletilir. Evrensel özel mülkiyet, özel mülkiyetin karşısına çıkarılmaya çalışılır. Kabaca komünizm olarak kavramsallaştırılabilecek, özel mülkiyetin, ilk ortadan kaldırılışı, kendini olumlu topluluk olarak yerleştirmek isteyen özel mülkiyetin yüzeye çıkışının bir şeklini ifade etmektedir (Marx, 1932/2018).

Komünizm, “Yabancılaşmış Emek” başlığı altında ayrıntılı bir şekilde ele alınan yabancılaşmanın aşılması, insanın kendine, özüne dönüşünü temsil etmektedir. Marx, özel mülkiyetin kavram olarak anlaşıldığını fakat olumlu özünün kavranmadığını, özel mülkiyetin tutsağı haline getirildiğini vurgulamıştır. Dolayısıyla özel mülkiyetin olumlu özünü açıklamaya girişmiştir. Komünizm, insanın kendine yabancılaşmasının ya da özel mülkiyetin olumlu biçimde aşılması ve dolayısıyla insani öze sahip olunması olarak tanımlandığında toplumsal bir varlık olarak insan türünün öze dönüşünü temsil etmektedir. Komünizmin bu tanımı hümanizme işaret eden “doğalcılık” (natüralizm) olarak ifade edilir. Tür ile birey arasındaki çatışmanın gerçek çözümüdür. Tarihin çözülmüş bilmececi olan komünizm de kendinin çözüm olduğunu bilir. Komünizmin ortaya çıkışında bilince büyük rol atfeden Marx, tarihin akışını, hem kendi doğuşunun gerçek edimi hem de bilinçli bir şekilde kavrama süreci olarak almıştır (Marx, 1932/2018). Kısacası, özel mülkiyetin olumlu biçimde aşılması, bütün yabancılaşma şekillerinin olumlu biçimde aşılması anlamına gelmektedir. Yani insanın özüne

dönmesini ifade etmektedir (Marx, 1932/2018).

“Özel mülkiyet insanın kendi için nesnel oluşunun ve aynı zamanda kendine yabancı ve insanlık dışı bir nesne oluşunun duyusal anlatımıdır; (...) kendini gerçekleştirmesinin gerçekliğini yitirmesi, yabancı bir gerçeklik olduğunu dile getirir: bunun tersi, yani özel mülkiyetin olumlu şekilde aşılması yani, insani öze, insani hayata, nesnel insana ve insani başarılarla, insan tarafından ve insan için duyusal şekilde sahip çıkılması demektir” (Marx, 1932/2018).

Bu yüzden, özel mülkiyetin olumlu şekilde aşılması, tüm insan duyularının ve yüklemelerinin tam kurtuluşunu temsil etmektedir (Marx, 1932/2018).

Marx, sıkıntı içindeki ve yoksul adamın çok iyi hazırlanmış bir oyunu bile göremeyeceğini söyleyerek; madenleri işleyen bir insanın madenlerin yalnızca piyasa fiyatlarını düşünebileceğini, onların güzelliğini ya da benzersizliğini düşünemediklerini vurgulamaktadır. Bu sebeple kuramsal ve pratik bakımdan, insan özünün nesneleştirilmesi, hem insani ve doğal hayatın büyük zenginliğini karşılayan insani duyular yaratmak hem de insanın duyularını insanileştirmek anlamına gelmektedir (Marx, 1932/2018).

Sosyalist insan için dünya, insanın emeği yoluyla insanın yaratılmasından başka bir şey olmamakla birlikte özünde, insanın ve doğanın kuramsal ve pratik bilinçliliği yatmaktadır. Komünizm ise, zorunlu bir evre olup, insanın iyileşmesi ve kurtuluşu sürecinde tarihi gelişmenin bir sonraki aşamasıdır (Marx, 1932/2018).

Özel Mülkiyet-Burjuva Toplumunda İş bölümü

Özel mülkiyet varlığında, bencil isteklerini doyurma niyetinde olan herkes aynı zamanda başkasının üzerinde dışsal bir egemenlik kurma çabasıdadır. İnsanın insan olarak yoksulluğu gittikçe artar ve kendine düşman olan varlığa karşı zafer kazanması ancak para gerekmesi ile olmaktadır (Marx, 1932/2018).

Yabancılaşma, gereksemeler ve bu gereksemelerin araçlarında bir incelik yaramanın yanında hayvanca bir barbarlaşmaya, incelmemiş soyut, tam bir gerekseme basitliğine yol açmaktadır (Marx, 1932/2018). Marx, yabancılaşma sonucu, “uygarlık”ın getirdiği bir veba havasıyla kirlenen mağarasında yaşamaya başlayan insanın, bu mağarada bile güvende oturmadığını söyler. Çünkü parasını ödemezse kovulabileceği, her gün elinden alınabilecek yabancı bir barındır o da. En basit hayvansal temizlik bile (ışık, hava) insanın bir gerekmesi olmaktan

çıkar. “Kir” insan için bir yaşama ögesi olur. Artık insani duyularından hatta hayvani duyularından bile hiçbiri yoktur. Yani problem yalnızca insanın insani gereksemelerinin ortadan kalkması değil, hayvani gereksemelerinin de kaybolmasıdır. Vahşi ve hayvan hiç değilse avlanma, gezinme ve arkadaş edinme pratiklerine sahiptir. Bir çocuğu, yani henüz oluşma sürecindeki bir insanı işçi yapmak için makine ile basitleştirilmektedir. Öte yandan işçinin kendisi de aslında ihmal edilmiş bir çocuğu temsil edebilir. Zayıf insanı makineleştirmek için, makine kendini insanın zayıflığına uydurmaktadır (Marx, 1932/2018). Yabancılaşma yalnızca kapitalizmin gelişmiş olduğu fabrikalarda değil o fabrikalara işlenmesi için ulaştırılan hammadde alanlarında da karşımıza çıkmaktadır.

Paris’te 1783 yılında; La Bruyère adlı yazar, Fransız köylüsünü şöyle tasvir etmişti; “Paris’ten uzaklaşınca, bazı iskan mahalleleri görülür. Buralarda insana benzeyen dişi ve erkek birtakım hayvanlar yaşar; bunların çoğu vahşidir de. Hepsi güneşten yanmış, kirden simsiyah olmuştur. Kara ekmek, bitki kökleri yer, su içerler. Ekin eker, hayvan yetiştirirler. Dünyadan haberleri yoktur” (Tarih Gazetesi, 1956).

Örnekte 1783 Paris’inde, ihtişamın, modanın, güzelliğin merkezi olan semtin uzaklarında bulunan köylerdeki insanların halini görmekteyiz. İnsanların içinde buldukları bu durum aslında onların ne kadar yıprandığını ve geçimlerini sağlamak için, daha da açacak olursak Paris’in merkezindeki ihtişamın devam etmesini sağlayabilmek, orada yaşayan insanları mutlu edebilmek için toprak işçilerinin de ne kadar harcandığını gözler önüne sermektedir. Her ne kadar merkezdeki fabrikalarda olan işçiler olmasa da biz biliyoruz ki; toprak işçileri de kentteki burjuvazi için çalışmaktadır. Örnekte, “Buralarda insana benzeyen dişi ve erkek birtakım hayvanlar yaşar; bunların çoğu vahşidir de” (Tarih Gazetesi, 1956) yazmaktadır. Bu atıf, metinde bahsettiğimiz “işçinin hayvanileşmesi” vurgusunu destekler niteliktedir. İşçinin emeğini gerçekleştirme karşısında yabancılaşması onun insani belirtiler göstermekten çıkarıp, hayvani özellikler kazanmasına sebep olmuştur.

“Kendini ezme, yaşamının ve bütün insanca gereksemelerin yadsınması, baş öğretisidir. Ne kadar az, yer, içer, kitap okursan; tiyatroya, dansa, meyhaneye ne kadar az gidersen; ne kadar az düşünür, sever, kuram yaratır, şarkı söyler, resim, eskrim yaparsan, vb., o kadar fazla sermaye biriktirirsin, güvelerin ve tozun yok edemeyeceği hazinen o kadar büyür. Kendin ne kadar azalırsan, o kadar çoğa sahip olursun; kendi öz hayatını dile getirirkenle dışsallaşmış hayatını dile getirirken ters orantılıdır. Böylece yabancılaşmış varlığın gitgide büyür. Politik iktisatçı senin hayatın ve insanlığından aldığı her şeyi, para ve servet olarak geri verir; senin

yapamayacağı ne varsa, paran onu yapar. Paran yiyip içebilir, tiyatroya ya da dansa gidebilir; gezilere çıkabilir, sanatı, bilgiyi, geçmişin hazinelerini, politik gücü mülkiyetine geçirebilir - bütün bunları senin adına mülkiyetine geçirebilir bütün bunları senin adına satın alabilir... Ama bütün bunlar olduğu halde, kendi yaratıp kendini satın almaktan başka bir şey yapmak eğilimi göstermez; çünkü ne de olsa başka her şey onun kölesidir... İşçi, sadece yaşamayı istemesine yetecek kadarına sahiptir ve sadece bir şeylere sahip olabilmek için yaşamak isteyebilir” (Marx, 1932/2018).

“Üretimin zenginler için anlamı, yoksullar için taşıdığı anlamda belirlenmektedir. Yukarıda olay hep inceltiştir, perdelenmiştir, belirsizdir-uydurmadır; aşağıda, sert, düpedüz, açıklı-gerçektir” (Marx, 1932/2018).

Yoksul insanın oturduğu konut, düşman ve izbe bir yerdir. Bu yerin ona ait olmasının şartı alın terini ve kanını ona adamasıdır. Yoksul insan bu yeri mesken edinmediği sürece, “işte evimdeyim” diyemez, kendini bir yabancıнын evinde, her gün onu yerinden etmeyi bekleyen ve kirayı ödemediği zaman dışarı atacak olan birinin evinde bulur (Marx, 1932/2018). Bu noktada yabancılaşma kişinin, başkasının himayesi altında olmaktan ileri gelir. İnsanın yaşam faaliyeti başka birine aittir.

İşbölümü

Bir avcılar ya da çobanlar kabilesinde büyük bir ustalıklarla ok ve yay yapan bir insan bunları hayvan veya av etiyile değiş tokuş eder. Bu takas sonucunda ava çıksa bulacağından daha fazla et edinebildiğini fark eder. Böylece, kendi çıkarını düşünerek ok ve yay yapmak başlıca amacı olur (Marx, 1932/2018). O halde, uzmanlaşmanın tarihini avcı-toplayıcı dönemlere kadar götürebilir ve iş bölümünün uzmanlaşmaya yol açtığını söyleyebiliriz.

Politik iktisatta iş bölümü emeğin toplumsal özelliğinin anlatımına işaret eder. Marx’a göre, iş bölümü eğilimi insanlar arasında yetenekleri arasında farklılıkların meydana gelmesine sebep olmuştur. Aynı türden hayvanlar arasında doğuştan deha ve zeka farkı görebiliriz⁵. Fakat insanlar için bu durum geçerli değildir. İnsanların zekaları yaratılış bakımından⁶ çok farklı değildir. Hayvan ve insan arasındaki farklılıklarını detaylandırarak; hayvan bağımsız bir şekilde kendine bakar, bakmak zorundadır fakat doğanın kendi türlerine veya başka türlere

⁵ Marx bu noktada süs köpeği ve bir çoban köpeği karşılaştırması vermiş ve her iki türün de doğuştan farklı zekalara sahip olduklarını göstermek istemiştir.

⁶ Hammal ve filozof karşılaştırması yapmış, hammalın ve filozofun doğuştan aynı zekaya sahip olduklarını vurgulamıştır.

verdiği çeşitli yeteneklerden yararlanamaz. Ancak, insanlar, birbirlerine hiç benzemeyen dehalardan kendi işine yarayabilecek ürünleri ötekenden istediği kadar satın alarak faydalanmaktadırlar. Bu sebeple iş bölümünün sonucunu oluşturan insan yeteneklerinin çeşitliliğidir. Bu çeşitliliklerin faydası vardır. Örneğin hayvanlar türün ortak yararına katkıda bulunamıyorken insanlar birbirlerine hiç benzemeseler de farklı ürünlerini ortak bir stokta toplayabilir, birbirlerine faydalı olabilirler. İnsanların bu edimi gerçekleştirme sürecinde iş bölümünün büyük bir rolü söz konusudur. İş bölümü ve makinelerin kullanımı, ürünlerin büyük niceliklerde üretilmesini sağlamaktadır. Büyük fabrikaların temelinde yatan bunlardır (Marx, 1932/2018). Kapitalizmin doruklarının yaşandığı dönemlerde ve hatta günümüzde de fabrikalarda, otomotiv sanayiinde çalışan bir işçinin, otomobilin yalnızca vitesinin yapıldığı bölümde emeğini gerçekleştirme, otomobilin tamamını görememesine sebep olur. Yani işçi, tamamladığı ve onun sayesinde hayat bulan bir ürünün bitmiş halini göremez. Daha pek çok örnek verilebileceği gibi, Fordist üretim biçimi adı altında, seri üretim sisteminin yaygınlaştırılması bahsettiğimiz örnekle uyuşan niteliktedir.

Burjuva Toplumunda Paranın Gücü

Para, burjuva toplumunda her şeyi satın alabilme ve tüm nesnelere kendine mal edinme niteliğine sahip olması sebebiyle en yüksek mülk edinme nesnesi olarak varlığını sürdürmektedir (Marx, 1932/2018).

Marx “para” çözümlemesine, Shakespeare’in Atinalı Timon adlı eserindeki bir alıntıdan başlamaktadır:

“Altın! San, pırıl pırıl, halis altın! Yok Tanrılar ...

Şu kadar yeter bunun çevirmeye karayı aka; eğriyi

doğruya,

Kötüyü iyiye; soysuzu soyluya; kocamışı gence;

yüreksizi yiğide .

...İşte, bu

Rahiplerinizi, kölelerinizi çeker alır elinizden;

Koca adamların yastıklarını alır başlarının altından;

Bu sarı köle

Bağlar, çözer dinleri; günahkâr kutsar;

Cüzzamlıya bile taptırır insanı; alır hırsızı
Ünvan verir, nişan verir, şan verir,
Oturtur senatörle yan yana: budur
Kocamış dolu yeniden gelin eden;
Hastanenin, çibanlarını görse kusacağı kadını
Allar pullar da bu, ilkyazına kavuşturur.
Çekil karşımdan, kahrolası çamur,
İnsanlığın orta malı orospu, sen,
Ulusları birbirine düşüren.

...

Sen ey kral katili, ve ayıran
Piçinden babayı; sen kirlettin parlaklığınla
Hymen'in tertemiz yatağını! Sen cesur Mars!
Sen her dem taze, sevimli, zarif zampara,
Yanağının pembeliğiyle eritirsin sen
Diana'nın kucağındaki kutsal karları!
Olmayacakları birbirine yaklaştırıp
Öpüştüren onları! Her dilde konuşup
Her anlamda laf eden, sen göze görünür Tanrı!
Sen, yürek yakan, düşün,
Kölen insan başkaldırıyor; kullan gücünü,
Birbirine ver onları, öyle ki hayvanlar
Yeryüzünde imparatorluk kursun" (Shakespeare'den aktaran Marx, 1932/2018).

Marx, Shakespeare'in paranın gücünün bu kadar gerçekçi ve güzel anlatabildiği eserinden yola çıkarak, insanın para yoluyla elde edebileceği, satın alabildiği şeyin kendisi olduğunu söylemiştir. İnsanın gücü, paranın gücü kadar büyüktür. Para ne kadar güçlüyse ve fazlaysa insan da o kadar güçlüdür. Paranın niceliği ne kadarsa paranın sahibinin nitelikleri ve potansiyeli de o oran kadardır. Bu durumda, kişinin ne olduğu ve neleri yapabileceği veya yapamayacağı kişi tarafından değil para tarafından belirlenmektedir. Para sahibi kişi çirkin olabilir fakat en güzel kadını satın alabilir ki bunun örnekleri ile de sıkça karşılaşmak mümkündür. Eğer çirkin kişi para ile en güzel kadını satın alabiliyorsa paranın etkisiyle kişi çirkinliğini, iticiliğini de yok edebilir. Parası olan herhangi bir kişi her ne kadar kötü,

namussuz, alçak ve kafasız bir insan olursa olsun, paraya saygı gösterildiği için sahibine de saygı gösterilir. Her şeyin gerçek ruhu olan para, ona sahip olan insanı ruhsuz yapabilir mi hiç? Para sahibinin satın alması için akıllı olması gerekmez, parası varsa akıl bile satın alınabilir olur. Para, bütün bağlardır. Tüm noktaları bağlayan ortak ve yegane şeydir. Bir insan olarak kişinin yapamadığı hatta imkansız gördüğü şeyleri para gerçekleştirebilir. Para yaratıcı güce sahip bir şey olarak karşımıza çıkar çünkü Tanrılaştırılmıştır. Paranın bu gücü, insanın neler yapmak istediğini, neleri hedeflediğini yok sayar. Marx, bilimsel çalışmaya yatkın ve yeteneği olan kişinin yeterli parası yoksa hiç gerçek ve etkili bir yeteneği yokmuş gibi gözüktüğünü vurgulamıştır. Bu durumun tam tersi olarak parası olan ve bilimsel çalışma yeteneği olmayan bir kişinin, yeteneği etkili olabilir (Marx, 1932/2018). Çünkü para sahibi olan kişi, önünde hiçbir engel tanımaz.

Evrensel bir dışsal araç olarak ve insandan-toplumdan doğmayan para, imgelemi gerçekliğe, gerçekliği de imgelem ürününe çevirebilme gücüne sahiptir. Böylece, para, evrensel dönüştürücü bir güç olarak varlığını sürdürür. “Sadakati sadakatsizliğe, sevgiyi nefrete, nefreti sevgiye, iyiliği kötülüğe, kötülüğü iyiliğe, serfi lorda, lordu serfe, saçmayı akla, akılı saçmaya çevirir”. Dolayısıyla, iyiliği satın alabilen kişi, kötü bile olsa iyidir (Marx, 1932/2018).

Para dışsallaştırılıp, insan insan olarak, insanın dünyayla ilişkileri de insani ilişkiler olarak kabul edilirse, sevgi yalnızca sevgiyle, iyilik yalnızca iyilikle vb. değiştirilir. Önemli olan ne iseniz o olmak, olduğu gibi görünmektir. Örneğin, sanat içerisinde yaşamak istiyorsanız sanat kültürü almış biri olmalısınız. Bu noktada istemler ve eylemlerin birbirine uymaları gerekmektedir (Marx, 1932/2018).

Hegelci Diyalektik ve Felsefe

Marx, şimdiye kadarki fikirleri haklı gösterebilmek ve öncesinde açıklamak için Hegelci diyalektik ve fenomenoloji ve mantık üzerinde durmaktadır. Hegelci diyalektik karşısında eleştirel ve ciddi bir tutum sergileyen ve bu alanda gerçek buluşlar ortaya koyan tek kişinin Feuerbach olduğunu düşünmektedir (Marx, 1932/2018).

Feuerbach Hegelci diyalektiği şöyle açıklar: Hegel töz'ün (soyut evrensel) yabancılaşmasından yola çıkar. Yani basit bir dil ile; dinden yola çıkar. Sonra tözü ortadan kaldırarak edimli, duyusal, gerçek, bitimli, tikel olanı oluşturur. Bu da felsefe-din ve dinbilimin ortadan kalkması anlamına gelir. Feuerbach böylece; Hegelci diyalektiği,

felsefenin kendisiyle çelişmesi, olumsuzlamanın olumsuzlanması olarak görmektedir (Marx, 1932/2018).

Marx, Hegelci felsefenin gerçek çıkış noktası olan fenomenolojiden başlayarak Hegelci sistemi ele almıştır.

Fenomenoloji;

- a) Kendi bilincinde oluş
- b) Zihin
- c) Din
- d) Saltık bilgi

Hegel'in fenomenolojide servet, devlet gücü gibi kıstasları insani varlığa yabancılaşmış olarak görüşü yalnızca düşünce şeklindedir. Bunlar yalnızca katıksız, soyut, felsefi düşüncenin yabancılaşmasıdır. Bütün sürecin saltık bilgi ile sona ermesinin sebebi de budur. Aslında yabancılaşan şey soyut düşüncedir. Bu noktada filozof kendini yabancılaşmış dünyanın ölçüsü sayar. Yabancılaşmanın özü, insanın kendini insani olmayan bir şekilde, kendine karşıt olarak nesneleştirilmesi değil, kendini soyut düşünceden ayrı ve soyut düşünceye karşıt olarak nesneleştirilmesi olarak anlaşılmalıdır. Varlıklar ve nesnelere nasıl düşünce varlıkları olarak görünüyorsa, özne de her zaman bilincinde olma yani kendi bilincinde değildir; dolayısıyla ortaya çıkan yabancılaşma biçimleri, yalnızca bilincin ve kendi bilincinde olmanın değişik şekillerine karşılık gelmektedir (Marx, 1932/2018).

Hegel emeği, insanın özü sayarak emeğin yalnızca olumlu yanını öne çıkarır. Emek, insanın başkalaşmış insan olarak, kendi-için oluşudur. Hegel'in tanıdığı tek emek, soyut şekilde zihni emektir. Bundan dolayı, felsefenin özünü başkalaşmış insanın kendini tanıyışı olarak kavramaktadır (Marx, 1932/2018).

Fenomenoloji için kilit nokta, bilinçlilik nesnesinin kendi bilincinde olmaktan başka bir şey olmamasıdır. Dolayısıyla problem, bilinçlilik nesnesinin üstesinden gelmektir. Nesnellik, kendi bilincinde olmaya uygun olmayan yabancılaşmış bir insan ilişkisi gibi görünmektedir. Yabancılaşma dışlanmış şekilde karşımıza çıkmaktadır. İnsanın nesnel özüne yeniden sahip çıkması hem yabancılaşmayı hem de nesneleşmeyi ortadan kaldırmakla mümkündür. Hegel'e göre insanın özü, insanın kendi bilincinde olmasını ifade etmektedir. Bu noktada, Hegel'e göre bütün yabancılaşmaların, kendi bilincinde olmanın yabancılaşmasından başka bir şey olmadığını söylemek mümkündür. Bahsedilen "yabancılaşma" ifadesi gerçek yabancılaşmanın bir anlatımı olarak görülmektedir. İnsanın gerçek özünün, kendi bilincinde

olmanın yabancılaşmasının ortaya çıkışından başka bir şey olamaması fenomenolojinin kapsamına girmektedir (Marx, 1932/2018).

“Hegel insanın kendine yabancılaşmasını insan özünün başkalaşmasını, insanın nesnelliğini ve benliğini bulması olarak gerçekliğini yitirliğini, yaradılışının değişmesini, nesnelleşmesini ve gerçekleşmesini kavramaktadır” (Marx, 1932/2018).

Kendine yabancılaşmış insan aynı zamanda insani özüne yabancılaşmış düşündürdür. Düşünür için zihnindekiler, hem doğanın hem de insanın dışında var olan duruk zihni biçimler veya hayaletlere işaret etmektedir. Hegel, duruk zihni şekilleri bir araya getirip insan düşüncesinin başkalaşması olarak yani her birini ilkin olumsuzlama olarak, ardından başkalaşmanın aşılması yani olumsuzlamanın olumsuzlaması olarak insan düşüncesinin gerçek bir anlatımı olarak ele almıştır (Marx, 1932/2018).

Sonuç

Marx, yapıtlarıyla şimdiye kadar pek çok toplumu etkilemiştir. “Yabancılaşma” düşüncesinin temellerini attığı, felsefi dayanaklarla temellendirdiği ve düşüncelerinde Hegel’in etkisini büyük ölçüde hissettirdiği bir metin olarak “1844 El Yazmaları” kitap haline getirilmiştir.

Birbirinden ayrı olarak ele alamayacağımız toprak sahibi ve kapitalist, işçinin hayatının her alanında, ona fiziki olarak müdahalede bulunmasa bile her zaman üzerinde tahakküm kuran iki ayrı gibi görünen aslında tek olan sınıftır. İki sınıfı da sermaye sahibi olanlar olarak ele alırsak eğer, işçi sınıfı “sermaye sahibi olmayanlar” olarak adlandırılabilir. İşçinin konumu kapitalist üzerinden belirlenir. Sermaye sahibi olanlar var ise mutlaka sermaye sahibi olmayanlar da vardır. Diyalektik ilişkinin temeli de buradan doğar. Sermaye sahibi, işçinin yaşam mücadelesinde büyük rol oynamaktadır.

İşçinin “çalışmadığı zaman evinde olduğuna” ve “çalıştığı zaman evinde olmadığına” dair öznel duyguları da emeğinin yabancılaşmış niteliğinin diğer işaretleridir. Kapitalistin kontrolü o kadar bütüncül, o kadar eksiksizdir ki çalışmanın biçimini, yoğunluğunu, süresini, ürününün çeşidini ve sayısını, çalışmayı çevreleyen koşulları ve hepsinden daha önemlisi işçinin böyle bir çalışmada bulunup bulunmayacağını belirler. Yalnızca kapitalistin izniyle üretici etkinliğinde bulunabilen işçi, kapitalist ona dur deyinceye kadar yani üretim etkinliği kâr getirmemeye başlayana kadar devam edecektir (Ollman, 2012: 137).

Sabriye Aşır (2018), Bütün Dünya adlı dergide ele aldığı bir metinde “The Radium Girls: The

Dark Story of America's Shining Women" başlıklı kitabın yazarı Kate Moore'un ifadelerini aktararak tarihte "Radyum Kızları" olarak bilinen vahşi olayı aktarmıştır; 1916 yılında New Jersey'de bir saat fabrikası açılmıştır. Bu saat fabrikasında çalışmak üzere pek çok kadın işe alınmıştır. Kadın işçiler, savaştaki askerlerin gece saatleri görebilmeleri için saatlerin üzerindeki kadrantları ve rakamları karanlıkta parlamaları için radyoaktif özellikli radyum elementini içeren özel bir boyayla boyama görevlerini yerine getirmektedirler. Kadınlara, iş öğretilirken, püf noktanın, boyayı sürdükleri fırçayı önce dudaklarıyla sivriltmeleri olduğu söylenmiştir. Kadınlar ise, sivriltilip daha iyi bir iş ortaya çıkarabilmek adına iki dudakları arasına aldıkları fırçadaki boyayı yutmaya başlamışlardır (Aşır, 2018: 85).

Radyumun tüketilmesinin oluşturduğu büyük sağlık tehlikesi, radyasyona bağlı kemik nekrozu ve kemik kanserleri olduğu ortaya çıkmıştır. İşçilerin bazılarında, 1920'lerin başından itibaren bitkinlik ve diş ağrısı gibi şikâyetler oluşmaya başlamıştır. İlk ölüm olayı 1922 yılında gerçekleşmiş; 22 yaşındaki Mollie Maggia, bir yıl devam eden acı dolu bir sürecin ardından yaşamını yitirmiştir. Ölüm belgesinde frengi nedeniyle yaşamını yitirdiği yazmasına karşın, işin aslı bu değildir. Mollie "radyumlu çene" denilen bir hastalık halinden muzdariptir. Anlatılanlara göre, kızın alt çene kemiği öylesine kırılabilir bir hale gelmiştir ki, gittiği doktor kemiği öylece çekip çıkarmıştır (Aşır, 2018: 88, 89).

Saat fabrikasında çalıştırılan kadınlar ve kızların aldıkları maaş o dönem koşulları içerisinde gayet iyi bir miktarı göstermekteydi. Hatta henüz işin hastalığı belirmeden önce kızlar, kendi komşularına, arkadaşlarına da işi tavsiye ediyor, çalışmalarını için fabrikaya getiriyorlardı. Bu iş onların oldukça hoşuna gidiyor hatta iş yerinde çalışırken elbiselerine bulaşan radyum etrafta parlamalarını, akşam bara gittiklerinde dikkat çekmelerini sağlamaktaydı (Aşır, 2018: 85, 89).

Aslında kızlar, bu tekniği gözü kapalı kabul de etmemiş, başlangıçta boyanın zararlı olup olmadığını öğrenmek istemişlerdir. Radyum içeren boyanın son derece güvenli olduğunu söyleyen fabrika yöneticileri, kızların sağlıkları kötü boyutlara ulaşana ve olay duyulana kadar koltuklarında oturmaya devam etmişlerdir. Radyum sebebiyle hayatını kaybeden binlerce kadın tarihte "Radyum Kızları" olarak bilinmektedir (Aşır, 2018: 85-90).

Fabrika sahiplerinin, kızların itirazlarına rağmen üretimi devam ettirmesi, kızlarda meydana gelen değişikliklere rağmen üretimi durdurulmaması yalnızca üretilen ürünü satıp artı değer elde edebildiği içindir. Fakat artı değer elde etme sürecinde kapitalist dönüp arkasına bakmaz. Fabrika sahibi için eğer işin ucunda artı değer oluşturacak bir kâr söz konusuysa gidilen her

yol mübahtır. Kapitalist; “Nasıl olsa gelip benim işçim olacak birçok insan var, biri gider biri gelir” şeklindeki düşünceler etrafında dolaşıp durmaktadır. Bu sebepten ötürü, yıpratıcı ve sağlıksız çalışma koşulları karşısında zarar verdiği insanları düşünmez.

Kaynakça

- Aşır, S. (2018). Parlayan Saatlerin Karanlık Yüzü: Radium Kızları. *Bütün Dünya*, 85-90.
- Ateşoğlu, G. (Ed.). (2017). *Hayalet*. İstanbul: Ayrıntı.
- Doğan, U, Cumalı, N. ve Erksan, M. (1963). *Susuz Yaz* [Film]. Türkiye: Hitit Yapım.
- Irgat, C. (1998). *Seçme Şiirler*. Memet. Fuat (Der.). İstanbul: Adam.
- Kaplan, T. (1985). On the Socialist Origins of International Women’s Day. *Feminist Studies*, 11(1), 163-171.
- Lafargue, P. (2017). *Tembellik Hakkı*. İhya Kahraman (Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Marx, K. (2018). *1844 El Yazmaları*. Murat Belge (Çev.). İstanbul: Birikim. (Özgün eser 1932 tarihlidir)
- Marx, K. ve Engels, F. (2019). *Komünist Manifesto*. Celal Üster ve Nur Deriş (Çev.). İstanbul: Can. (Özgün eser 1848 tarihlidir)
- Meriç, C. (1968). Sosyalizm ve Sosyoloji Tarihinde Proudhon. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Konferansları Dergisi*, 9, 111-132.
- Ollman, B. (2012). *Yabancılaşma*. Ayşegül Kars (Çev.). İstanbul: Yordam.
- Smith, A. (2016). *Milletlerin Zenginliği*. Haldun Derin (Çev.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Tarih Gazetesi (Gazete Şeklinde Dünya Tarihi)*. (1956). Türk Köylüsü Alman ve Rus Köylüsünden Çok Daha Zengin. İstanbul: Hayat.
- Yalçıntaş, A. (2012). *Yayıncılık Endüstrisinde Yapay Seçilim: Marx ve Engels’in Politik İktisat Metinleri Üzerine Bibliyografik Bir İnceleme*. S. Orhan, S. Koloğlugil ve A. Yalçıntaş (Der.). İktisatta Bir Hayalet: Karl Marx (141-179) içinde. İstanbul: İletişim

Yazar Rehberi / Guide for Author

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (HÜSBD) aşağıda belirtilen ilkeler doğrultusunda yayın yapmaktadır:

1. Dergi, yayın politikası gereğince, sosyal bilimler alanında nicel ve nitel araştırma makaleleri ile tarama makalelerine, kısa bildiri yazılarına ve kitap kritiklerine yer vermektedir.
2. Derginin yayın dili Türkçe ve İngilizcedir.
3. Dergiye gönderilen makalelerin başka bir yerde yayınlanmamış veya yayınlanmak üzere aynı anda başka bir dergiye gönderilmemiş olması gerekmektedir. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, yayınlanmak üzere kabul edilen makalelerin tüm yayın haklarına sahiptir.
4. Dergi; yılda 2 (iki) defa Şubat ve Ağustos aylarında yayınlanan hakemli, akademik, açık erişimli elektronik bir dergidir.
5. Makalelerde belirtilen düşünce ve görüşlerden yazar/yazarlar sorumludur. Kabul edilen makalelerin tüm yayın hakları süresiz olarak Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Bilimler Meslek Yüksekokulu'na aittir.
6. Dergiye gönderilecek makaleler yazım kurallarımıza uygun bir şekilde hazırlanarak e-dergi sistemine kayıt sekmesinden kayıt olduktan sonra <http://dergipark.gov.tr/husbdergi> adresindeki sisteme kaynakçalar dahil eksiksiz olarak yüklenmelidir.
7. Dergiye gönderilen yazılar Editör ve Yayın Kurulu tarafından ön incelemeden geçirilir. Ön incelemede uygun bulunan makaleler hakemlere gönderilir. Ön incelemede aşağıdaki noktalar göz önünde bulundurulur:
 - a) Yayın etiğine uygunluğu,
 - b) Dergi yayın ilkelerine uygunluğu,
 - c) Çalışmanın konusunun bilimsel açıdan özgünlüğü ve güncelliği,
 - d) Çalışma konusunun sosyal ve beşeri bilimlere katkısı,
 - e) Yazım kurallarına ve şablona uygunluğu.
8. Ön inceleme sonucunda uygun olduğuna karar verilen çalışmalar bilimsel açıdan değerlendirmesi için hakemlere gönderilir. Hakem raporlarına dayalı olarak makalelerin yayınlanıp yayınlanmayacağına Yayın Kurulu karar verir. Gerek duyulması durumunda çalışmalar, hakemlerden gelen eleştiri ve öneriler doğrultusunda, gözden geçirilmesi veya önerilen düzeltmelerin yapılması için yazarlara geri gönderilir.
9. Dergiye kabul edilen yazılar Dergi Yayın Kurulu tarafından yayın sırasına alınır.
10. Yazar(lar)la hakemler arasındaki iletişimi sadece Editörler sağlar.
11. Dergiye yayın kurallarına uygun olarak gönderilen makaleler alanında uzman iki hakeme gönderilmektedir. Makaleler hakeme gönderilirken yazarların adları gizlenmekte, böylelikle hakemin makaleyi tarafsız değerlendirmesi amaçlanmaktadır. Yazarlara gönderilen hakem raporlarında da hakemlerin ismi bulunmamaktadır. Makaleyi değerlendiren iki hakemden birisinin olumlu diğerinin olumsuz rapor vermesi durumunda makale üçüncü hakeme gönderilmektedir.
12. Yayına kabul edilen makalelerin elektronik ortamda yayınlanması için, yazar(lar) tarafından başka dergide yayınlanmadığı, yayınlanmak üzere gönderilmediği ve tüm etik kurallara ilişkin sorumluluğun kendisine ait olduğuna ilişkin taahhüt formunun imzalanması gerekmektedir.
13. Hakemlerden gelen dönüşler ve eş editörlerin kararına bağlı olarak dergiye gönderilen makalelerin

hakem değerlendirme sürecinin yaklaşık olarak 6-8 hafta sürmesi öngörülmektedir.

14. Yayına kabul edilen ve son biçimi verilen makaleler üzerinde yazar(lar) değişiklik yapamaz.

15. Yayınlanan makalenin içeriğinden (kaynakların ve alıntılarının doğruluğundan, ileri sürülen görüşlerden ve telif hakkı olan çizelge, resim ve diğer görsellerden) yazar(lar) sorumludur.

16. Her bir sayıda basılacak olan makaleler sosyal bilimlerin farklı alanları dikkate alınarak yayın kurulu tarafından belirlenmektedir.

17. Yayına kabul edilen makaleler için yazar(lar)a ve hakemlere ücret ödenmez.

18. Açık erişim politikası gereğince, dergi sayıları ve makaleler derginin web sayfasında yer alır ve makalelerin tam metinlerine pdf dosyası olarak erişilebilir.

19. Dergimizin intihal politikası gereği; gelen makaleler iThenticate programında taratılmaktadır ve intihal raporundaki oranın %20' yi geçmemesi halinde hakem değerlemesine alınmaktadır.

Yazım Kuralları:

1. Gönderilen makale önceden yayınlanmamış ve herhangi bir dergide değerlendirilme sürecinde olmamalıdır.

2. Makale metninde yazı tipi olarak Times New Roman, **11 punto ve 1,5 satır aralığı** kullanılmalıdır. Ana başlık **14 punto**, bütün harfleri büyük ve ortalı olarak, diğer başlıklar ise **12 punto** ve ilk harfi büyük olmak üzere küçük harflerle sola yaslı olarak yazılmalıdır. Türkçe yazılmış makalelerde Türkçe ana başlığın altına İngilizce, İngilizce yazılmış makalelerde İngilizce ana başlığın altında Türkçe başlığa yer verilmelidir. Makale, kaynakça ve son notlar dahil, **9.000 kelimeyi** geçmemeli, A4 boyutunda Word dosyasına soldan 3,5 cm, sağdan 3 cm, üstten 4,5 cm ve alttan 4 cm olacak şekilde düzenlenmelidir.

Çalışmanın yazarının adı soyadı **10 punto**, soyadı büyük harflerle ve ortalı olarak, yazar birden fazla ise, adlar çalışmaya katkılarına göre alt alta sıralı yazılmalıdır. Yazar(lar)ın unvanıyla birlikte, çalıştığı yerin açık adı, şehir-ülke ve e-posta adresi, başlığın altındaki yazar ismi ya da isimleriyle eşleştirilmiş (*) işareti ile belirtilmeli ve makalenin ilk sayfasının altındaki dipnotta yer almalıdır.

Çalışma herhangi bir bilimsel etkinlikte bildiri olarak sunulmuş ise, makalenin başlığına (*) konularak, makalenin ilk sayfasının altında etkinliğin adı, yeri ve tarihi belirtilmelidir. Çalışma herhangi bir araştırma kurumu ya da fonu tarafından desteklenmiş ise, makalenin başlığına (*) konularak, desteği sağlayan kuruluşun adı, projenin numarası ve tamamlandığı tarih ilk sayfanın altında belirtilmelidir. Çalışma lisansüstü tezlerden üretilmiş ise, makalenin başlığına (*) konularak, tezin adı, danışmanın adı ve tamamlandığı tarih ilk sayfanın altında belirtilmelidir. Dip notlardaki tüm bilgiler **9 punto** olmalıdır.

3. Makale, Türkçe veya İngilizce olabilir. Her makalede, ana başlığın hemen altında, makalenin amaç ve önemini, uygulanan metodolojiyi, temel bulgular ve muhtemel tavsiyelerini içeren Türkçe ve İngilizce olmak üzere **200 kelimeyi aşmayan** öz/abstract yer almalıdır.

Özet, tek sütun ve iki yana yaslı olarak yazılmalıdır. “Öz” metni içinde kaynak verilmemelidir.

Öz/Abstract altında, makalenin yazındaki yerine dair yönlendirmede bulunacak en az üç ve en çok altı anahtar sözcükler/keywords bulunmalıdır. Makale, Ana Başlık, Öz/Abstract, Anahtar Sözcükler/Keywords, Makale Metni, Notlar ve Kaynakça sırası ile kaleme alınmış olmalıdır.

4. Dergide **Journal of Economic Literature (JEL Clasification) kodlaması** uygulamaktadır. Yayınlanmak üzere gönderilen makalelerde yazarların JEL kodunu belirtmesi gerekmektedir. Türkçe ve yabancı dilde belirtilen anahtar kelimelerin alt kısmına JEL kodu yazılmalıdır.

5. Tablo ve şekillere başlık ve numara verilmeli, başlıklar tablo, şekil ve grafiklerin üzerinde yer almalı, kaynaklar ise tablo, şekil ve grafiklerin altına yazılmalıdır. Rakamlarda ondalık kesirler nokta ile

ayrılmalıdır. Denklemlere verilecek sıra numarası parantez içinde sayfanın sağında yer almalıdır. Denklemlerin türetilişi, yazıda açıkça gösterilmemişse, hakemlerin değerlendirmesi için, türetme işlemi bütün basamaklarıyla ayrı bir sayfada verilmelidir.

6. Makale, Dergi'nin <http://dergipark.gov.tr/husbdergi> adresinden DergiPark'a üye olunarak, yazar(lar)ın isim(ler)i eklenmeden ve makalede yazar(lar)ı belli edecek ibareler içermeyecek şekilde gönderilmelidir.

7. Yazar(lar), makalenin kabul edilmesi ve yayımlanması durumunda, telif haklarının Hacettepe Üniversitesi'ne devredilmesini kabul etmiş sayılır, yazar(lar)a telif ücreti ödenmez.

8. Makale araştırma ve yayın etiğine uygun olmalıdır. Araştırmada "Etik Kurul Onayı" alınması gerekli ise; makalenin "Gereç ve Yöntem" bölümünde Etik Kurul onayına ilişkin bilgiler (etik kurulun adı, onay belgesinin numarası ve tarihi) belirtilmelidir.

9. Yazar(lar) makalenin güncel durumunu DergiPark üzerinden takip edebilir(ler).

10. Makalede atıflar APA (Amerikan Psikoloji Derneği) kurallarına göre yapılmalıdır. Bu nedenle; kaynaklara göndermeler, metin içinde açılacak araçlarla yapılmalıdır. Araç içindeki sıra şöyle olmalıdır: Yazar(lar)ın soyadı, kaynağın yılı, sayfa numaraları.

Karşılaşılabilecek farklı durumlar şöyle örneklenebilir:

.....ifade edilmiştir (Giddens, 2008).

.....ifade edilmiştir (OECD, 2016).

.....belirtmiştir (Giddens, 2008: 88-89).

.....Rifkin (1996a: 15-20) ileri sürmektedir.

.....(Tokol *vd.*, 2018: 126-153).

.....(Watson, Hassett, 2003: 399-432; Wollmann, Marcou, 2013: 15-23).

11. Metinde gönderme yapılan bütün kaynaklar, kaynakçada belirtmeli, gönderme yapılmayan kaynaklar, kaynakçaya konmamalıdır. Kaynaklar, ayrı bir sayfada soyadına göre alfabetik sırayla yazılmalıdır. Dergi ve derlemelerdeki makalelerin sayfa numaraları belirtilmelidir.

Kaynakçada, aşağıdaki örneklenen biçim kurallarına uyulmalıdır:

Kitaplar: Tokol, A., Y. Alper (2018), *Sosyal Politika*, Dora Yayınları:Bursa.

Dergiler: Rifkin, J.(1996), "The End Of Work: The Decline Of The Global Labor Force And The Dawn Of The Post-Market Era", *Harvard Journal Of Law & Technology*, 9(1), 27-37.

Derlemeler: Krugman, P. (1995), "The Move Toward Free Trade Zones", in P. King (ed.), *International Economics and International Economic Policy: A Reader*, New York: McGraw-Hill, Inc., 163-182.

Diğer Kaynaklar: Bowles, J. *The computerisation of European jobs — who will win and who will lose from the impact of new technology onto old areas of employment?*, <http://bruegel.org/2014/07/the-computerisation-of-european-jobs/>, E.T. 21.05.2018.

OECD (2018), *Good Jobs for All in a Changing World of Work*, 4 December, 2018, <http://www.oecd.org/employment/good-jobs-for-all-in-a-changing-world-of-work-9789264308817-en.htm>, E.T.: 15.02.2019.