



# DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY  
THE JOURNAL OF GRADUATE SCHOOL OF  
SOCIAL SCIENCES

Cilt / Volume : 23

Sayı / Issue : 4

ISSN : 1302-3284

E-ISSN: 1308-0911

Yıl/Year: 01 Ekim – 31 Aralık 2021 / 01 October – 31 December 2021



# DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY  
THE JOURNAL OF GRADUATE SCHOOL OF  
SOCIAL SCIENCES

Cilt / Volume : 23

Sayı / Issue : 4

ISSN : 1302 - 3284

E-ISSN: 1308-0911

Yıl/Year: 01 Ekim – 31 Aralık 2021 / 01 October – 31 December 2021

## DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI

---

### SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Cilt: 23 Sayı: 4 Yıl: 2021

---

ISSN: 1302-3284

E-ISSN: 1308-0911

---

**Derginin Sahibi** : Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü adına Prof. Dr. Asuman ALTAY

**Sorumlu Müdür** : Prof. Dr. Asuman ALTAY

**Editörler** : Prof. Dr. Asuman ALTAY  
Doç. Dr. Levent YILMAZ  
Doç. Dr. Serdar NART

**Yönetim Yeri** : T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Tınaztepe Yerleşkesi 35390 Buca, İZMİR

**Yayın Türü** : Yılda En Az Dört Kez Yayınlanan Akademik Hakemli Dergidir.

**Ulakbim (Dergi Park) Online Yayın Tarihi** : 31.12.2021

---

**Yönetim ve Yazışma Adresi** : Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,  
Tınaztepe Yerleşkesi 35390 Buca/İZMİR  
Tel: (232) 301 87 60  
Faks: (232) 453 02 66  
E-posta: sbdergi@deu.edu.tr  
Erişim Sitesi: www.sbe.deu.edu.tr/dergi/dergi.htm

**WEB Editörü** : Arş. Gör. Özgün Nil DÜMEN

---

Dergide yayınlanan makalelerin bilim, içerik ve dil bakımından sorumluluğu yazarlarına aittir.  
Dergide yayınlanan makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

---

---

**DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY PUBLICATIONS**

---

**DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY JOURNAL OF GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES**

Volume: 23 Issue: 4 Year: 2021

---

**ISSN:** 1302-3284

**E-ISSN:** 1308-0911

---

**Journal Owner** : Prof. Dr. Asuman ALTAY, The owner on behalf of Dokuz Eylül University  
Graduate School of Social Sciences

**Director** : Prof. Dr. Asuman ALTAY

**Editors** : Prof. Dr. Asuman ALTAY  
Assoc. Prof. Levent YILMAZ  
Assoc. Prof. Serdar NART

**Place of Management** : Dokuz Eylül University Graduate School of Social Sciences  
Tınaztepe Yerleşkesi 35390 Buca/İZMİR/TURKEY

**Publication Type and**

**Period** : Journal is a peer-reviewed and published at least four times a year.

**Ulakbim Online Date of Issue** : 31.12.2021

---

**Management and Correspondence Address** : Dokuz Eylül University, Graduate School of Social  
Sciences, Tınaztepe Campus 35390 Buca/İZMİR/TURKEY

Tel: +90 (232) 301 87 60

Fax: +90 (232) 453 02 66

E-mail: sbedergi@deu.edu.tr

WEB: www.sbe.deu.edu.tr/dergi/JOURNAL.htm

**WEB Editor** : Research Assistant Özgün Nil DÜMEN

---

The academic and content responsibility of the articles published in our journal exclusively belongs to the authors.

The articles published in our journal cannot be used without giving reference to the relevant article.

---



**DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ**  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

**Hakemli Dergi**

**Cilt: 23 Sayı: 4 Yıl: 2021**

**Dergi Yayın Komisyonu**

Prof. Dr. Asuman ALTAY – Dokuz Eylül Üniversitesi  
Prof. Dr. Ali DEVECİ - Dokuz Eylül Üniversitesi  
Prof. Dr. Erkan GÖKSU - Dokuz Eylül Üniversitesi  
Prof. Dr. Mehmet Cem ŞAHİN- Dokuz Eylül Üniversitesi  
Prof. Dr. PINAR SÜRAL ÖZER - Dokuz Eylül Üniversitesi  
Doç. Dr. Atalay GÜNDÜZ - Dokuz Eylül Üniversitesi  
Doç. Dr. Levent YILMAZ - Dokuz Eylül Üniversitesi  
Doç. Dr. Serdar NART - Dokuz Eylül Üniversitesi  
Arş. Gör. Özgün Nil DÜMEN - Dokuz Eylül Üniversitesi

**DANIŞMA KURULU**

Prof. Dr. Abbas TÜRNÜKLÜ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet TAŞAĞIL	Yeditepe Üniversitesi
Prof. Dr. Aynur KOÇAK	Yıldız Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Binnur GÜRLER	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Birsen KARACA	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Erhan DEMİRELİ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Fatih TOKTAŞ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Gürer GÜLSEVİN	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Hatice ŞİRİN	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. İlber ORTAYLI	Galatasaray Üniversitesi
Prof. Dr. İlseyar ZAKİROVA	Galimcan İbrahimov Dil, Edebiyat ve Sanat Enstitüsü, Tataristan, Rusya
Prof. Dr. İpek DEVECİ KOCAKOÇ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Kamil İŞERİ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Karl REICHL	Bonn Üniversitesi, Almanya
Prof. Dr. Mehmet AÇA	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa DAŞ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa ÖNER	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa SEVER	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Nadim MACİT	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Nafize Sibel GÜZEL	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Nevzat ŞİMŞEK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Nikolay YEGOROV	Çuvaş Devlet Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çuvaşistan, Rusya
Prof. Dr. Nurettin ÖZTÜRK	Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Olcobay KARATAYEV	Kırgızistan Manas Üniversitesi, Kırgızistan
Prof. Dr. Ömür N. T. ÖZMEN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Özkul ÇOBANOĞLU	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Recep KÖK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Şakir İBRAYEV	L.N. Gumilev Avrasya Milli Üniversitesi, Kazakistan
Prof. Dr. Tufan GÜNDÜZ	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Turgay UZUN	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Yusuf KILDİŞ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Z. Nilüfer KARACASULU	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Zeki ERDUT	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Zeki KAYMAZ	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Zerrin Toprak KARAMAN	Dokuz Eylül Üniversitesi

---

## ALAN EDITÖRLERİ

---

Prof. Dr. Erkan GÖKSU	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Murat AYDOĞDU	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Nevzat KAYA	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Kamil İŞERİ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Oğuz SANCAKDAR	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Ali ÖZDEMİR	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Zerrin TOPRAK KARAMAN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Hüseyin Avni EGELİ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Mübeccel Banu DURUKAN SALI	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Yıldız AKPOLAT	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Hakkı UYAR	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa Erdem ÖZGÜR	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Vahap TECİM	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Burçak Müge VURAL	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Nilfen GÖKÇEN ULUK	Dokuz Eylül Üniversitesi)
Doç. Dr. Atalay GÜNDÜZ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Gülay DİRİK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Osman BİLEN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Serkan ODAMAN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Çağnur BALSARI	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Binnur GÜRLER	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Remzi YAĞCI	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Ebru GÜNLÜ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Zeynep ARIKAN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Reşat Levent AYSEVER	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Durmuş Ali DEVECİ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Berna KIRKULAK ULUDAĞ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Gülizar KURT GÜMÜŞ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Burak KÖSEOĞLU	Dokuz Eylül Üniversitesi

---

**Dizgi:** Arş. Gör. Özgün Nil DÜMEN

**DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY**  
JOURNAL OF GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES  
**Refereed Journal**

**Vol: 23 Issue: 4 Year: 2021**

**Publishing Commission of Journal**

Prof. Dr. Asuman ALTAY – Dokuz Eylül University  
Prof. Dr. Ali DEVECİ - Dokuz Eylül University  
Prof. Dr. Erkan GÖKSU - Dokuz Eylül University  
Prof. Dr. Mehmet Cem ŞAHİN- Dokuz Eylül University  
Prof. Dr. PINAR SÜRAL ÖZER - Dokuz Eylül University  
Assoc. Prof. Dr. Atalay GÜNDÜZ - Dokuz Eylül University  
Assoc. Prof. Dr. Levent YILMAZ - Dokuz Eylül University  
Assoc. Prof. Dr. Serdar NART - Dokuz Eylül University  
Research Assistant Özgün Nil DÜMEN - Dokuz Eylül University

**ADVISORY BOARD**

---

Prof. Dr. Abbas TÜRNÜKLÜ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Ahmet TAŞAĞIL	Yeditepe University
Prof. Dr. Aynur KOÇAK	Yıldız Teknik University
Prof. Dr. Binnur GÜRLER	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Birsen KARACA	Ankara University
Prof. Dr. Erhan DEMİRELİ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Fatih TOKTAŞ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Güner GÜLSEVİN	Ege University
Prof. Dr. Hatice ŞİRİN	Ege University
Prof. Dr. İlber ORTAYLI	Galatasaray University
Prof. Dr. İlseyar ZAKİROVA	Institute of Galimcan İbrahimov Language, Literature and Art, Tatarstan / Russian Federation
Prof. Dr. İpek DEVECİ KOCAKOÇ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Kamil İŞERİ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Karl REICHL	University of Bonn, Germany
Prof. Dr. Mehmet AÇA	Marmara University
Prof. Dr. Mustafa DAŞ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Mustafa ÖNER	Ege University
Prof. Dr. Mustafa SEVER	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr. Nadim MACİT	Ege University
Prof. Dr. Nafize Sibel GÜZEL	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Nevzat ŞİMŞEK	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Nikolay YEGOROV	Chuvash State Social Science Institute, Chuvashia / Russian Federation
Prof. Dr. Nurettin ÖZTÜRK	Pamukkale University
Prof. Dr. Olcobay KARATAYEV	Kyrgyz-Turkish University of Manas, Kyrgyz Republic
Prof. Dr. Ömür N. T. ÖZMEN	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Özkul ÇOBANOĞLU	Hacettepe University
Prof. Dr. Recep KÖK	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Şakir İBRAYEV	L.N. Gumilyov Eurasian National University, Republic of Kazakhstan
Prof. Dr. Tufan GÜNDÜZ	Hacettepe University
Prof. Dr. Turgay UZUN	Muğla Sıtkı Koçman University
Prof. Dr. Yusuf KILDİŞ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Z. Nilüfer KARACASULU	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Zeki ERDUT	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Zeki KAYMAZ	Ege University
Prof. Dr. Zerrin Toprak KARAMAN	Dokuz Eylül University

---

## FIELD EDITORS

---

Prof. Dr. Erkan GÖKSU	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Murat AYDOĞDU	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Nevzat KAYA	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Kamil İŞERİ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Oğuz SANCAKDAR	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Ali ÖZDEMİR	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Zerrin TOPRAK KARAMAN	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Hüseyin Avni EGELİ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Mübeccel Banu DURUKAN SALI	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Yıldız AKPOLAT	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Hakkı UYAR	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Mustafa Erdem ÖZGÜR	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Vahap TECİM	Dokuz Eylül University
Doç. Dr. Burçak Müge VURAL	Dokuz Eylül University
Doç. Dr. Nilfen GÖKÇEN ULUK	Dokuz Eylül University
Doç. Dr. Atalay GÜNDÜZ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Gülay DİRİK	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Osman BİLEN	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Serkan ODAMAN	Dokuz Eylül University
Doç. Dr. Çağnur BALSARI	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Binnur GÜRLER	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Remzi YAĞCI	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Ebru GÜNLÜ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Zeynep ARIKAN	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Reşat Levent AYSEVER	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Durmuş Ali DEVECİ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Berna KIRKULAK ULUDAĞ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Gülüzar KURT GÜMÜŞ	Dokuz Eylül University
Dr. Öğr. Üyesi Burak KÖSEOĞLU	Dokuz Eylül University

---

**Typesetting:** Research Assistant Özgün Nil DÜMEN

## **DERGİ HAKKINDA**

*Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi yılda en az dört defa yayınlanan hakemli bir dergidir. Dergi alanında disiplinlerarası ulusal ve uluslararası çalışmaları yayımlar. Derginin yayım dili Türkçe'dir. Ancak İngilizce yazılan makaleler de yayımlanır. Dergi, içeriği tüm kullanıcılara açık, serbestçe/ücretsiz "açık erişimli" bir dergidir. Kullanıcılar yayıncıdan ve yazar(lar)dan izin almaksızın, dergideki makaleleri tam metin olarak okuyabilir, indirebilir, dağıtabilir, makalelerin çıktısını alabilir ve kaynak göstererek makalelere bağlantı verebilir.*

*Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi uluslararası bir dergi olup aşağıdaki veri tabanlarında yer almaktadır.*



## ABOUT JOURNAL

*Dokuz Eylül University Journal of Graduate School of Social Sciences is a peer-reviewed and international journal published at least four times a year. The journal publishes multidisciplinary national and international articles. The language of the journal is Turkish, but, articles in English may also be published. This is an open access journal which means that all content is freely available without charge to the user or his/her institution. Users are allowed to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full text of the articles in this journal without asking prior permission from the Publisher or the author.*

*Dokuz Eylül University Journal of Graduate School of Social Sciences is an international journal and indexed by these databases;*



## 2021 YILI HAKEMLERİMİZ

Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 2021 yılı sayıları (Cilt23, Sayı 1, 2, 3, 4) EBSCO, ULRICHWEB, DOAJ, ULAKBİM ve ASOS gibi ulusal ve uluslararası veri tabanlarının yanı sıra birçok üniversite kütüphaneleri ve farklı akademik bilimsel veri tabanları tarafından taranmaktadır.

Dergimize emeği geçen tüm hakemlerimize teşekkür ederiz.

### Editörler

Prof. Dr. Asuman ALTAY  
Doç. Dr. Levent YILMAZ  
Doç. Dr. Serdar NART

### Dergimizin Yayınında 2021 Yılı Cilt 23'e Katkı Veren Hakemlerimiz

Prof. Dr. Abbas TÜRNÜKLÜ	Dokuz Eylül Üniversitesi	Prof. Dr. İrfan KALAYCI	İnönü Üniversitesi
Prof. Dr. Abdülkadir ÇÜÇEN	Uludağ Üniversitesi	Prof. Dr. Jülide AKYÜZ ORAT	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Adnan AKIN	Kırıkkale Üniversitesi	Prof. Dr. Mahmut TEKİN	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Adnan TÜRKSOY	Ege Üniversitesi	Prof. Dr. Mehmet Ali KAYA	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Alaattin AKÖZ	Selçuk Üniversitesi	Prof. Dr. Mehmet EKİZ	N. Ömer Halisdemir Üniversitesi
Prof. Dr. Arzu ALTIN YAVUZ	E. Osman Gazi Üniversitesi	Prof. Dr. Mehmet MARANGOZ	M. Sıta Kocaman Üniversitesi
Prof. Dr. Aslı UZ BAŞ	Dokuz Eylül Üniversitesi	Prof. Dr. Mehmet ÖZÇALIK	M. Celal Bayar Üniversitesi
Prof. Dr. Aysin GÖRGÜN BARAN	Hacettepe Üniversitesi	Prof. Dr. Meral ATICI	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Aysel ERCİŞ	Atatürk Üniversitesi	Prof. Dr. Mevlüt ERDEM	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Ayşe Bahar CERİTOĞLU	Marmara Üniversitesi	Prof. Dr. Mıhrıban ŞENGÜL	İnönü Üniversitesi
Prof. Dr. Ayşegül D. BATIGÜN	Ankara Üniversitesi	Prof. Dr. Müge KANTAR DAVRAN	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Burak ÖZÇETİN	İstanbul Üniversitesi	Prof. Dr. Nuray TÜRKER	Karabük Üniversitesi
Prof. Dr. Cantürk GÜMÜŞ	Karadeniz Teknik Üniversitesi	Prof. Dr. Nurten BİRLİK	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Cenk REYHAN	Hacı Bayram Veli Üniversitesi	Prof. Dr. Okan ORMANLI	İstanbul Aydın Üniversitesi
Prof. Dr. Ebru G. KÜÇÜKALTAN	Dokuz Eylül Üniversitesi	Prof. Dr. Orhan AKOVA	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Ebru T.KABADAYI	Gebze Teknik Üniversitesi	Prof. Dr. Osman Eralp ÇOLAKOĞLU	A. Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Erhan DEMİRELİ	Dokuz Eylül Üniversitesi	Prof. Dr. P. Melis YELSALI PARMAKSIZ	Bahçeşehir Üniversitesi
Prof. Dr. Erkan GÖKSU	Dokuz Eylül Üniversitesi	Prof. Dr. Selma METİNTAŞ	E. Osmangazi Üniversitesi
Prof. Dr. Fahri ÇAKI	Balikesir Üniversitesi	Prof. Dr. Selma MEYDAN UYGUR	A. Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Faik ARDAHAN	Akdeniz Üniversitesi	Prof. Dr. Sema BUZ	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU	V. Yüzcüncü Yıl Üniversitesi	Prof. Dr. Serkan BERTAN	Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Fatma ACUN	Hacettepe Üniversitesi	Prof. Dr. Serkan GÜNEŞ	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. F. Şebnem ARIKBOĞA	İstanbul Üniversitesi	Prof. Dr. Serpil AYTAÇ	Fenerbahçe Üniversitesi
Prof. Dr. F. Mutlu BİNARK	Hacettepe Üniversitesi	Prof. Dr. Tolga KARA	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Filtiz A.BOSCHELE	Marmara Üniversitesi	Prof. Dr. Tulin CANBAY	M. Celal Bayar Üniversitesi
Prof. Dr. Füsün TOPSÜMER	Ege Üniversitesi	Prof. Dr. Ünsal SİĞRİ	İstanbul Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Gökhan ORHAN	İstanbul Üniversitesi	Prof. Dr. Yeşim YASAK	Çankırı Karatekin Üniversitesi
Prof. Dr. G. Rengin KÜÇÜKERDOĞAN	Hasan Kalyoncu Üniversitesi	Prof. Dr. Yıldız AKPOLAT	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. H. İbrahim DELİCE	S. Cumhuriyet Üniversitesi	Prof. Dr. Yunus DURSUN	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. H. Yunus TAŞ	Yalova Üniversitesi	Doç. Dr. Abdullah BAKIR	Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan KAHYAĞOĞLU	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Aras BOZKURT	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Hakki UYAR	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. A. Ebru BOZKURT YÜKSEL	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Himmet HÜLÜR	Hacı Bayram Veli Üniversitesi	Doç. Dr. Bilal TUNÇ	A. İbrahim Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Hülya BOYANA	Ankara Üniversitesi	Doç. Dr. Burçak YILDIZ	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Ionna KUÇURADİ	Maltepe Üniversitesi	Doç. Dr. Canan TANRISEVER YİĞİT	Kastamonu Üniversitesi
Prof. Dr. Işıl ZEYBEK	İstanbul Kültür Üniversitesi	Doç. Dr. Ceren YEGEN	Mersin Üniversitesi

Doç. Dr. <b>Cevriye DEMİR GÜNEŞ</b>	A. Hacı Bayram Veli Üniversitesi	Doç. Dr. <b>Süleyman Kürşat ÇINAR</b>	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Diğdem SOYALTIN COLELLA</b>	Atınbaş Üniversitesi	Doç. Dr. <b>Şerife ÖNDER</b>	Dumlupınar Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Ebru GÖKALİLER</b>	Yaşar Üniversitesi	Doç. Dr. <b>Şevket KADIOĞLU</b>	Pamukkale Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Elif EŞİYOK</b>	Atılım Üniversitesi	Doç. Dr. <b>Tahsin AKÇAKANAT</b>	Süleyman Demirel Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Elvettin AKMAN</b>	Süleyman Demirel Üniversitesi	Doç. Dr. <b>Ufuk ERDEM</b>	Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Emel COŞKUN</b>	Düzce Üniversitesi	Doç. Dr. <b>Ümmühan KAYGISIZ</b>	Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Emre Bilgin SARI</b>	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. <b>Üzeyir AYDIN</b>	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Erdal ASLAN</b>	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. <b>Zeki Atlı BULUT</b>	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Erol KÖROĞLU</b>	Boğaziçi Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Ahmet OĞUZ</b>	Karabük Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Esin Nesrin CAN</b>	İstanbul Aydın Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Ahmet KÖROĞLU</b>	Bahçeşehir Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Esra GEDİK</b>	Bozok Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Ali İhsan ÖZEROĞLU</b>	Rumeli Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Esra SAHTİYANCI ÖZTARHAN</b>	Ege Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Arsev Ayşen ARSLANOĞLU YILDIRAN</b>	Artvin Çoruh Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Gülçin ÖZBAY</b>	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Derya DUMAN</b>	İzmir Ekonomi Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Hasan ÖZGÜR</b>	Trakya Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Devrim Çetin GÜVEN</b>	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Hatice Zekavet KABASAKAL</b>	Dokuz Eylül Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Dilek ÇALIŞKAN</b>	Anadolu Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Hülya YILDIZ BAĞÇE</b>	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Ebru TURHAN</b>	Türk-Alman Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Hüseyin KALEMLİ</b>	N. Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Ece DEMİRAY EROL</b>	Manisa Celal Bayar Üniversitesi
Doç. Dr. <b>İbrahim Etem ZİNDEREN</b>	Atatürk Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Elif AKTAŞ</b>	Atatürk Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Kurtuluş BOZKURT</b>	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Elif Tuğba DOĞAN</b>	Ankara Üniversitesi
Doç. Dr. <b>M. Ali Burak NAKİBOĞLU</b>	Çukurova Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Fatih ALTUĞ</b>	Bilkent Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Mehmet KIRLIOĞLU</b>	Necmettin Erbakan Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Fatma Gaye GÖKALP YILMAZ</b>	Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Mehmet YAKIN</b>	İstanbul Arel Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Fatma KABA</b>	Pamukkale Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Muhammet AYDOĞAN</b>	Dokuz Eylül Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Fatma Zeynep BİLGE</b>	Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Murat ÖNOK</b>	Koç Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Ferhat GÜNGÖR</b>	Giresun Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Nadir YURTOĞLU</b>	Kastamonu Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Figen UZAR ÖZDEMİR</b>	Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Nesrin AKINCI ÇÖTOK</b>	Sakarya Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Gaye SOLMAZER</b>	Bakırçay Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Nilgün AVCI</b>	Ege Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Güçlü TULÜVELİ</b>	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Oğuz KARA</b>	Düzce Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>İlkay TURAN</b>	Bahçeşehir Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Olca SÜRGEVİL DALKILIÇ</b>	Dokuz Eylül Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>İlke CİRİTCİ</b>	Gelişim Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Osman ALACAĞAN</b>	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>İsmet AKBAŞ</b>	Çankırı Karatekin Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Özlem AYDOĞMUŞ ÖRDEM</b>	Çukurova Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Kemaleddin ERYEŞİL</b>	Şırnak Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Sadık Alper YILDIZEL</b>	Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Leyla ERCAN</b>	Gazi Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Sanem YAZICIOĞLU</b>	İstanbul Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Mehmet BOZOK</b>	Maltepe Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Seda TEKELİ</b>	Anadolu Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Mert TOPOYAN</b>	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Seda TOPGÜL</b>	Akdeniz Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Mesut ŞÖHRET</b>	Gaziantep Üniversitesi
Doç. Dr. <b>Seyfi YILDIRIM</b>	Hacettepe Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi <b>Murat ERDEM</b>	Ege Üniversitesi



Dr. Öğr. Üyesi	<b>Mustafa ÖZTUNÇ</b>	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	<b>Naciye TOK</b>	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	<b>Nihat DAĞISTAN</b>	Başkent Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	<b>Nurgül BEKAR</b>	Ufuk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	<b>Okan Murat DEDE</b>	Amasya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	<b>Olgahan BAKŞI YALÇIN</b>	İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	<b>Ökkeş Hakan ÇETİN</b>	Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	<b>Özen AKÇAKANAT</b>	Süleyman Demirel Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	<b>Özlem AKKAYA</b>	Yeditepe Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	<b>Ramazan EKİNCİ</b>	Bakırçay Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	<b>Serdar ÜNAL</b>	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	<b>Sevda ÜNAL</b>	Çukurova Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	<b>Sevrap SARIOĞLU UĞUR</b>	Uşak Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	<b>Süleyman Emre ÖZCAN</b>	Dumlupınar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	<b>Şeyma Gün EROĞLU</b>	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	<b>Tarkan AKDERYA</b>	Bakırçay Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	<b>Ufuk BAŞAR</b>	İstanbul Ticaret Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	<b>Uğur AKDU</b>	Gümüşhane Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	<b>Yaşar Pınar ÖZMEN</b>	Yozgat Bozok Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi	<b>Yeşim ÜZÜMCÜOĞLU</b>	TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr.	<b>Hediye ÖZKAN</b>	Aksaray Üniversitesi

İÇİNDEKİLER/CONTENT

SAYFA/PAGE

DÜNYA DİLLERİ VE EDEBİYATI

- Araştırma Makalesi/Research Article  
Individuation Process and “Shadow” in Murakami Haruki’s “Dance Dance Dance”  
Murakami Haruki’nin “Dans Dans Dans” Romanında Bireyselleşme Süreci ve “Gölge”  
Aytemis DEPCİ, Hüseyin Can ERKİN 1419

FELSEFE

- Araştırma Makalesi/Research Article  
Xavier De Maistre’in Odamda Yolculuk Eserinde Mekânın Keşfi  
The Exploration of Space in Xavier De Maistre’s Work “A Journey Round My Room”  
(Voyage Autour De Ma Chamber)  
Derya ADIGÜZEL ÖZBEK 1439

İKTİSAT TARİHİ

- Araştırma Makalesi/Research Article  
Fransız gazetelerine göre Osmanlı’da bir Fransız kredi kuruluşu: Crédit Générale Ottomane (İtibar-ı  
Umumi Bankası)  
A French Credit Institution in the Ottoman Empire According to French Newspapers:  
Credit Generale Ottoman  
Onur ÇAPAR 1451

KAMU YÖNETİMİ

- Araştırma Makalesi/Research Article  
Siyasette Alan İçi Eğitim Eksikliği İle İlişkili Fırsat Eşitsizliği  
Inequality Associated with the Lack of in-Field Education in Politics  
İbrahim ÇOBANLAR, Halim Emre ZEREN, Esmehan AĞAOĞLU 1477

MİKRO İKTİSAT

- Araştırma Makalesi/Research Article  
Modelling the Interest Rate Asymmetric Pass-Through in Turkish Loan Market: New Evidence from  
Threshold Cointegration Analysis  
Türkiye Kredi Piyasasında Faiz Oranı Asimetrik Geçişinin Modellenmesi: Eşik Eşbütünleşme  
Analizinden Yeni Kanıtlar  
Gülden BÖLÜK, Fatih DEMİR 1495

OSMANLI KURUMLARI VE MEDENİYETİ

- Araştırma Makalesi/Research Article  
XVI. Yüzyılda Osmanlı Taşra Yönetiminde Mehayif Müfettişleri  
The Inspectors in Provincial Organization of Ottoman Empire in Sixteenth Century  
Savaş YILMAZ 1521

PAZARLAMA

- Derleme Makalesi/Review Article  
E-Posta Pazarlaması Alanında 1950-2019 Yılları Arasında Yapılan Çalışmalara Yönelik Bir Şematik  
Yazın Taraması  
A Mapping Review of Studies in the Field of E-Mail Marketing Between 1950 And 2019  
Canberk ÇETİN, Muhammet Ali TİLTAY 1543

## SOSYAL POLİTİKALAR

### Araştırma Makalesi/Research Article

Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği Bağlamında Kadın Yoksulluğu Ve Sürdürülebilir Kalkınma: Türkiye Ölçeğinde Bir İnceleme

*Women's Poverty and Sustainable Development in the Context of Gender Inequality: A Study Spanning Turkey's Scope*

**Sevgi TOKGÖZ GÜNEŞ, Gül BİNBOĞA**

**1589**

## SOSYOLOJİ

### Araştırma Makalesi/Research Article

Konya'da Halkevlerinin Kapatılması ve Binalarının Kullanılması ile İlgili Konya Basınında Yer Alan Tartışmalar Üzerine Bir Araştırma

*A Research on the Discussion Placed in Konya Press About Closing the Community Center and Use of the Buildings in Konya*

**Gülsün KOÇER, Mustafa ÖZCAN**

**1617**

### Araştırma Makalesi/Research Article

Dijital Dünyada Sosyal Medya, Benlik Sunumu, Gözetim-Denetim Ve Riskler Arasındaki İlişkiler  
*Relations Between Social Media, Self Presentation, Surveillance-Auditing and Risks in the Digital World*

**Uğur KILINÇ**

**1647**

## TURİZM

### Araştırma Makalesi/Research Article

Sorumlu Turizm Yaklaşımı ile Turistik Destinasyonların Gelişimi: Foça Örneği

*Development of Touristic Destinations with Responsible Tourism Approach: Foça Case*

**Erdem AKTAŞ, Avşar KURGUN**

**1671**

## YEREL YÖNETİMLER KENT VE ÇEVRE POLİTİKALARI

### Araştırma Makalesi/Research Article

Plan Tutarlılıklarının Testi İçin Bir Yöntem Önerisi: Mekânsal Planlar Değerlendirme Kılavuzu

*Methodology Proposal for Testing Plan Consistencies: The Guide for Evaluation of Spatial Plans*

**Mihriban ÖZTÜRK SAKA, Aygün ERDOĞAN**

**1709**

## YÖNETİM VE STRATEJİ

### Araştırma Makalesi/Research Article

Stratejik Yönetim Üzerine Yazılmış Lisansüstü Tezlere Yönelik Bir İçerik Analizi

*A Content Analysis of Graduate Thesis on Strategic Management*

**Hayriye Nur GÖRKEMLİ, Fatma Nur KÜÇÜKBİYYIK**

**1737**

### Araştırma Makalesi/Research Article

İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Stratejileri: Karşılaştırmalı Vaka Analizi

*The Corporate Social Responsibility Strategies of Businesses: A Comparative Case Study Analysis*

**İrem ENSER, Ilgay Feray DEMİRAG**

**1763**

Yayın Geliş Tarihi: 16.06.2021  
Yayına Kabul Tarihi: 08.10.2021  
Online Yayın Tarihi: 31.12.2021  
http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.953375

Dokuz Eylül Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi  
Cilt: 23, Sayı: 4, Yıl: 2021, Sayfa: 1419-1438  
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

*Araştırma Makalesi*

## INDIVIDUATION PROCESS AND “SHADOW” IN MURAKAMI HARUKI’S “DANCE DANCE DANCE”<sup>1</sup>

Aytemis DEPCI\*  
Hüseyin Can Erkin\*\*

### Abstract

*The aim of this study is to scrutinize the individuation process of Murakami Haruki’s protagonist, who feels a stark sense of loss and lack, in the novel Dance Dance Dance. The paper also focuses on “the other side” and death motifs that frequently emerge as the story goes. Sheep Man, Kiki and Gotanda represent the “shadow” of the protagonist. This article argues that the protagonist’s confrontation with his “shadow” - Sheep Man by entering his room, which symbolizes the other side enables him to reach his core identity. Unable to reunite with Kiki, the protagonist who experiences incompleteness, reaches integrity with Yumiyoshi which reveals Murakami’s deep understanding of the individual’s continual struggle as a lack of being. This study not only examines the protagonist’s search of “objet petit a” with Lacanian psychoanalysis but also his struggle with his “shadow” during his individuation process with Jung’s “shadow” archetype as well as the persona archetype that emerge in the novel. This study attempts to contribute to Murakami Haruki studies to comprehend the inner self of the narrator in the novel, who experiences fragmentation utilizing both Lacanian psychoanalytic theory and Jungian psychoanalysis which provides a much more elaborate discussion on the unconscious functioning of the protagonist.*

**Keywords:** Shadow, *Objet petit a*, Murakami Haruki, Jung, Lacan, Contemporary Japanese literature

---

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Depci, A., Erkin, H. C. (2021) Individuation process and “Shadow” in Murakami Haruki’s “Dance Dance Dance”. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (4), 1419-1438.

<sup>1</sup> Bu makale Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsüne sunulmuş ve basılmamış Doktora tez çalışmamın bir bölümünden derlenerek hazırlanmıştır.

\* Dr. Öğretim Üyesi, İskenderun Teknik Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu, Yabancı Diller Bölümü, ORCID: 0000-0002-6536-9584, aytemis.depci@iste.edu.tr.

\* Prof. Dr. Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi, Japon Dili ve Edebiyatı, ORCID: 0000-0002-9089-4727, herkin@ankara.edu.tr.

## MURAKAMİ HARUKİ'NİN “DANS DANS DANS” ROMANINDA BİREYSELLEŞME SÜRECİ VE “GÖLGE”

### Öz

*Bu çalışmanın amacı Murakami Haruki'nin Dans Dans Dans romanında eksiklik ve yitirme duyguları hisseden başkişinin geçtiği bireyselleşme sürecini irdelemektir. Makalede ayrıca romanda sıklıkla yinelenen öteki taraf ve ölüm motiflerine odaklanılmaktadır. Koyun Adam, Kiki ve Gotanda başkişinin “gölge”sini temsil ederler. Bu makale, başkişinin “gölge”si - Koyun Adam ile öteki tarafı simgeleyen odasına girerek onunla yüzleşmesinin, başkişinin öz kimliğine ulaşmasını sağladığını savunmaktadır. Kiki ile bir araya gelemeyen ve tamamlanmamışlık deneyimleyen başkişinin Yumiyoshi ile bütünlüğe kavuşması Murakami'nin eksik özne olarak bireyin sürekli mücadelesi konusundaki derin anlayışını ortaya çıkarmaktadır. Bu çalışmada, başkişinin “objet petit a” arayışının Lacancı psikanaliz ile tartışılmasının yanı sıra başkişinin bireyselleşme sürecinde “gölge”siyle mücadelesi de romanda ortaya çıkan Jung'un “gölge” arketipi ve persona arketipleriyle birlikte incelenecektir. Başkişinin bilinçdışı işleyişleri hakkında çok daha ayrıntılı bir tartışma olanağı sunan hem Lacancı psikanalitik kuram hem de Jungçu psikanalizden yararlanan bu çalışma, parçalanma yaşayan bu romandaki anlatıcının iç benliğini irdelemede Murakami Haruki çalışmalarına katkıda bulunmaya çalışmaktadır.*

**Anahtar Kelimeler:** Gölge, Nesne küçük a, Murakami Haruki, Jung, Lacan, Çağdaş Japon edebiyatı.

### INTRODUCTION

Many of Murakami Haruki's (村上春樹) protagonists suffer from incompleteness, loneliness, alienation, futility and loss due to the negative effects of wild capitalism and mass consumption of individuals and the excessive suppressive power of the Japanese social system. This study deals with the individuation process of the protagonist who experiences incompleteness and loss with a focus on the “shadow” figure in Murakami's *Dance Dance Dance* (『ダンス、ダンス、ダンス』 1988). This article also examines the other side and death motifs that frequently emerge in the novel. Although the main concern of the article is to unravel the protagonist's struggle with his “shadow” during his individuation process in terms of Jungian psychoanalytic theory, it also deals with the protagonist's unconscious processes and search of his desire object in terms of the Lacanian dialectic of desire.

From a perspective of individualism, previous studies on Murakami's works focused on a wide range of themes, including the suppression of individuality in the post-war period with a postcolonial view (Takagi, 2009), Japanese history and its significance in the collective unconscious analyzing the narrative aesthetics of the author (Hong, 2013). Garland (2002) discusses the cultural tendencies in Murakami's novels focusing on the search for personal identity with his use of magical realist elements within the detective genre. Francis (2012) argues the spatial conditions of late-capitalist Japan in Murakami's *Dance, Dance, Dance* dwelling

upon the human experiences in consumerist society. While Murakami Fuminobu (2002) focuses on postmodernism in his works, Hantke (2007) discusses the definition of postmodern Japan in Murakami's works. Depci (2021,143) focuses on the sheep image in Murakami's *A Wild Sheep Chase*, associating imperialism, exploitation, capitalism, modernism and power with the sheep and reveals the negative effects of the colonial policies of the Japanese Empire on the characters in Murakami's novel. Depci & Erkin (2019, 428) treat the icons in *Kafka on the Shore* within the framework of postcolonial discourse and argue that characters like Johnie Walker and Colonel Sanders, representing the capitalist mindset as well as Japan's self-colonialism, reflected as destructive elements in Modern Japan in the novel. Güven (2021) questions whether Murakami's creative writing has been affected in order to be internationally acclaimed writer aiming for the Nobel Prize. He further claims that Murakami adjusts and modifies his style to facilitate the English translations of his works (Güven, 2012: 933,934).

Considering the previous studies regarding Murakami's novels, there have been merely a few articles, scholarly studies or doctoral dissertations that utilize psychoanalytic approaches. For instance, Dil's study dealing with the existential anxieties revealed by Murakami is a diligent work that argues the author's narrative as a kind of self-therapy using psychoanalytic criticism (Dil, 2010b, p. 43-64). Manabe offers a psychological discussion of Murakami's novel, and Kawai (2004) also examines Murakami's novel *Sputnik Sweatheart* from a psychological aspect. However, the studies on Murakami's works mentioned above do not focus on how the protagonist reconciles with his "shadow", nor clarify his search for 'objet petit a', particularly in this novel.

This study will aid in filling in the gap within the field of Lacanian and Jungian psychoanalytic literary criticism, including particularly Murakami's narrative. Deciphering Murakami's novel with both Jungian and Lacanian psychoanalytic view provides a greater insight to the human psyche, which enables the reader of this article to find the way through his or her own individuation process. This study further attempts to build a bridge between the self and the "shadow" as a path to wholeness and may also provide an insight as how the human psyche tries to regain a healthy balance for the conscious and unconscious mind, as seen in other psychoanalytic studies which is a global issue of postmodern humanity. However, this work demonstrates how uniquely and playfully Murakami addresses these issues in his narrative, leading to the creation of a literary understanding of one's inner self and how to reintegrate within a demanding society. Current study also aims to contribute in expanding the existing literature on Murakami Haruki studies in reading the novel as a way to comprehend the self actualization of the narrator, who experiences fragmentation and resists the societal expectations of corporate society. Japanese corporate culture rooted from Shintoism, Confucianism and Buddhism

where one devotes oneself for the sake of whole society in every step in social life and this creates barriers to individualization that Murakami's protagonist mostly suffer from.

Jung's theory seems strikingly applicable and vital to reveal how the narrator integrates his "shadow" and how the "shadow" manifests itself. The "shadow" archetype created by Jung is common to all humans as an unconscious aspect of the self. The individual needs to accept the existence of his "shadow" to be able to establish a balanced self. The anonymous protagonist who has been fed up with the exceedingly repressive power of the social system longs to achieve individuality and reconcile with his "shadow" as the novel demonstrates the limitations of individualization in a group oriented society. Murakami disapproves the group oriented society for depriving the individual of his independence which is prominent in his narrative. His protagonist in *Dance Dance Dance* is a freelance commercial writer who is fed up with the non-artistic advertisement works. From this point of view, the goal of the inner journey of the protagonist becomes performing individuality and reaching his "shadow" that he suppresses. The protagonist, as well as the other characters of the novel, will be explored with the "shadow" and persona archetypes to reveal whether or not the narrator and the other characters can reconcile with their selves in the unconscious level.

First of all, in this study, the reconciliation of the characters with their "shadows" will be examined with the help of Jung's theory, and secondly the protagonist's desire to reach integrity and his search for "objet petit a" will be evaluated within the framework of Lacanian psychoanalysis. The application of both Lacanian psychoanalytic theory and Jungian psychoanalysis provides a more elaborate discussion on the unconscious functioning of the protagonist.

### **THE OUTLINE OF *DANCE, DANCE, DANCE***

The novel is a sequel to Murakami's first three novels known as Rat Trilogy and begins with the dreams of the unnamed protagonist about a crying woman (his ex-girl friend Kiki) in the Dolphin Hotel where he previously stayed with her. After Kiki had abandoned him in the Iruka Hoteru (the Dolphin Hotel), and he had lost his friend (Rat) in the former novel - *A Wild Sheep Chase* (『羊をめぐる冒険』, 1982), he fell into a deep depression. After sitting in his apartment for six months, he decided to take a journey to Sapporo, Japan where he found himself in the same hotel again searching for Kiki. When he arrived at the Dolphin Hotel the protagonist realized that a new and very luxurious hotel had been built there. He met a girl with glasses named Yumiyoshi who works at the reception of the hotel and she claims to have had a supernatural experience on the 16th floor of the hotel. The protagonist encounters Sheep Man, an otherworldly being on the 16th floor and learns that Sheep Man has been waiting for him in this room for a long time.

While the protagonist is wandering in Sapporo aimlessly, he enters a low-class love movie starring handsome and successful Gotanda, his old friend from the

middle school. In a love scene somewhere in the movie, Gotanda kisses the back of a woman. When the camera shows the girl's face, the protagonist notices that she is Kiki and concludes that everyone is connected to each other. Then he returns to Tokyo to solve this love triangle and contacts to Gotanda. In the meantime, Yumiyoshi convinces the protagonist to accompany a 13-year-old girl till Tokyo who was forgotten at the hotel by her neglectful mother. This girl named Yuki (Snow) becomes one of the important characters in the novel and the protagonist befriends with her and becomes like a father or an older brother figure for her, who deprived of parental love.

The protagonist takes a trip to Hawaii with Yuki, who has psychic powers. When driving the car, he sees Kiki and leaves Yuki there following Kiki into an empty building where he finds six skeletons in total. Towards the end of the novel, the protagonist finds out that the skeletons may represent the people in his life including Dick - one armed poet who lives with Yuki's mother, Kiki, Gotanda, Rat, a prostitute named Mei, who slept with the protagonist and was murdered early in the novel. However, the sixth skeleton's identity remains secret. It could be him, Sheep Man or Yuki.

Later in the novel when he learns about Kiki's death and Gotanda's suicide, the narrator returns to the hotel to be with Yumiyoshi. While Gotanda and Kiki have passed away to the world of the dead, the protagonist is able to reconnect with Sheep Man, by entering his room, which symbolizes the other side created by the protagonist's unconscious. However, he prefers to be with Yumiyoshi in the real-world, instead of reuniting with his "shadow" and Kiki, his Lacanian desire object, belonging to his unconscious world.

### **SOME CONCEPTS OF JUNG'S AND LACAN'S PSYCHOANALYSIS**

Before we begin our analysis of the text, we want to briefly discuss some of the terms of the Jungian and Lacanian psychoanalytic theories that we applied scrutinizing Murakami Haruki's novel *Dance Dance Dance*.

#### **"Shadow" and Persona**

Jung, the founder of the Analytical Psychology, identifies the ideas and images, common to all human as "primordial images" and defines these images in the collective unconscious as archetypes. The "shadow" archetype occupies a significant place in Jungian analysis as well as in Murakami's novel *Dance Dance Dance*.

"Shadow" is the repressed, inferior, irrational, darker and hidden part of human psyche that the individual is not aware of or not bold enough to acknowledge



it. As Jung (1976) states, “to become conscious of it involves recognizing the dark aspects of the personality as present and real. This act is the essential condition for any kind of self-knowledge, and it therefore, as a rule, meets with considerable resistance” (Jung, 1976, p.145). In Murakami’s novel, the narrator must negotiate with his “shadow” in order to come to terms with his real self.

While “shadow” archetype can be referred to as the evil side of a person, persona archetype can be defined as the mask that the individual wears to indicate the role they play in the society. As Fordham indicates: “The process of civilizing the human being leads to a compromise between himself and society as to what he should appear to be, and to the formation of the mask behind which most people live” (Fordham, 1966, p. 47). The civilized human with a mask imposes a desirable image in public, however he would not be the same person, which further leads to chaos in his psyche. When the individual identified with his mask so deeply he started to lose control and became unable to make any distinctions between himself and the role that he plays. In Murakami’s work, one of the characters adapts the requirements of the demanded Japanese society so intensely that he eventually loses all sense of self and could not endure the conflict.

### **Imaginary and Objet petit a**

The mirror phase, which is one of the most significant elements of Lacan's theory, begins when the child is 6 - 18 months old, and he or she sees and recognizes his/her image in the mirror for the first time. In the mirror phase, imaginary processes create the self. According to Lacan, the child, whose motor skills are insufficient and who is still dependent on others, realizes his/her image with joy. Subject-I first occurs during this phase, before it becomes objectivized, and the language subjectivates it: “The *I* is precipitated in a primordial form, prior to being objectified in the dialectic of identification with the other, and before language restores to it, in the universal, its function as subject” (Lacan, 2006, p. 76).

As a result of this illusory identification in the mirror phase, the child establishes his/her reflection in the mirror as the other. Lacan describes it as "objet petit a" (small other). The lower case "a" indicates the first letter of the word "autre" (*other* in French) and represents the other's deficiency and appears in the imaginary phase.

“Objet petit a” is not an actual object, but rather a void or a lack that the subject unconsciously pursues as Lacan asserts: “The *objet a* is something from which the subject, in order to constitute itself, has separated itself off as organ ... It must, therefore, be an object that is, firstly, separable and, secondly, that has some relation to the lack” (Lacan, 1998, p.101). In Lacanian terms “objet petit a” is an object that replaces deficiency, but this small other is a detachable object. For Lacan “objet a” serves as a symbol of lack and phallus, not because it is like a phallus, but it is deficient. In other words, it has to be a detachable object, and it needs to have some kind of relation to deficiency (Lacan, 1998, p. 103). The conflict between the

subject and the other is based on the relationship between self and his image. The fact that Murakami's protagonist in *Dance Dance Dance* establishes himself as an individual requires the existence of the other. The incompleteness of the other allows him to tolerate the deficiencies in his own existence and to configure himself accordingly.

The Lacanian concept of desire, one of the important dynamics in the symbolic order and associated with unconscious and deficiency, appears in every aspect of an individual's life, and it can never be fully compensated. Desire is felt for something that is not always there, and this causes the object – the lost love of our protagonist in *Dance Dance Dance*- to be searched continuously. The objet petit a, which is an impossible desire that cannot be reached or satisfied, causes a deficiency or incompleteness and thus this primal loss produce a quest for the never ending search for the desire object. The subject of Lacan, in this case Murakami's protagonist, actually tries to reach wholeness by desiring the ideals that he fails to reach. Therefore, the protagonist in Murakami's novel, suffering from the feeling of incompleteness and loss, searches desperately for the object-cause of his desire.

#### **“OBJET PETIT A” IN *DANCE DANCE DANCE***

Kiki has been the spiritual guide of the protagonist in the individuation process of his life. Reuniting with her has become the object-cause of desire (objet petit a) while finding his “self” during this journey has become the main object of his quest. Desire is felt for something that is not always there, and this causes the object to be searched continuously. The -“objet petit a,” which is an impossible desire that cannot be reached or satisfied, causes a deficiency or incompleteness, and thus this primal loss produces a quest for the never-ending search for the desire object. In *Dance Dance Dance*, the protagonist follows a lack that exists in his unconscious. Avoiding the full satisfaction of his desires and delaying this situation, he ensures the reproduction of the desire perpetually. In the novel, Kiki becomes the object-cause of his desire, however the protagonist is anxious about not to find Kiki. Žižek emphasizes that the Lacanian anxiety is not the elimination of the deficiency, but the loss of the deficiency itself. Anxiety occurs when we get too close to the object and thus the desire disappears (2013, p. 21). Even though the protagonist is bothered by her disappearance, he is nevertheless more concerned that finding her will be not good enough to fill in the gap in his self.

The unsatisfied unconscious desires create a void inside the protagonist whose unconscious is like a blackbox. Strecher states that the metaphor of the “black box” in Murakami's early works has not yet emerged conceptually: “(...) one finds a sophisticated understanding on the part of the author of the unconscious as the source for the assertion of the conscious Self, or subjectivity” (Strecher, 1999, p. 271). The desire object of Murakami's protagonist fills in the gap created by the Lacanian sense of loss. In order to search for his real self, the protagonist first needs to be alienated from himself by confronting his loss. The conscious Self is informed by the unconscious Other as Strecher asserts,

He posits a specific nostalgic object of desire in his protagonist's mind. He then "textualizes" it in the sense of creating a chain of linguistic connections between the object itself, usually the memory of a missing or deceased friend, and how it will appear to the conscious protagonist. Finally, he permits the narrator's obsessive desire for the object to bring it magically from inside the mind out into the external world (1999, p. 272).

In this novel, the object of desire created by the author is Kiki. The memory of a deceased friend is Rat, who was dead in the former novel (*A Wild Sheep Chase*). The place where he thinks that he can reestablish his lost ties is the Dolphin Hotel, and the being who will enable him to build a bridge with his other self is the Sheep Man. Murakami brings out the protagonist's obsessive desire object to the conscious world.

The protagonist, who thinks he has not achieved anything significant in his life since he left the Dolphin Hotel four years ago, compares his work to "shovel cultural snow" (Murakami, 2015, p. 114). He works systematically as a member of the advanced capitalist society without fulfilling his ideals. He mentions that he likes writing and even finds it relaxing but complains about the pointlessness of the content of what he writes for work: "It looks like shoveling snow. I do it because I have no choice. It's not because it's fun" (Murakami, 2015, p. 114). The job of the protagonist limits him while he actually desires freedom. Working overtime and having meaningless and casual relationships is a kind of social rehabilitation for him. Despite raising his living standards, the protagonist becomes one of the wheels of the capitalist system he once criticized and wants to return to the Dolphin Hotel to solve the conflict between his persona and his real identity.

When he arrives at the Dolphin Hotel, the protagonist meets a girl named Yumiyoshi, who works at the front desk, and experiences a dreamlike situation on the 16th floor of the hotel. As the girl is walking through the corridor where it is pitch dark and no sound could be heard, she heard footsteps that aren't human and runs away in panic. When the protagonist exits the elevator of the hotel, he finds himself in the middle of nowhere and darkness and follows the same steps of the girl. In this intense darkness, the protagonist has a near-death experience. As Vasile noted, during this experience between reality and nightmare, the protagonist plunged into his own unconscious realm. When he is completely in the dark, he could not distinguish the limits of his conscious and unconscious, and this leads to the feeling of complete melting of the person's existence by erasing the boundaries between inner and outer darkness (2012, p. 119).

As he moves forward in the hallway, while dreaming of the girl at the front desk, suddenly her image turns into Kiki. In this vision, he sees Kiki having intercourse with his classmate. As Lacan puts it, "the object of desire in the usual sense, is either a fantasy that is in reality the support of desire" (1998, p. 186). The protagonist's dreaming about Kiki makes her a fantasy object. As Žižek states, in Lacanian theory, fantasy refers to the impossible relationship with the "objet petit a"

and is mostly designed as a scenario that fulfills the desire of the subject (Zizek, 2013, p. 19). The protagonist tries to fulfill his desires arising from pursuing Kiki through the fantasies he builds. The protagonist's object-cause of desire is Kiki, but then it turns somehow into the girl at the front desk. Thinking about her, he fantasizes Kiki. As Zizek pointed out, the subject who desires without fantasy is not established either. One can conclude from Lacanian psychoanalysis is that desire is not something given before, "it is something to be built and it can only be obtained through fantasy" (Zizek, 2013, p.20). "Objet petit a" which is an empty place holder of desire enables us to relocate our desire object in something else. Thus, the protagonist went on a quest to find his desire object which he lacks but this lack leads to the creation of endless chain of desires —first Kiki and then the girl at the front desk.

### **THE WORLD OF "SHADOWS"**

The motif of "this side and the other side" is frequently used in the novel. On the other side of the wall there is a different world than the real the Dolphin Hotel. The protagonist finds out that Sheep Man has been waiting for him in this room for a long time. This mythological or fantastic world is the world of "shadows". "The enormous shadow of the Sheep Man was flickering on the stained wall. It was a very wide and extravagant shadow" (Murakami, 2015, p. 170). It can be said that, the shimmering of Sheep Man's "shadow" on the "stained" wall refers to the dirty and evil aspects of the "shadow" archetype. The author's emphasis on the fact that the Sheep Man's "shadow" is enormous and wide proves that the protagonist is under the influence of his "shadow".

Connecting and dissociation is an important theme seen in Murakami's novels. This is an indication that something very important is missing in the real world. As the Sheep Man sits in his room, the protagonist explains staring at Sheep Man's "shadow" that there are some things that he has lost and needs to reconnect with them again. The protagonist did not want to return here in the first place because he lost Rat (his old friend, his other self) here. Moreover, his ex-girlfriend Kiki has also disappeared here.

Sheep Man, who used to live in the forest, only knows this room created by the protagonist's unconscious and is unaware of what is happening in the real world: "This place is pretty wide and really dark. We don't know how wide and how dark it is. All we know is this room. We do not know other places" (Murakami, 2015, p. 173). The Sheep Man's room, which symbolizes the other side, does not actually exist, in fact, this is the inner world created by the protagonist. Although it is cold there, it is not the "world of the dead" (Murakami, 2015, p. 186).

The protagonist experiences fragmentation due to his "shadow" that he has lost long ago. "I feel like I've always been looking for you all my life so far and I feel as if I'm looking at your "shadow" everywhere I go up to now. I think as if you were there with different shapes" (Murakami, 2015, p. 185). Sheep Man confirms

the protagonist: “We were always there. We were there as parts and as shadows” (Murakami, 2015, p. 185). The Sheep Man symbolizes a part of the protagonist’s unconscious, but he becomes invisible since the protagonist has lost something significant.

The protagonist explains that he has felt the existence of Sheep Man deep inside him since his childhood:

I kept feeling this all the time. There was something there. But it's not that long ago that it took the form of Sheep Man. Sheep Man gradually chose his shape, taking this shape in the world that he lives in. It took this shape as I got older. I wonder why? I don't even know. Maybe it was supposed to be like this. Since I have lost many things as I got older, I may have had to do so. I needed the help of something like this to survive (Murakami, 2015, p. 391).

Sheep Man guides him in his journey to individualization. There are things that the protagonist has lost in his life and things that he has to reunite, and the Sheep Man plays the key role to make all this happen.

The expectations of the society impose a burden in Gotanda’s personal conscious, who is the most dominant character of Persona archetype in the novel. Therefore, he chooses to hide or suppress the unacceptable aspects of his personality, which creates his “shadow”. Since he is tired of the showy life as a celebrity, Gotanda desires to get rid of the world of images and envies the life of the protagonist who ignores others’ thoughts. Gotanda questions his existence: “Just an image. If the switch turns off and the reflection disappears, I am zero.” (Murakami, 2015, p. 292). Since his projected image is inconsistent with his real self, he could not develop healthy identification between his ego and his specular image. His narcissistic self image creates a fragmentation in his self.

Gotanda complains about the luxury products he owns such as “super luxury condo in Azabu, Maserati sports car, Patek Philippe watch,” (Murakami, 2015- II, p. 195) blaming them for not being natural and turning him into a puppet. In order to maintain his position in society, Gotanda constantly needs to wear a mask which eventually turns him to a captive of the mask. Since he suppresses all of his desires that do not fit his role, he loses his own self and freedom and suffers an identity conflict.

Instead of the role of a doctor or a teacher that he plays in the movies, he really wishes to have an identity as such: “But if I really was a doctor or a teacher, there would be no switches. I will always be me” (Murakami, 2015, p. 292). Since Gotanda has identified himself so much with the roles he plays, he cannot fully establish his own self. As Fordham pointed out, “There is always the danger, however, of identifying oneself with the role one fills, a danger that is not obvious when the role is a good one and fits the person well” (1966, p. 49).

Gotanda complains that the line between his own identity and the role he plays begins to fade: "I could not recognize myself. Which is me and which the persona. It happens that I have lost myself. I am unable to draw a line between my shadow and myself" (Murakami, 2015, p.292). Although he knows that this can happen to anyone, Gotanda admits that he feels the same for a long time.

When the individual identifies with his mask so deeply he starts to lose control and becomes unable to make any distinctions between himself and the role that he plays. As Jung stresses,

A certain kind of behaviour is forced on them by the world, and professional people endeavour to come up to these expectations. Only, the danger is that they become identical with their personas - the professor with his text-book, the tenor with his voice. Then the damage is done; henceforth he lives exclusively against the background of his own biography (1990, p. 123).

Gotanda, being a bright kid at school, never gets involved in a bad incident, gets the best grades, wins the school elections and becomes a star athlete and a popular boy among girls. However, as a result of trying to look so perfect for the expectations of his family and society, his inner world collapses, and he has to struggle with his "shadow" in the following years. As Fordham emphasizes: "Trying to live as better and nobler people than we are involves us in endless hypocrisy and deceit, and imposes such a strain on us that we often collapse and become worse than we need have been" (1966, p.51).

Gotanda, being thrown into the role world of movie industry after the university, feels alone and isolated even though he has a glamorous lifestyle. Moreover, he could not reach happiness with his ex-wife due to the family pressure. Not being able to make his own choices in life and always living the lives or ideals of others, Gotanda questions his falsified existence: "Where is the so-called being that I? Where is the object called I? My whole life is playing one role after another. I totally didn't choose any of these" (Murakami, 2015, p. 296). As Fordham dwells upon "Human nature is not consistent, yet in filling a role it must appear so, and is therefore inevitably falsified" (1966, p. 48).

Gotanda sacrifices his own self to fulfill the expectations of the society and consumes his potential while trying to look different than his real self. The failure of Gotanda to fulfill his desires and being a captive of his persona can be explained by his dream in which he wants to eat a pizza but is not able to eat it. Gotanda asks the protagonist how Jung would interpret this dream (Murakami, 2015-II, p.321). The direct reference to Jung proves the essentialness of the analysis of the character's unconscious through the lens of Jungian psychoanalysis as dreams reveal the attitude of the ego and the unconscious as Jung argues.

## **DEATH**

Death is a recurring theme in the novel. Because of death, the protagonist becomes aimless, and thus he is alienated from his self. The protagonist often feels that death encircles him because he is connected with them: “Sometimes I feel something like the shadow of death” (Murakami, 2015-II, p. 161). Yuki argues that the “shadow of death” may be a key for the protagonist: “Maybe that’s your key. You must definitely connect with the world through death” (Murakami, 2015-II, p. 162).

The death and dark effect of the “shadow” also surrounded the protagonist's close friend, Gotanda. When Gotanda talks about the disappearance of Kiki, the protagonist feels the “shadow” of Gotanda:

*Then suddenly I noticed a third presence in the room. Someone else was here besides Gotanda and myself. I could feel his body heat, breathing and his slightly inconvenient odor. Yet, it wasn't human. It was like the discomfort caused by the air, caused by some kind of animal. I thought it was an animal. However, this being stiffened my vertebrae. I glanced quickly around the room, but of course I couldn't see anything. What was there was just an ordinary being. A tough being that hides something in the air. (Murakami, 2015-II, p. 265, 266)*

This being or animal is an entity just like the Sheep Man, in other words, it is the “shadow” of Gotanda. “Shadow”, which is a reflection of a person's dark side, is the unwanted and unapproved qualities of a person as Jung asserts: “Shadow is the inferior part of personality; sum of all personal and collective psychic elements which, because of their incompatibility with the chosen conscious attitude, are denied expression in life” (Jung, 1989, p. 398,399). The “shadow” of Gotanda emerges while they are talking about Kiki's death because it is his inferior part who killed Kiki.

Although the protagonist finds out that Gotanda kills Kiki, he does not want to lose his friend. As Manabe stated, “Losing Gotanda means losing a piece of his self” (2010, p. 9). The protagonist thinks that he and Gotanda are the same type of people: “I thought I had lost a lot of things. I was still losing. I was always on my own. It was always like this. In some ways, Gotanda and I were of the same species. Different circumstances, different thinking, different sensibilities, the same species. We both kept losing and now we were losing each other” (Murakami, 2015–II, p. 314). Both characters experience a sense of loss and deficiency and confronts a dilemma which arises from the relationship between self and his image. The incompleteness of the other allows the protagonist to tolerate the deficiencies in his own existence and to configure himself accordingly.

Despite the warnings of Yuki that suggest Gotanda might be the murderer of Kiki, the protagonist protects his friend Gotanda. This proves that the protagonist is not actually so innocent, and he is under the influence of his “shadow” just like Gotanda.

As Dil emphasizes, while Rat, the other self of the protagonist in the previous trilogy of the author, has a more likable personality; Gotanda, the other half of the protagonist in this novel, has more evil aspect. While Gotanda offers the protagonist all the luxuries that the capitalist society can offer, the protagonist is slowly drawn into the world of Gotanda, and he eventually realizes that his anime was killed (2010a, p.38).

Incapable to distinguish fantasy from reality due to the roles he plays, Gotanda is not sure if he is the one who killed Kiki. Later, Gotanda remembers that he slaughters her in his own house and takes her body somewhere in the mountains, but everything he can remember is like a dream in pieces. Just as the protagonist questions reality, Gotanda also mixes up the reality with acting: “Well, what’s real anyway? How far is it real? And what point is it all delusion? How far is it reality or acting?” (Murakami, 2015-II, p.328).

It can be deduced that the reason behind Kiki being murdered by Gotanda was arised from his “shadow”, which he had not been able to control since his childhood:

*Maybe an urge to self-destruct. It’s happened before. A kind of stress. When the gap between me Gotanda and me the actor gets wider, such a thing often happens to me. I can really see this gap with my own eyes. This gap opens up slightly, like a crack in an earthquake. A deep dark hole. Deep enough to dazzle my eyes. I have this urge to destroy something. I break something when I realize it. It’s been happening since my childhood. I smash things. I break a pencil, a glass, a plastic model. But I don’t know why I did such things. Of course I don’t do it in front of people. Only when I’m alone. (Murakami, 2015-II, p. 329, 330)*

In this quote, Gotanda experiences complicated feelings because of the enourmous gap between his real self and his persona. Gotanda has been acting in front of people since his childhood and tries to look like a different person. In order to be perfect, the mask he wears, in other words, his persona cannot endure this pressure; and when he is alone, he loses control of his “shadow” and damages his surroundings. In reality Gotanda wants to kill his own “shadow”, not Kiki.

*I strangled her as if I killed my own shadow. When I strangled her, I thought it was my own shadow. I remember thinking, if only I could choke my shadow off, it would be better. Except it wasn’t my shadow. It was Kiki. But this happened in the world of darkness. A different world from here. You know what I’m talking about? It wasn’t here. However, it was Kiki who led me there. Choke me, Kiki told me. Go ahead and kill me, it’s okay. (Murakami, 2015-II, p. 332,333)*

Gotanda says in this quote that murdering Kiki took place in the world of darkness, which proves that he was under control of his “shadow”. It seems that, he wanted to get rid of his “shadow” and accidentally killed Kiki. This quote also refers that Kiki



symbolizes the “shadow” archetype. Since the pressure of his “shadow” reached an unbearable level, Gotanda escaped to the world of darkness to kill Kiki symbolically.

Later in the novel, the protagonist has a dreamlike experience with Kiki and finds himself in the dead chamber where he saw six skeletons in Honolulu. However, this time the skeletons have all disappeared. When he asked Kiki what happened to the six skeletons, she told him that this room belonged to him, and the Sheep Man's room in The Dolphin hotel also belonged to him. As the Sheep Man told the protagonist that this world was real and created for him only, Kiki also told him that the room with six skeletons was designed for him. Both statements prove that the protagonist loses himself in the world of images, where the dreams and the real world intertwine each other.

Kiki points out that it is the protagonist's “shadow” who calls him and not Kiki herself: “It wasn't me. It was you who called yourself. I am nothing but your own reflection. You guided yourself, through me. You were dating and dancing with your own shadow figure. I am nothing but your shadow” (Murakami, 2015-II, p.361, 362).

While Gotanda is strangling Kiki, he thinks that he kills his own “shadow”. The protagonist is called by his own “shadow” to this journey of individuation. Due to these similarities, Gotanda is like the other half of the protagonist. As Manabe emphasizes, the protagonist continues the daily life's efforts by following the advice of Sheep Man. However, with the suicide of Gotanda, he loses a piece of his other self (Manabe, 2010, p. 9).

Since the protagonist could not cry for himself; Kiki, in other words, his “shadow” cries for him: “We shed tears for all the things you never let yourself shed tears, we weep for all the things you did not weep” (Murakami 2015-II, p. 362). What the protagonist does not know regarding his own self is his “shadow”. “While Jung calls a certain aspect of the unconscious personality as a shadow, this is a relatively obvious part. This is often everything that the ego does not know in itself. It is precisely for this reason that the elements that are so valuable are mixed with it” (von Franz, 2007, p. 173). The “shadow” unconsciously does the things what the protagonist cannot do it for himself.

Kiki explains that she is not dead, and she is just moving to another world: “But I am not dead. I just disappeared. I'm lost. I move into another world, a different world. It's like boarding a train running parallel. That's what disappearing is. Don't you see?” (Murakami, 2015-II, p. 364). As Manabe emphasizes, both Sheep Man and Kiki are the spiritual beings who first appeared in the novel *The Wild Sheep Chase* and live in the "other world" (Manabe, 2010, p. 10).

## **THE OTHER SIDE AND THE INDIVIDUATION PROCESS**

Kiki passes the wall and tells the protagonist to do the same. After the protagonist, too, passes through the wall, he finds himself sitting on his bed in his room, and this encounter ends as he is not sure whether his dream with Kiki is true or not. Murakami usually portrays his narratives through dreams and dreamlike situations. Moreover, what is seen in dreams affects reality and connecting with the other side is performed through dreams. The dream that Kiki cries and calls for him in the beginning of the novel is the force of his quest. And in the dream that Kiki passes through the wall, she guides the protagonist through the passage between the real world and the other world. Therefore, it can be said that the daydreams of the protagonist can also be seen as the reflection of his unconscious. Zizek states that our dreams are unconscious repression of reality. We precisely experience the reality of our desire in our dreams, and once we comprehend this, our ordinary daily reality turns out to be an illusion based on a certain “repression” where we play our social roles as kind, decent people (Zizek, 2013, p. 33).

While the Lacanian desire object (objet petit a) is Kiki at the beginning of the novel, to whom the protagonist tries to seek and reach, the direction of his desire is turned to Yumiyoshi in the second part of the novel. As discussed by Zizek; “objet petit a,” which is the object-cause of desire, is inaccessible and can be an ordinary object that fills our fantasies. Desire, as Zizek emphasizes, can be reversed or switched from one object to another because it is related with a certain dialectic and always targets something other than itself (Zizek, 2013, p. 180). The desire object was Kiki, who once belonged to the unconscious world of the protagonist; but this has changed through the course of the novel as ‘the object petit a’ of the protagonist turns out to be Yumiyoshi, who belongs to the real world. Therefore, his real target was not his desire object Kiki but something or someone else that can fill the void inside him.

At the end of the novel, the protagonist returns to the Dolphin Hotel not only to be with Yumiyoshi, with whom he can share his life -the object of his desire- in order to maintain his ties with this world but also to see Sheep Man -his “shadow”- again in order to achieve integrity. The individual must experience the feeling of fragmentation in order to reach the feeling of integrity that he had in the beginning. Therefore, to be able to achieve the sense of integrity, every individual needs to go through the process of individuation that Jung advocates. As Henderson states,

(...) individuals can never be able to adapt to an adult environment unless the relative autonomy (...) of the initial state of integrity is attained. The myth of the hero, however, does not guarantee that this salvation will occur. It only shows how the ego will become conscious. There is always the problem of having this consciousness and developing it in order to lead a meaningful life and gain the feeling of individual uniqueness that is very necessary. (Henderson, 2007, p. 129)

Together with Yumiyoshi, the protagonist enters the dark room to see the Sheep Man. While in the dark room, Yumiyoshi and the protagonist will be safe and

will not be apart as long as they hold hands. However, the protagonist lets go of Yumiyoshi's hand while watching his "shadow" on the wall for a moment. Yumiyoshi passes to the other side of the wall as Kiki previously did. The protagonist warns Yumiyoshi, saying that if she passes into the other world, she will not be able to return: "It's different over there. That's the other world. This is a different place from here" (Murakami, 2015-II, p. 402). However, Yumiyoshi does not listen, and the protagonist follows Yumiyoshi, who passes through the wall, and then he wakes up after he returns. However, he feels that his dream is more realistic than this reality.

The passage from this world to the other world is ensured with the wall. The wall, as Zizek indicated, functions as a secret passage between two completely different universes. The only way to move to the other world is possible through the transition after death from the reality in our world (Zizek, 2006, p.162).

As Kawai (2004, p.98) indicates there is a dissociation between the mythological world and postmodern world, which reflects the modern Japanese society. The journey of the protagonist to the other side, which is a fantasy space, makes it possible to overcome his loss and feeling of detachment; and he returns to the reality of the postmodern world.

The floor where the sheep is located, the room with the skeletons and the other side of the wall are established as a "fantasy space." The protagonist's dream is the unconscious repression of his desires in reality. It can be understood that the reality of the social universe is an illusion based on overlooking the truth, and the reality of desire can only be met in dreams, as Zizek advocates (Zizek, 2013, p. 33).

At the end of the novel, it is observed that the protagonist's perspective of life changes since he decides to quit his old job and write something for himself and then moves to Sapporo with Yumiyoshi finding true love. The protagonist, who suffers of void, lack and meaninglessness; and fears the darkness of the other world, takes refuge in Yumiyoshi to maintain his connection to the real world. As Kiyou stressed, "If Yumiyoshi dies there is nothing to connect the protagonist to the real world" (Kiyou, 2010, p. 91). Although his relationship with Yumiyoshi saves him from meaningless sexual relations with girls, he continues to question his own existence.

As Manabe stresses, the "shadow" of the protagonist is Gotanda, and his anima is Yuki. He establishes a connection with Yuki that could happen once in a lifetime. On the other hand, he cannot make a good connection with Gotanda, who is his "shadow", because he passes to the world of the dead. The integration with his "shadow" is a step to get closer to the core of his self, but instead of escaping from the reality, the novel ends with the hint that he will get together with Yumiyoshi and stay in the real world (Manabe, 2010, p.11).

## **Conclusion**

The protagonist, who feels a strong sense of loss and detachment, wants to return to the Dolphin Hotel, a fantasy space to find Kiki; and to reconnect with the Sheep Man, his “shadow” figure. However, this would not fill in the gap deep inside him since his real objective is not to find Kiki or his “shadow” but to search for them unavailingly as desire causes constant search of the lost object.

“This side and the other side” motif used in the novel symbolizes the conscious and the unconscious worlds. On the other side of the wall, there is a different world than the real the Dolphin Hotel. This mythological or fantastic world is the world of “shadows”. The chamber of the dead, which contains six skeletons and the Sheep Man's room, also belongs to the other side created by the unconscious of the protagonist. The journey to the other side becomes the part of his individuation process and his rebirth. However, he needs to make some sacrifices. Just as the old Dolphin Hotel disappeared so did the other people (the skeletons) who meant for him, except Yumiyoshi.

This study concludes that some of the characters of Murakami’s narrative including Sheep Man, Kiki and Gotanda represent the “shadows” of the protagonist. Gotanda’s persona creates a conflict that he can no longer fulfill his social obligations and therefore he could not endure to live a hypocritical life. Gotanda’s “shadow” becomes dominant and seizes his soul which leads him murdering Kiki to get rid of himself. For Gotanda, murdering Kiki means killing his “shadow” that he detests. Since Gotanda and Kiki passed to the world of the dead, the protagonist could not form good bonds with them. It can be deduced from the decision of the protagonist, moving on with his life without Sheep Man -an entity created in his unconscious world- the protagonist is strong enough to confront his “shadow” and reconcile with him.

While the desire object of the protagonist is Kiki in the beginning of the novel, the protagonist prefers to stay with Yumiyoshi in the real world instead of integrating with his “shadow” towards the end of the novel, which also proves that his incompleteness leads to the creation of endless chain of desires. Therefore, towards the end of the novel the direction of his desire turns to Yumiyoshi. He decides to write for himself and live with Yumiyoshi who exists in the real world. It can be deduced that Lacanian lack he suffers and deficiency of meaningful connections in his life has been the reason for his inability to establish his sense of self, so his obsessive desire and search for Kiki becomes crucial for him. But eventually, having a tangible connection with Yumiyoshi bonds him to the real world in the symbolic order.

While Lacanian psychoanalysis deals with an incomplete self, Jungian analytical psychology argues that the individual has a sense of wholeness. When considered through the lens of Lacanian theory, the protagonist will continue to live as a fragmented individual. However, it should be noted that the encouraging point in the protagonist’s journey, which is the awareness of this lack, fragmentation and the feeling of something missing, finally urges him to get closer to Yumiyoshi and

hold on to life. It can be said that uniting with Yumiyoshi has compensated for his feeling of incompleteness. Jungian analysis, on the other hand, enables us to think that the protagonist can achieve integrity, provided that he continues to “dance” and to live in the real world by connecting with his own core and reconciling with his “shadow”. It can be deduced that, at the end of his journey he discovers his inner self and the source of meaning in life and manages to accomplish to cope with his “shadow” without the guidance of Yuki, his anima. This study reveals that the aim of the protagonist is the journey he takes (Jungian individuation process), but his ultimate goal becomes the search for his “self” (individualization) to regain a healthy balance in his consciousness and compensate for the sense of loss and deficiency. Therefore, his journey to supernatural realm including Sheep Man’s room, the chamber of the dead and the other side of the wall not only makes him come to terms with himself but also improves his emotional well-being.

### References

- Depci A. & Erkin H.C. (2019). Violation of western symbols in Murakami’s Kafka on the shore. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 76, 419-429.
- Depci, A. (2021). Haruki Murakami’nin “yaban koyununun izinde” adlı romanında modernizm, militarizm, emperyalizm ve kapitalizm bağlamında koyun imgesi. *Humanitas - Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (17), 143-163.
- Dil, J. (2010a). Murakami Haruki and ideology of late-capitalist Japan: Learning how to dance dance dance. *Asiatic*, 4 (2), 34-48.
- Dil, J. (2010b). Writing as self-therapy: Competing therapeutic paradigms in Murakami Haruki's rat trilogy. *Japan Forum*, (22) 1-2, 43-64.
- Fordham, F. (1966). *An Introduction to Jung's psychology*. Harmondsworth: Penguin Books.
- Francis, S. A. (2012). Urban claustrophobia: Searching for space in Haruki Murakami’s dance, dance, dance. *Nanyang Technological U*, 2012. <https://hdl.handle.net/10356/48822>. (Accessed: June 15.2020).
- Garland, D. L. (2002). *The Magical and the mundane: Individualism, corporate identity, and postmodern pastiche in the detective novels of Haruki Murakami*. (MA dissertation) Central Florida U, Florida.
- Güven, D.Ç. (2021). How has the Nobel Prize affected the canonisation of Japanese literature? *Folklor/Edebiyat*, 27 (107), 927-942.
- Hantke, S. (2007). Postmodernism and genre fiction as deferred action: Haruki Murakami and the noir tradition. *Critique: Studies in Contemporary Fiction*, 49 (1), 3-24.
- Henderson, J. L. (2007). Modern insan ve mitler. C. G. Jung (Ed.), A. N. Babaoğlu (Çev.), *İnsan ve sembolleri içinde* (104-157). İstanbul: Okuyan Us.

Hong, T. (2013). *Teleology of the self: Narrative strategies in the fiction of Murakami Haruki*. Irvine: University of California.

Jung, C. G. (1989). *Memories, Dreams, Reflections*. NY: Vintage Books.

Jung, C. G. (1990). *The collected works of C.G. Jung volume 9, part I: The archetypes and the collective unconscious*. G. Adler & R.F.C. Hull (Eds). NJ: Princeton UP.

Jung, C. G. (1976). *The Portable Jung, Aion: phenomenology of the self*, J. Campbell (Ed.), NY: Penguin Books.

Kawai, T. (2004). The Cultural complex: Contemporary Jungian perspectives on psyche and society. T. Singer & S. L. Kimbles (Eds.), In *Postmodern consciousness in the novels of Haruki Murakami: An emerging cultural complex* (pp. 90-101). NY: Brunner-Routledge.

Kiyou, K.(2010). Murakami Haruki “dansu, dansu, dansu” ron- tsuki ni kaeru E.T., umi ni shizumu Maseratii. *Gengo to bunka*, 22, 83-92.

Lacan, J. (2006). *Écrits (The first complete edition in English)*. B. Fink. (Trans.), W.W. Norton.

Lacan, J. (1998). *The Seminar of Jacques Lacan, book XI: The four fundamental concepts of psychoanalysis*. J.-A. Miller, (Ed)., A. Sheridan (Trans.), NY: W.W. Norton.

Manabe, M. (2010). Murakami Haruki dansu, dansu, dansu ni tsuite no ikkousatsu-Shinrigaku no kanten kara. *Ibarakiken kurisutokyou daigaku*, 44, 1-12.

Murakami, F. (2002). Murakami Haruki's postmodern world. *Japan forum*, 14 (1), 127-141.

Murakami, H. (2015). *Dansu, dansu, dansu*. 2 vols. Tokyo: Kodanshabunsho.

Strecher, M. C. (1999). Magical realism and the search for identity in the fiction of Murakami Haruki. *Journal of japanese studies*, 25 (2), 263-98.

Takagi, C., (2009), *From postmodern to post bildungsroman from the ashes: An alternative reading of Murakami Haruki and postwar Japanese culture*. (Ph.D thesis). The University of North Carolina, Greensboro.

Vasile, A. (2012). Subjectivity and space in Haruki Murakami's fictional world. *Euromentor Journal*, 3 (1), 112 -131.

Von Franz, M.L. (2007). Bireyselleşme süreci. C. G. Jung (Ed.), A. N. Babaoğlu (Çev.), *İnsan ve sembolleri içinde* (158-229). İstanbul: Okuyan Us.

Zizek, S. (2013). *Looking awry, An intoduction to Jacques Lacan through popular culture*. Cambridge: MIT P.

Zizek, S. (2006). *The parallax view*. Cambridge: MIT P.

**Yayın Geliş Tarihi:** 06.05.2021  
**Yayına Kabul Tarihi:** 14.12.2021  
**Online Yayın Tarihi:** 31.12.2021  
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.933904>

Dokuz Eylül Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi  
Cilt: 23, Sayı: 4, Yıl: 2021, Sayfa: 1439-1450  
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

*Araştırma Makalesi*

## **XAVIER DE MAÏSTRE'İN ODAMDA YOLCULUK ESERİNDE MEKÂNIN KEŞFİ**

*Derya ADIGÜZEL ÖZBEK\**

### **Öz**

*Çalışma, Xavier De Maistre tarafından, 1794 yılında kaleme alınan, Odamda Yolculuk kitabının mekân anlatısı, konu edinmektedir. Yapıt, yazarın kırk iki günlük oda hapsini, özgürlük yorumu olarak edebiyat eserine dönüştürmesidir. Yazar, yolculuk deneyimi üzerinden mekânı yani odasını, bedeni aracılığı ile hem kendisine hem de okuyucuya sorgular. Sorgulama; mekân-beden-şey karşılaşmalarına dayalı fenomenolojik bakış açısının ürünüdür. Bu da kitabı, mekânı anlamada, barındığı edebi içeriği ile bir kaynak haline getirmektedir. Çalışmada kitabın oda üzerinden kurduğu mekân anlatısı, fenomenolojik çalışmalara düşünceleriyle yön veren Husserl, Heidegger, Merleau-Ponty ve Bachelard üzerinden analiz edilmektedir. Bu analiz sonucu yolculuk anlatısı üzerinden, mekân-beden-şey karşılaşmalarına dayanan ve mekânı keşfetmeye imkân veren fenomenolojik bir anlatı yöntemi ortaya konmaktadır. Eseri biçimlendiren yolculuk deneyiminin izleği, çalışmanın akışını ve strüktürünü belirlemektedir. Bu strüktür, mekânın keşfini olanaklı kılan anlatı yöntemi ile sonuç yerine yolculuğun önemsendiği açılma ilerler. Odamda Yolculuk kitabı üzerinden izleği oluşan mekânın keşfi anlatısı; mekân tasarımı, üretimi ve düşüncesinin alışlagelmiş kalıplarının dışında hangi biçimlenişler ve kavramsal kurgular ile şekilleneceğine ilişkin yöntem önerisi olarak geliştirilmeye açık bir yapı ortaya koyar.*

**Anahtar Kelimeler:** *Mekân, Beden, Şey, Mekânın Keşfi, Odamda Yolculuk*

## **THE EXPLORATION OF SPACE IN XAVIER DE MAISTRE'S WORK "A JOURNEY ROUND MY ROOM" (VOYAGE ATOUR DE MA CHAMBER)**

### **Abstract**

*This study addressed the space expression of the book "Voyage autour de ma chambre" ("A Journey Round my Room") written by Xavier De Maistre in 1794. The book is the transformation of author's prison life of forty-two days due to a duel into a literal work*

---

*Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):*

Adıgüzel Özbeğ, D. (2021). Xavier De Maistre'in Odamda Yolculuk eserinde mekânın keşfi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (4), 1439-1450.

\* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Kültür Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü. ORCID: 0000-0002-6607-0103, d.adiguzel@iku.edu.tr.



*somehow as an interpretation of freedom. Through the experience of journey, the author questions and has the reader question the space. This makes its an important source in understanding the space with its different and literal content. Questioning via the journey in the book is the product of a phenomenological perspective based on space-body-thing encounters. Based on this point, conceptual structure of book's space expression is shaped through Husserl, Heidegger, Merleau-Ponty and Bachelard who shaped phenomenological studies with their thoughts. Via the narration of journey, such structure puts forth the exploration of space which resists space-body-object encounters, is ambiguous, has fuzzy boundaries and extends towards eternity. Path of the journey experience with a limited time also determines the flow and structure of this study.*

**Keywords:** Space, Body, Thing, Exploration of Space, A Journey Round my Room

## GİRİŞ

*"Gerçekten de, herkesten gizlenerek çekilebileceği küçücük bir odası bile olamayacak kadar bahtsız, terk edilmiş olabilir mi insan?" (Maistre, 2016: 6).*

"Odamda Yolculuk" iki yüz yirmi altı yıl önce 1794 yılında Xavier De Maistre tarafından kaleme alınmıştır. Kitap, bir düello sonucu odasında kırk iki gün hapse mahkûm edilen yazarın, dışarı ile tek bağlantısı hizmetlisi olduğu süreci konu edinmektedir. Yazar, hapis hayatını, bir tür özgürlük olarak yorumlayarak edebiyat eserine dönüştürür. "Beni bir şehri dolaşmaktan men ettiler. Hepsi bu. Ama bütün bir evreni bana bıraktılar: Uçsuz bucaksızlık ve sonsuzluk emrime amadedir" (Maistre, 2016, s.115). Yazar, Odamda Yolculuk kitabında yaşadığı zihinsel yolculuğu, o kadar sever ve benimser ki devam kitabı niteliğinde olan "Odamda Gece Seferi"ni yazar. Kitapların yazıldığı dönemde Xavier'in tarzında yani zihinsel yolculukları konu edinmeye çalışan farklı yazarlar da olur (Perrot, 2013).

Dünyanın tüm zenginliklerini ve güzelliklerini barındıran, çevresi otuz iki adım olan odasında yolculuğa başlar. "Kırk iki gün bitecek ve böyle bir süre, son derece hoşnutlukla yolculuk ettiğim zengin ülkenin tasvirini tamamlamaya yetmeyecek" (Maistre, 2016, s.87). Anlatıcı rolünü üstlendiği kitabında hastalara, fakirlere, imkânı olmayanlara hatta evrenden sıkılanlara seslenir, onlara odalarında yolculuğu önerir. "Okur da günün birinde ruhunu tek başına dolaştırmayı başarırsa kendinden hoşnut kalabilir; bu yeteneğin ona sağlayacağı zevkler, olası yanlışları dengeleyebilecektir" (Maistre, 2016, s.23).

Odasındaki hapislik durumu Xavier'e göre beden ile ilişkilidir, ancak bedeni hapsedebilirler. Oysaki ruhu özgürdür, onu her yere gönderebilmektedir. Yazar burada bedenin arzularını ve bedenin bu arzulara hizmet edişini ifade etmektedir. Ruh olarak nitelendirdiği de akıl ve bilincidir. Akıl ve beden ayrımında, hayvan olarak betimlediği bedene karşı akıllı seçmekte; bunu da kitapta şu şekilde ifade etmektedir. "Yaptığım çeşitli gözlemler sonucunda, insanın bir ruhtan ve bir

hayvandan oluştuğunu fark ettim. Bu iki varlık kesinlikle birbirinden ayrıdır, fakat birbirinin içine öylesine girmişler ya da öylesine üst üste durmaktadırlar ki, bu ayrımı yapabilmek için ruhun hayvan üzerinde belli bir üstünlüğünün olması gerekir” (Maistre, 2016, s.16). Yazar çağının politik kargaşasından uzaklaşmak istediği ve Descartes ve Pascal’cı bir felsefi görüş benimsediği için oda gezginini savunmaktadır. Hayvan olarak tanımladığı beden ve aklın kendisi olan ruh, düalisttik bir yapı oluştur (Perrot, 2013). Ancak beden-akıl birlikteliği Descartes’den farklıdır. Beden ve akıl heterojen birlikteliğin yapı taşıdır ve bir oluş halinde vardır. Bedenini bırakarak akıllı ile yolculuk yapar. Fakat bu yolculuklar, beden içinde bulunduğu mekân ve nesnelere ile şekillenir ya da onları şekillendirir.

“Beni odama, dünyanın tüm nimetlerini ve zenginliklerini içeren o nefis memlekete cezalandırmak için mi sürmüşlerdi?” (Maistre, 2016, s.116). Oysa ki yazar için bu, şartsız, koşulsuz ve sonsuz bir özgürlük deneyimi içinde keşiftir. Bu keşif yolculukları, fiziksel mekânın özelliklerini konu alarak zihinsel mekâna yapılmaktadır. Böylelikle her keşif, mekânı yeniden yapılandırmaya kapı aralamaktadır. Yolculuklarda, odanın dört duvarının eridiği, nesnelere ruhunun kendisine eşlik ettiği, mekân ve zamanın yeniden kurulduğu anlaşılmaktadır. Akıllı, her zaman göndermez bazen de akılları çağırır, eski arkadaşlar, felsefeciler ve bilim insanlarının ziyaretçisi olduğu görülür. Odada yer alan nesnelere keşfedilmesi gereken, kendi varlığını ve mekânı sorgulatan ayrı bir varlıktır. Yazar, beden-mekân-nesne ilişkisini bulunması ve aranması gereken fakat yolculuğu hiç bitmeyen bir karşılaşma olarak anlatır. Bir edebiyat eseri olarak Odamda Yolculuk kitabının, beden-mekân-nesne karşılaşmalarına dayanan fenomenolojik yapısının çözümlenmesi, çalışmanın problematiğini oluşturmaktadır.

Fenomenoloji olayların ideal varlığını inceleme yöntemi olarak eleştirel ve açıklayıcı bir yaklaşımdır. Fenomenoloji aracılığıyla anlamakla/yapmak, bilmekle/çizmek arasındaki boşluk birleştirilerek deneyime odaklanılır. Maddeleştirmeden ya da idealize etmeden olaylar ve olgular, varoluşları içinde anlaşılmasına çalışılır (Adıgüzel, 2015). Ebedi eserler, imgelem dünyasının somutlaşması sonucu ortaya çıktıkları için mekânsal kurguları ve anlatıları, fenomenolojik içeriklere dayanmaktadır (Köseoğlu ve Botan, 2019). Çalışmaya konu olan “Odamda Yolculuk” özünde, mekân-beden-nesne karşılaşmalarına dayalı fenomenolojik bir anlatıya temellenmektedir. Bu da Odamda Yolculuk kitabını, mekân anlamada, barındırdığı farklı ve edebi bakış açısı ile önemli bir kaynak haline getirmektedir.

Eser, yolculuk deneyimi izleğinde, mekân-beden-nesne karşılaşmalarına dayanan, mekânın yeniden keşfedilmesine imkân veren fenomenolojik anlatıya dayanmaktadır. Fenomenolojik mekân anlatısı hem çalışmanın kavramsal yapısını hem de yöntemini oluşturur. Kitabın, mekân-beden-nesne karşılaşmalarına dayanan anlatısı, fenomenolojik çalışmalara düşünceleri ile yön veren Husserl, Heidegger, Merleau-Ponty ve Bachelard üzerinden analiz edilerek çalışmanın kavramsal çerçevesi çizilmektedir. Mekân-beden-nesne karşılaşmalarının olanaklar barındıran

fenomenolojik anlatısı, mekânının yeniden keşfini tartışmaya açarak mekânı konu edinen disiplinlere farklı açılımlar sunar.

### **ODAMDA YOLCULUK'DA MEKÂN, BEDEN, ŞEY KARŞILAŞMALARI**

“Kendi varoluşunu böyle genişletmekten hem yeri hem göğü işgal etmekten ve deyim yerindeyse, kendi varlığını ikiye katlamaktan daha çekici bir haz olabilir mi?” (Maistre, 2016 s.23). Burada Maistre, Heidegger’e benzer bir yaklaşım izler; oda hem gök hem yerdir. Gökten yere uzanan düzlemde de varlık kendini ikiye katlamakta yani katmanlaşmaktadır. Heidegger’e göre de var oluşun temel koşulu; yeryüzü, gökyüzü, ölümlüler ve tanrılar dörtlüsü içinde bir araya gelmelerdir. Yeryüzünde olmak zaten göğün altında olmaktır (Heidegger, 1971; Sharr, 2011). Maistre, yolculukları aracılığıyla yer ve gök arasında seyahat ederken aynı zamanda bedeninin sınırladığı fiziksel mekânı genişleterek, fiziksel mekân içinde zihinsel mekânı kurmaktadır.

Maistre yolculuğa tek başına çıkmıştır, fakat “hizmetçisinden ve köpeğinden felsefe ve insanlık dersleri alarak” ilerlemektedir (Maistre, 2016, s.69). Diğer bir deyişle; bedenler, onun için herhangi bir nesne değil, bir kültür nesnesi olmaktadır. Başka bedenler ile her şeyden önce kendi bedeni aracılığıyla karşılaşmaktadır (Merleau-Ponty, 2005). Bedeni özneyken, başka bedenler kendi beni için nesnedir. Ancak, diğer bedenlerden ders almaya başladığında, kendi bedeni nesne, diğer bedenler özne konumuna geçmektedir. Bu da Merleau-Ponty’nin belirttiği, bedenin hem özne hem de nesne olarak mekânı biçimlendirişine benzemektedir. Kitaptaki bu anlatı, “ben benim bedeniyim (I am my body)” ve “bedenim olmasaydı, benim için mekân da olmazdı” diyen Merleau-Ponty’nin beden algısı ile örtüşmektedir (Merleau-Ponty, 2005).

Yazar, bedenini geride bırakarak akıllı ile yolculuk yapar. Akıl yolculukları aynı zamanda varlığının orijinini de genişleterek yeniden kurar. Maistre’in, beden ile akıl birlikteliğini aktarışı, “insan bir vücut ve bir ruh değil, bir vücut ile bir ruhtur” (Merleau-Ponty, 2010, s.26), diyen Merleau-Ponty’nin bütüncül beden algısı ile aynı zemine oturmaktadır. Ayrıca, Merleau-Ponty, dışımızdaki her varlığa, bedenimiz üzerinden erişildiğini, böylelikle erişilen her varlığın insani özellikler kazandıran bir ruh ve vücut karışımı olarak ortaya çıktığını belirtmektedir (Merleau-Ponty, 2010). Maistre, bu görüşü bir adım daha öteye taşıyarak bedenin kendisine dışarıdan bakarak da yeni inşalar kurabileceğini aktarır. Bedenin bir deneyimi gerçekleştirirken, kendini dışardan izleyebilmesi eserde şöyle aktarılmaktadır: “Kendine hareket ederken bakmak ya da kendi sistemime göre ifade edersem, hayvanın işleyişini incelemek ve içinde yer almadan, onu çalışırken görmek için ruhu kullanmak son derece güçtür. İşte, insanın yapabileceği en güç numara budur” (Maistre, 2016, s.22).

Maistre, bedeni odadayken, aklını ve ona bağlı olarak ruhunu arzuladığı her yere, görmeyi istediği her güzelliğe gönderebilmektedir. Aklın bu seyahatleri sayesinde odadaki deneyimi, yatak, çalışma masası, koltuk, tablo gibi nesnelere

algılayışı değişmekte yeniden kurulmaktadır. “Algı, bedenın dünyayla kurduğu bir salınım ilişkisidir. Beden, önce bir durumun içinde oluşuyla dünyayı algılar, sonra dünyanın algısı bedene eklemlenir; bu ilişki dünyayı ve bedeni aynı anda var eder” (Zengin, 2013, s.139). Kitapta, her adım, başka bir düş ve buna bağlı ilişki türü üretir. Boudan'un dediği gibi, her düşünce kendine özgü belirli bir mekâna dayanır ve düşünce, mekândan yola çıkarak kendi soyut (düş) mekânını oluşturur (Boudon, 2015). Akıl bir gezgindir, gezgin aklın imkânları ile beden, yataktan çalışma masasına, çalışma masasından koltuğa, koltuktan kütüphaneye, kütüphaneden tablolara mekânın topoğrafyasını biçimlendirmektedir.

Odanın duvarları hakkında tek bilimiz, çevresinin otuz iki adım olduğudur. Duvar, fiziksel bir araç olarak sonlu mekânı tanımlar, Maistre'e göre duvar, üzerinde asılı tablolar olduğü için anlamlıdır (Maistre, 2016). Perce (2017), benzer yaklaşımla bir tablo astığında, duvarı unuttuğunu, duvarın arkasında ne olduğünü, neyi ayırdığını bilmediğini dile getirir. Duvar tablolar için vardır, fakat tablo astığında duvarı unutmuştur. Duvarı unutarak, tabloyu da unutmuştur, böylece duvar tabloyu öldürmüştür. Bunu önlemek için sürekli duvarı ve tabloyu değiştirmek gerekmektedir (Perce, 2017). Fakat, Maistre'in odasındaki tablo; aklını, canlı çiçeklerle sevgilisinin odasına gül ile gittiği güne götürür. Diğer bir değişle tablo yani nesne ile karşılaşması yolculuğu mümkün kılmaktadır (Maistre, 2016, s.84). Tablo, duvarı yok etmektedir, ancak akıl ile girdiği nesne ilişkisinde farklı gezilere zemin hazırlamaktadır. Böylelikle her bir nesne mekândaki sınırından kurtularak, bedenın algısı ile mekânda sonsuz olasılıklı deneyime olanak sağlamaktadır. Mekân-beden-nesnenin her karşılaması, mekânı anlamada ve anlatmada farklı olanaklar barındırır.

Maistre, nesnelere üzerinden mekânla, dünyayla bağlantı kurar. Maistre'nin nesnelere anlatışı, Kartezyen düşünceyle birlikte gelişen deneyimden kopuk soyut bir indirgemeyi ifade eden nesne kavramı yerine Husserl'in “şey” tanımına yakındır:

*“...Her algılamada algılanan bir şey, her duyumsamada duyumsanan bir şey, her düşünmede düşünölen bir şey, her sevmede sevilen bir şey vardır. Her bir edinim yöneldiği bağlantı kurduğu “bir şey” vardır. ...Bilincin bir nesneye yönelimi, şeyle kurulan durağan bir ilişki değildir. Yönelimsel bilinç, her türünde, deneylenenin görösel bir biçimde kendisine sahip olmaya çalışır; apaçıklığa ulaşmaya çalışır. Bu bilincin amacıdır” (Husserl, 2003, s.15).*

Burada şey; yaşam içinde statik, değişmeyen bir durum değil, yönelmiş zihin ile mekân içinde yeniden kurulmaya devam edendir (Husserl, 2003). Şeyler, mekân ve zaman bütönlüğu içinde deneyim aracılığıyla mekânı anlamamıza imkân verirler (Adıgözel Özbek ve Ertürk, 2017):

*“...şeyler, karşısında düşünöüp taşınacağımız yalın ve tarafsız nesnelere değillerdir; her biri bizim için bir tutumu simgeler, bir*

*tutumu anımsatır, bizde olumlu olumsuz tepkiler uyandırır; bir insanın kendisini çevrelediği nesnelere, yeğlediği renklerden, dolaşmaya gittiği yerlerden, o insanın zevki, kişiliği, dünyaya ve dışarıdaki varlıklara karşı tutumu okunur” (Merleau-Ponty, 2010, s.30).*

Yukarıda yapılan alıntılar Maistre'nin anlatısının nesne değil, “şey” kavramına yakın olduğunu göstermektedir. Kitapta farklı nesne anlatıları da şey kavramına dayanmaktadır, örneğin: “Koltuk mükemmel bir mobilyadır; özellikle tefekküre yatan herkese son derece elzendir. Uzun kış gecelerinde, kalabalık toplantıların gürültülü patirtısından uzakta yavaşça içine gömülmek, kimi zaman hoş, her zamansa ihtiyatlı bir tavidir” (Maistre, 2016, s.13). Koltuğun kalabalık toplantılardan uzakta içine gömüldüğü zaman onda uyandırdığı hoş hissi aynı zamanda ona katıldığı bir baloyu hatırlatır ve akli balolara doğru hareket eder. Şey hatıralara yolculuk yaptırır, bu yolculukta hatıralarını mekânsallaştırır.

Maistre için odadaki en önemli şey, yataktır. Yatak oda içinde şeydir, ancak mekân içinde mekândır; o yüzden, bu kadar önemli ve elzendir ve bu durumu şöyle dile getirir: “Bir yatakta doğar bir yatakta ölürüz. İnsan soyunun ilginç dramları, gülünç komedileri ve korkunç trajedileri oynadığı gerçek sahnedir burası. Çiçeklerle süslü bir beşiktir; Aşk Tanrıçası'nın tahtıdır; mezardır” (Maistre, 2016, s.15). Yatak ile beden ilişkisi, oda ile yatağın topografik ilişkisinin benzeridir. Beden yatakta, yatağın sağladığı imkan ile pozisyon olarak biçimlenir ve biçimlendirir; benzer şekilde oda yatağın yerini, yatağın yeri de odayı biçimlendirir. Bu ilişkiler bütünü de belleği harekete geçirir (Perec, 2017). Oda-yatak ve yatak-beden ilişkisinde görüldüğü üzere beden; şeyleri mekâna, mekânı şeylere dönüştürme potansiyeli taşımaktadır. Şey olarak yatak mekânda basitçe konumlanan değildir, mekânı kendi içinde geliştirir. Yatak oda içinde bir şeyken, aklın seyahati ile mekân olmuştur. Bu noktada mekân mı/şey mi, mekânın şeyi mi/şeyin mekânı mı ikilikleri yerini bir arada biçimlenişlere bırakmaktadır.

Odadaki tek laf edilemeyecek kusursuzluktaki şey, ona bakan herkes için aynadır (Maistre, 2016). Ayna, derinlikli algılanan ancak yüzeysel, var olan fakat ulaşılamayan, aynısı sanılan ama ters imgeler üretir, böylece salt bir nesne olmanın ötesine geçer. “Çirkinliğin kendini tanıyıp aynayı kırması çok enderdir. Etrafımızdaki aynalar ne kadar çoğalsa ve ışıkla hakikati geometrik bir kesinlikle yansıtırsa da boşunadır. Tam ışınlar gözümüze girip bizi olduğumuz gibi resmedeceği anda, kendimize olan sevgimiz aldatici prizmasını bizimle görüntümüz arasına yerleştirir ve bize bir tanrısallık sunar” (Maistre, 2016, s.65). Aynaya bakan beden, gerçekken; aynadaki beden, sanal bir görüntüdür. Mekân ve beden bu sanallıkta çoğalır, gerçek ve sanal ayırt edilemeyecek hale gelir. Gerçeklik arayışına giren beden, bu sürekli oluş içerisinde ya tüm aynaları yok edecek ya da Maistre'nin bahsettiği tanrısallığa yönelecek ve yeniyi yaratacaktır.

Maistre, “Odamda Yolculuk”da hatıralarını mekânsallaştırdığı ölçüde, mekânı da yeniden biçimlendirir. Her biçimlenişte mekân, birbiri içinde türeyen bir

sonsuzluğa uzanmaktadır. Hareketsiz hatıralar mekânsallaşır, mekânsallaştıkları ölçüde sağlamlaşır, kök salar (Bachelard, 2013). Böylelikle, “hayalgücünün kavradığı mekân, geometricinin ölçümüne ve düşüncesine teslim edilmiş kayıtsız bir mekân olarak kalmaz” (Bachelard, 2013, s.28). İnsanın hatırladığı mekân, hiç görmediği, yaşamadığı fakat geçmişine ait olduğunu hissettiği yerleri de alarak genişler (Perec, 2017). Bu mekânlar, sonsuz çeşitlilik içinde birbirlerinin içinden türeyerek çoğalır, aynı organizmanın farklı bileşenlerini oluşturarak, bir tür mekânsal fauna yaratır (İleri, 2017, s.201).

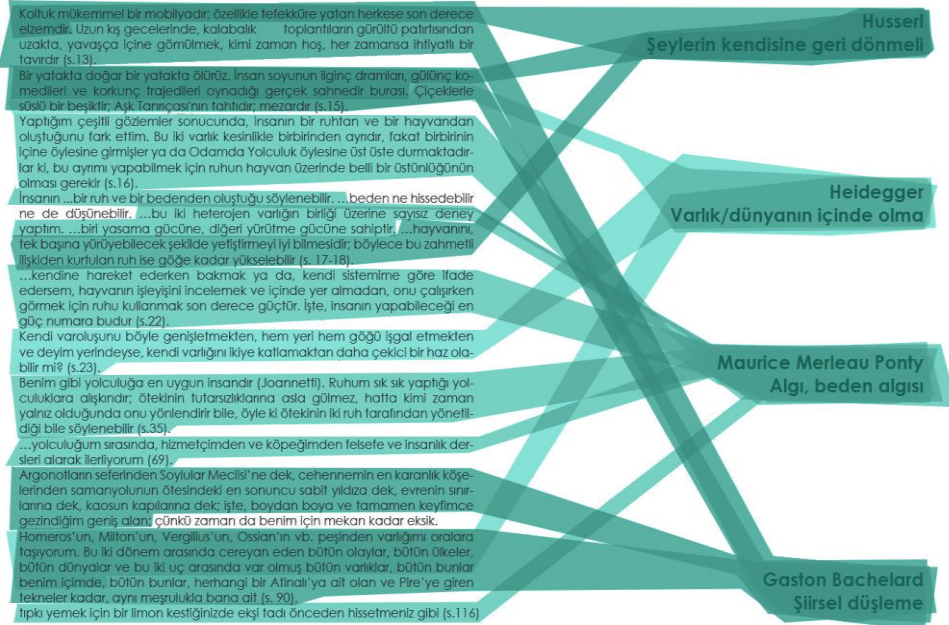
Maistre cezası bitip sokağa ilk çıktığı zamanı, tanıdık bildik mekânlarla karşılaşmasını “tıpkı yemek için bir limon kestiğinizde ekşi tadı önceden hissetmeniz gibi” diye ifade eder (Maistre, 2016, s.116). Merleau- Ponty, bir duyunun, diğer duyular ile ilişkisini ve bunun nasıl bir deneyim yarattığını bal ile açıklamaktadır. Balın ağızda bıraktığı şekerli tat, aynı balın yapışkan varoluşu ve yoğun kıvamının, dokunmada bıraktığı his gibi olmaktadır (Merleau-Ponty, 2010). Özgürlüğüne kavuştuğunda mekân karşılaşması tadı çağırmakta, algılanan her nitelik öbür duyulara kapı açmakta, bedeninin odadaki yolculuğu inşa edilmektedir.

“Odamda Yolculuk” kitabının fenomenolojik bakış açısına temellenen anlatısı; mekân mekânla, mekân bedenle, mekân şeyle, beden bedenle, beden şeyle, beden mekânla, şey şeyle, şey bedenle, şey mekânla şeklinde uzanan farklı olasılıkları ve olanakları içinde barındıran karşılaşmalar üzerine kurulmaktadır. Çalışmada bu karşılaşma anlatısı, yukarıda detaylı aktarıldığı üzere fenomenoloji düşüncesine yön veren Husserl, Heidegger, Merleau-Ponty ve Bachelard üzerinden çözümlenmiştir. Karşılımların meydana geldiği anlatıda, mekânı yeniden keşfetme olasılığı barındıran açılımlar yer alır. Bu açılımlar bir sonraki bölümde görselleştirilerek tartışmaya açılmaktadır.

### **KARŞILAŞMANIN OLANAKLARI: MEKÂNIN KEŞFİ**

“Odamda Yolculuk”un mekân anlatısı, Husserl, Heidegger, Merleau-Ponty ve Bachelard’ın fenomenoloji düşüncesi aracılığı ile çözümlenerek analiz edilmiştir. Kitapta hangi anlatının hangi fenomenolojik düşünceye karşılık geldiği Diyagram 1’de gösterilmektedir. Diyagram 1, eserin fenomenolojik bakış açısına temellenen beden-şey-mekân karşılaşmaları üzerinden mekânın keşfini olanaklı kılan anlatısının imgeleşmesidir.

## Diyagram 1: Mekânın Keşfinin Fenomenolojik Anlatısı

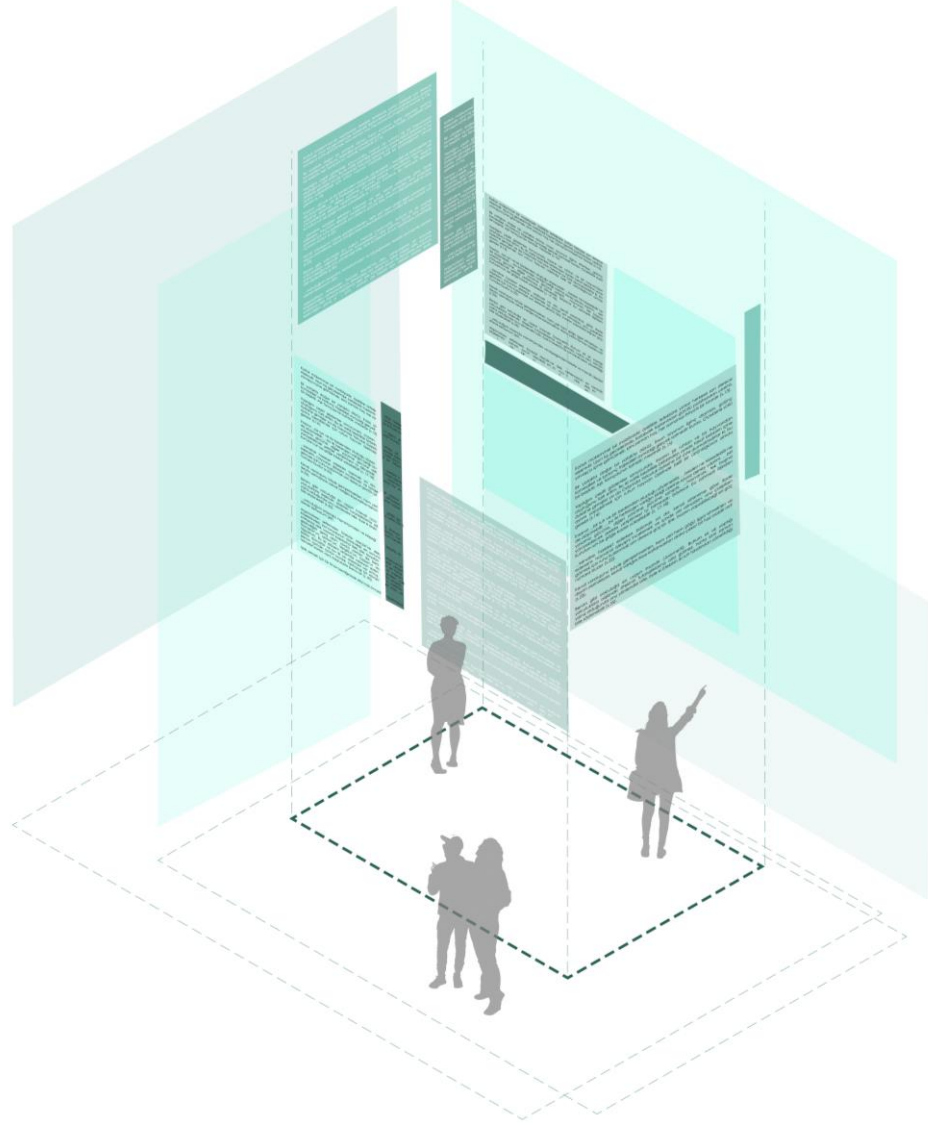


Diyagram 1'de imgesel olarak ifade edilen kitaptaki metinlerin, fenomenoloji düşüncesi ile ilişkisi şu şekildedir: Heidegger "dünyanın içinde olmak" (Heidegger, 1971) kavramı ile anlamı bulmaya çalışmıştır. Maistre de Heidegger gibi yer ve gök arasında, varlığını genişleterek katlamakta, böylece dünyaya kök salmakta ve bunu "...bütün olaylar, bütün ülkeler, bütün dünyalar ve bu iki uç arasında var olmuş bütün varlıklar, bütün bunlar benim içimde" (Maistre, 2016, s.90) şeklinde ifade etmektedir. Fenomenolojinin kurucusu olan Husserl ise "şeylerin kendisine geri dönmekten" (Husserl, 2003), ancak bu şekilde şeylerin tanımlanabileceğinden bahseder. Husserl, bilinci nesnelere yönelmiş, yaşantı ile yaşanan şey arasındaki bağlantıya odaklanmıştır. Husserl'in şeylere yönelim çağrısına uymuş gibi Maistre yatağına, koltuğuna yönelmiştir. Benzer şekilde, duvarlar yerine, duvarı anlamlı kıldığını düşündüğü tablolara yönelir, duvarları bulanık bir zeminde tablolar için oluşturur. Diğer yandan, yazarın, yatak, koltuk, tablo gibi şeylere yüklediği anlam ve yolculuğundaki önemi Bachelard'ın "şiiirsel düşünme"si (Bachelard, 2013) ile de ilişkilendirilmektedir. Bachelard nesnelere ve mekânın, beden ve hafıza ile ilişkisini psikanalitik ve semantik yönleriyle şiiirsel olduğunu dile getirir (Bachelard, 2013). Şiiirsel düşünme, Maistre'in yatağı ile bağı, koltuğuna gömülüp kabuğuna çekilirken dünyaya açılması, tablolar duvarları yok ederken anıların derinliklerinde gezmesidir. Şiiirsel düşünme ile yöneldiği şeylere, Maistre, bedeni aracılığı ile ulaşmaktadır. Bedeni vasıtasıyla diğer bedenlere, şeylere, hatta kendi bedenine erişmektedir. Merleau-Ponty'nin de belirttiği gibi beden ile dünya arasında birbirini tamamlayan algı yoluyla oluşan bağlar vardır (Merleau-Ponty, 2010).

Maistre odasında yolculuk yaparken, fiziki bir mekân içinde zihinsel mekâna yolculuk eder. Fiziksel ve zihinsel mekân sınırlarının birbirinin içinde eridiği, anlatısını inşa eder. Bu anlatıda, beden-şey-mekân karşılaşmalarının olasılıklar ve olanaklar barındıran yapısı mekânı keşfetmemize imkân verir. Eserin fenomenolojik içeriğine temellenen mekânın keşif anlatısı Diyagram 2'deki gibi imgeleşir. Diyagram 2'de anlaşılacağı üzere odanın zemini ve duvarları vardır. Ancak, yerde olmak göğün altında olmak anlamı taşıdığından odanın tavanı yoktur. Kitaptaki duvar anlatısı, her okuyucu tarafından farklı algılanarak kurgulanabilir, bu da var olan ancak zemine basmayan bir duvar imgesi üretir. Ayrıca, dört duvarın nasıl kurulacağı ve birbiri ile ilişkisi okuyucunun algı dünyasına bırakıldığında net sınırlar tanımlamaz. Bir zemin mevcuttur, fakat beden hareket ettikçe, zeminde değişerek yeniden kurulur. Böylelikle, her anlatı ile mekânın orijini değişmekte, diğer yandan her mekân anlatısı, okuyucu tarafından farklı açılardan sonsuz çeşitlilikte imgeleştirilebilmektedir. Okuyucu kendi imgelem dünyasında, yazarın kurduğu anlatı ile karşılaşarak, mekânı keşfederek imgeleştirir.



**Diyagram 2. Mekânın Keşfinin İmgeleşmesi**



“Odamda Yolculuk”da fiziksel yani iskan edilen mekândan, düşünülen, hayal edilen mekâna yapılan her yolculuk anlatısı, okuyucunun mekânı keşfetmesini sağlar. Keşfedilen mekân ile anlatılan mekân birinin içine geçer. Sınırların bulanıklaştığı bu düzlemde, beden-şey-mekân karşılaşmaları gerçekleşirken, sonsuz çeşitlilikte mekân keşfi gerçekleşerek, imgeleşebilir. Yeni mekânın olanakları ile çalışma da sonuç yerine yolculuğun önemsendiği açılımlar olur.

## **SONUÇ YERİNE YOLCULUK**

“Odamda Yolculuk” eserinin oda anlatısı bir içkinlik düzleminde oluşur ve bu durum karşılaşma eksenini ile eşleşir. Anlatı ile oluşturulan zihinsel mekân, fizikseliği ile var olan mekânın önüne geçer. Yazarın anlatı kurgusu, her okuyucu tarafından farklı şekilde imgeleşerek çeşitli olanaklara açılır. Çalışma kapsamında bu olanak karşılığını mekânın keşfi söyleminde/kavramında bulur.

“Odamda Yolculuk”, mekâna, mekânın hissettirdiklerine ve düşündürdüklerine, oda ve yolculuk anlatısı ile odaklanır. Oda, yazarı bedenden sonra saran ilk kabuktur ve dünyaya açıldığı yerdir. Bu durum kitapta, sonsuz yolculuklara imkân veren odaya sahip olmayan insanları “bahtsız ve terk edilmiş” (Maistre, 2016, s. 6) olarak nitelmesi ile desteklemektedir. Oda, bedenin bulunduğu, varlığını konumlandığı yer olarak gerçek ve fiziki mekândır. Yolculuk ise bedenin, mekânın içinde, dışında, varlığında ya da yokluğunda bir pozisyon alması ile başlar. Yolculuk ile akıl, hatıraların, düşüncelerin, hayallerin yarattığı zihinsel yani sanal mekândadır. Bedenin gerçek mekânda, aklın ise sanal mekânda olduğu söylenebilir. Mekân; sanal ile gerçeğin, beden-şey-mekân ile karşılaştığı yolculukta varlık kazanır. Bu fenomenolojik anlatı sonucu; mekânın keşfi, beden ile ilişkili olarak muğlak, karşılaşmaların olanakları ile sınır(lı)sız ve şeyler ile ilintisiyle kararsız bir bağlama sahip bir deneyim biçiminde karşımıza çıkar. Mekânın keşfi, sanal ile gerçek arasında, sonsuz sınırlılıkta/sınırlı sonsuzlukta, belirli muğlaklıkta/muğlak belirliliktedir.

Yukarıda mekânın keşfine ilişkin ulaşılan sonuçların yanında eserin fenomenolojik anlatısının, mekâna bağlı devingen bir zaman tariflediği söylenebilir. Mekân-beden-şey karşılaşmaları yolculuk boyunca süren devingen bir zaman yaratır. Kitapta bu devingen zaman, hapislik durumunun bitip sokağa çıktığı ilk anda, mekânın tat duyusu ile ilişkili olarak farklı mekân ve zaman ilişkilerini hatırlatmasında görülür. Uzun zamandır görmediği mekânlar ile ilk karşılaşması ile farklı zamansallıklar ve mekânsallıklar başlar. Bu da mekânın keşfedilmek için barındırdığı açılımları ve devingen varoluşunu gösterir.

Sonuç olarak, “Odamda Yolculuk” kitabı üzerinden fenomenolojik anlatısı analiz edilmeye çalışılan mekânın keşfi, mekân tasarımı, üretimi ve düşüncesinin alışlagelmiş kalıplarının dışında hangi biçimler ve kavramsal kurgular ile şekilleneceğine ilişkin düşünceler geliştirilmenin peşindedir. Fenomenolojik bakış açısında olduğu gibi mekân, sorular ve cevaplar ile sürekli değişerek ve dönüşerek yolculuğuna devam eder. Mekân bir anlatıdır ve her okunuşta sürekli oluş halini sürdürerek yeniden keşfedilir. Anlatı ile oluşturulan mekân, fizikseliği ile var olanın önüne geçer. Yazarın anlatı kurgusu, her okuyucu tarafından farklı şekilde imgeleşerek çeşitli olanaklara açılarak mekânın keşfedilmesini sağlar.

## KAYNAKÇA

Adıgüzel, D. (2015). Şiirsel imgelem olarak mekânı düşlemek: Gaston Bachelard'ın mekân düşüncesi. 4. *İçmimarlık Sempozyumu* bildirileri içinde (ss.181-186). İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Yayınları.

Adıgüzel Özbek, D. ve Ertürk, Z. (2017). Mekânı anlama üzerine süreç odaklı bir yaklaşım. *Tasarım Kuram*, 13 (24), 79-89.

Bachelard, G. (2013). *Mekânın poetikası*. A. Tümertekin (çev.). İstanbul: İthaki Yayınları.

Boudon, P. (2015). *Mimari mekân üzerine; Mimarlık epistemolojisi üzerine deneme*. A. Tümertekin (çev.). İstanbul: Janus Yayıncılık.

Heidegger, M. (1971). *Poetry, Language, Thought*. A. Hofstadter (çev.). New York: Harper & Row.

Husserl, E. (2003). *Fenomenoloji üzerine beş ders*. H. Tepe (çev.), Ankara: Bilgesu Yayınları.

İleri, C. (2017). *Yararsız bir mekâna dair. Mekân Fesmekân* içinde Sonsöz (ss.151-248). İstanbul: Everest Yayınları.

Köseoğlu, E. ve Botan, M. (2019). Peyami Safa'nın Dokuzuncu Hariciye Koğuşu romanında algısal mekân ve yeniden imgeleme. *Mimarist* sayı 1, 81-86.

Maistre, X. (2016). *Odamda yolculuk*. I. Ergüden (çev.), İstanbul: Kırmızı Kedi.

Merleau-Ponty, M. (2005). *Phenomenology of perceptio.*, C. Smith (çev.), London: Taylor and Francis eLibrary.

Merleau-Ponty, M. (2010). *Algılanan Dünya*, Ö. Aygün (çev), İstanbul: Metis.

Perec, G. (2017). *Mekân feşmekân*. A. Ufuk Erkay (çev.), İstanbul: Everest Yayınları.

Perrot, M. (2013). *Odaların tarihi*. Ş. Evirgen (çev), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Sharr, A. (2011). *Mimarlar için Heidegger*. V. Atmaca (çev.), İstanbul: YEM Yayınları.

Tepe, H. (2012). Giriş. *Fenomenoloji üzerine beş ders* içinde önsöz (ss.1-31) Ankara: Bilgesu Yayınları.

Zengin, N. (2013). Görülmeyi görmek: Et kavramı üzerine. Z. Direk (ed.), *Dünyanın Teni Merleau-Ponty Felsefesi Üzerine İncelemeler*. İstanbul: Metis.

**Yayın Geliş Tarihi:** 08.06.2021  
**Yayına Kabul Tarihi:** 15.11.2021  
**Online Yayın Tarihi:** 31.12.2021  
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.949809>

Dokuz Eylül Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi  
Cilt: 23, Sayı: 4, Yıl: 2021, Sayfa: 1451-1476  
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

*Araştırma Makalesi*

## **FRANSIZ GAZETELERİNE GÖRE OSMANLI'DA BİR FRANSIZ KREDİ KURULUŞU: CRÉDIT GÉNÉRALE OTTOMANE (İTİBAR-I UMUMİ BANKASI)**

Onur ÇAPAR\*

### **Öz**

*Klasik Osmanlı iktisat sistemi devletin ekonomik yapıda tek söz sahibi olduğu, toprağa bağımlı, basit ticari işletmelerin egemen olduğu bir görünüm arz etmekteydi. Bu dönemde devletin gelirlerinin temelini fethedilen topraklardan elde edilen ganimetler ve tumar sistemi sayesinde devletin köylülerin ürettiklerinden almış olduğu pay oluşturmaktaydı. Bu basit iktisadi sistem uzun süre değişime uğramadan sürmüş, devletin toprak rejiminin ve ganimet sisteminin durduğu 17. yüzyılın sonuna kadar devam etmiştir. Fakat devlet gelirlerinin düşmesi ve toprak sisteminin bozulması sonucu âyan sınıfının ortaya çıkması gibi durumlar, geleneksel düzenin her türlü alanda yavaşça değişmesine ve devletin kendi iktisadi kabuğundan çıkarak dünya ekonomisi ile bütünleşmesine zemin hazırlamıştır. 18. yüzyılın başlarında değişmeye başlayan bu geleneksel sistem sonucunda daha önce karşılıklı çıkar ilişkisine dayanan ve ağır işleyen ekonomik ve ticari faaliyetler, geleneksel yapının bozulması ile daha hızlı bir şekilde birbirlerine entegre olmaya başlamıştır. 19. yüzyılda ise Osmanlı Devleti uzun yıllar dışa açılmadan korumuş olduğu kapalı ekonomik sistemini terk ederek, Avrupa ile ekonomik entegrasyon sürecine girmiştir. Baltalimanı Ticaret Antlaşması ve onu takip eden ticari anlaşmalar sanayileşmesini tamamlamış Avrupa devletlerine daha önceden kapitülasyonlarla verilen hakları genişletmiş ve Osmanlı pazarına egemen olmalarını kolaylaştırmıştır. Ayrıca bu ekonomik entegrasyon sürecinde Kırım savaşı ile borç ilişkileri de başladı. Nitekim Kırım Savaşı ile başlayan borç ilişkileri kısa zamanda Avrupalı sermayedarların yerel bankerlerle iş birliğine sahne olmuş, bu süreçte hızlı bir borçlanma serüveni yaşayan Osmanlı Devleti kısa zamanda borçlarını ödeyemez duruma gelmişti. Bu dönemde Avrupa devletleri örnek alınarak merkez bankası kurma girişimleri her ne kadar para piyasasını düzenleme amacını taşısa da aslında var olan borçlanma ilişkilerinde aracı rolü üstlenmeye ve yabancı sermayenin koruyuculuğunu üstlenen bir mekanizmanın kurulmasına neden oldu. Çalışmamızın ana temasını oluşturan İtibar-ı Umumi Bankası (Crédit Général Ottoman) Osmanlı Bankası kurucuları arasında olmayan farklı bir sermaye grubunun bazı Galata bankerleriyle birlikte kurmuş oldukları*

---

*Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):*

Çapar, O. (2021). Fransız gazetelerine göre Osmanlı'da bir Fransız kredi kuruluşu: Crédit Générale Ottomane (İtibar-ı Umumi Bankası). *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (4), 1451-1476

\* Dr., T.B.M.M Basın Yayın Halkla İlişkiler Başkanlığı, ORCID: 0000-0002-5976-8845, onurcapar2@gmail.com.

aracı bir kredi kurumudur. Özellikle Rothschild grubuna ait olan bu kredi kurumu birçok borçlanma konusunda aracılık görevi üstlenmiş daha sonra kendi bünyesindeki bankerlerin rakip kredi kurumuna geçmesi ile kendisini feshetmiştir. Bu çalışmadaki amaç Fransız kaynaklarından şirketin Osmanlı Devleti içinde borç ilişkilerindeki rolünü incelemek ayrıca yıllık faaliyet raporları çerçevesinde kurulan kredi kurumunun işleyişi hakkında bilgi sahibi olmaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Osmanlı Devleti, Banka, Galata Bankerleri, Borçlar, Fransa

## **A FRENCH CREDIT INSTITUTION IN THE OTTOMAN EMPIRE ACCORDING TO FRENCH NEWSPAPERS : CREDIT GENERALE OTTOMAN**

### **Abstract**

The classical Ottoman economic system had an appearance in which the state had the sole say in the economic structure, dependent on the land, and dominated by simple commercial enterprises. In this period, the basis of the state's income was the booty obtained from the conquered lands and the share of the state from the peasants' produce thanks to the fief system. This economic system continued for a long time without any change, and continued until the end of the 17th century, when the state's land regime and booty system ceased. However, situations such as the emergence of the notable class as a result of the decline in state revenues and the deterioration of the land system paved the way for the traditional order to slowly change in all areas and for the state to come out of its own economic shell and integrate with the world economy. As a result of this traditional system that started to change at the beginning of the 18th century, economic and commercial activities, which were based on mutual interests and were slow, started to integrate with each other more quickly with the deterioration of the traditional structure. In the 19th century, the Ottoman Empire abandoned its closed economic system, which it had protected for many years, and entered the process of economic integration with Europe. The Baltalimanı trade agreement and subsequent agreements expanded the rights previously granted to European states with capitulations and facilitated their domination of the Ottoman market. In addition, with this economic integration process, debt relations started with the Crimean war. As a matter of fact, the debt relations that started with the Crimean War soon became the scene of cooperation between European capitalists and local bankers, and the Ottoman Empire, which experienced a rapid borrowing adventure in this process, became unable to pay its debts in a short time. Although attempts to establish a central bank by taking European states as an example during this period had the aim of regulating the money market, in fact, it led to the establishment of a mechanism that assumed the role of intermediary in existing borrowing relations and the protection of foreign capital. The main theme of our study, the İtibar-ı Umumi Bankası (Crédit Général Ottoman), is an intermediary loan institution established by a different capital group, which is not among the founders of the Ottoman Bank, together with some Galata bankers. This credit institution, which belongs to the Rothschild group in particular, has undertaken the role of intermediary in many borrowing issues and then dissolved itself when the bankers within its structure passed to the rival credit institution. The aim of this study is to examine the role of the company in debt relations within the Ottoman Empire from French sources and also to have information about the functioning of the credit institution established within the framework of annual activity reports.

**Keywords:** Ottoman Empire, Bank, Galata Bankers, Debts, France

## **GİRİŞ**

### **Osmanlı Devleti'nde Yabancı Banka Kurma Girişimleri**

19. yüzyılda Osmanlı ülkesinde geleneksel ekonomik yapı terkedilmiş; kurumlarda, ekonomik ve iktisadi faaliyetlerinde keskin dönüşümler yaşanmıştır. Dünya ekonomisinin ticari etkinliğinin artmasına bakan iktisat tarihçileri, 19. yüzyılı bir küreselleşme çağı olarak yorumlamış; sermaye hareketlerindeki ve ticaretteki göstergelere bakılarak, 19. yüzyılın 20. yüzyıla göre daha açık ve hızlı geliştiğini belirtmiştir. (Pamuk, 2008, s. 5)

Kırılma noktası olan Batı kapitalizmiyle bütünleşmeyi Osmanlı tarihçileri üç farklı olayın sonucuna bağlamaktadırlar. Barkan, İncelik ve Braudel'in görüşlerinden etkilenerek Batı'da oluşan "Fiyat Devrimi" ışığında bütünleşmenin hızlandığını vurgularken, Wallerstein'den etkilenen yazarlar ise Sanayi Devriminden sonra Osmanlı Devleti'nin 18. yüzyılda etkileşiminin arttığı iddiasındadırlar. Üçüncü görüş ise Napolyon savaşları sonrası İngiliz Sanayi mallarının yeni bir ticaret düzeni oluşturması ve bu düzenin belli bir süre sonrasında Osmanlı'yı etkilemesi olarak tanımlanır. Bu dönemde Fransız devrimi ve Napolyon Savaşları ile Avrupa sürekli meşguldür ve ekonomi siyasetin arkasından gelmektedir. Kapitalizmin olgunluk çağının olduğu bu dönemde Osmanlı yapısal dönüşümlere yol açacak niteliğe kavuşmaya başlamıştır. (Toprak, 2005, s. 193)

19. yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu'nda, ticari ve ekonomik baskının sonucunda yönetim değişiklikleri getirilmiş, anayasal hareketler baş göstermiştir. Sırasıyla 1839 Tanzimat Fermanı ve 1856 Islahat Fermanları, 1876 Birinci Meşrutiyetin ilanı ve 1908 İkinci Meşrutiyet gibi hadiseler, devletin modernleşme çabalarıyla ekonomik entegrasyonu beraber ilerletmiştir. (Issawi, 1982, s. 20)

Sermaye finansmanı açısından bakıldığında Osmanlı Devleti 19. yüzyıla kadar geleneksel kurumları sayesinde finansal sermaye ihtiyacını karşılayabiliyordu. Devlet, tarımsal üretime dayanan bu geleneksel sistemde basit bir mekanizma kurarak piyasada var olan sermaye talebini para vakıfları\* ve sarraflar aracılığı ile giderebilmekteydi. Bu dönemde Avrupa'daki gibi ticari bir burjuva sınıftan söz

---

\*Para vakıflarının ayırt edici özelliği mal varlığının bir kısmının nakit para olarak vakfedilmiş olmasıdır. Meşrutiyeti ve nasıl işletileceği konusunda birçok tartışma bulunan para vakıflarının ilk olarak ne zaman ortaya çıktığı tam olarak bilinmemektedir. Araştırmacılar para vakıflarının ilk olarak Osmanlı Devleti zamanında ortaya çıktığını belirtmektedir. Kaynaklarda II. Murat ve Fatih Sultan Mehmet'in saltanat yıllarında kurulan para vakıflarından ilk olarak söz edilmektedir. Bunlar arasında en eski tarihi olanı 826/1423 yılında İstanbul'a et temin eden kasapların desteklenmesi için kurulduğu kabul edilmektedir. Kuruluşu gerçekleştirilen vakfın sermayesi mütevellî heyeti tarafından işletilmekte ve elde edilen gelir vakfın kuruluş amacına yönelik olarak vakfiyede görülen yerlere harcanmaktadır. Yani vakfın parası bir şekilde üçüncü kişilere verilerek bunlardan alınacak faiz ve diğer gelirlerle vakfa gelir elde edilmektedir (Özcan, 2003)

edilemeyeceği için gelişmiş bir finansal sermaye ortamından söz etmek olanaksızdı. (Çizakça, 2012, s. 246-247) Genelde para vakıfları, sarraflar ve bankerler piyasanın ana finansörleri olarak biliniyorlardı. Dolayısıyla Avrupa'daki gibi sermaye sınıflarının oluşturduğu banka teşekkülleri Osmanlı piyasasına girişi uzun bir zaman almıştır. Geleneksel düzende Levanten olarak bilinen, kökleri Bizans dönemindeki Venedik ve Cenevizlere dayanan ailelere, ilerleyen zamanda Ermeni ve Rum tebaadan ailelerin de katılmasıyla Osmanlı'daki ilk kapitalist topluluklar olan banker ve sarraf grubu ortaya çıkmıştı. Genelde Galata ve çevresinde ikâmet eden bu aileler zamanla finansal olarak güçlenerek devlete borç verecek duruma gelmişlerdi. Zenginliklerinin temelinde faizle borç alıp verme ve Osmanlı para birimindeki düzensizlik nedeniyle piyasada dolaşan paraların alım satımından elde edilen kâr yatmaktaydı. Bu zümre ilerleyen dönemde mali piyasanın en önemli aktörleri haline gelerek birçok padişahın ve devlet adamının mali işlerinden sorumlu hale geldi. Ayrıca devletin para basılan darphane gibi kurumlarının yönetimi bu kişilerin sorumluluğuna geçti. (Berkes, 2013, s. 208)

Avrupa ile ekonomik ve ticari entegrasyon süreci hızlanmaya başlayınca bu grubun gücü daha da pekişti. Özellikle Avrupa sermayedarları ile yabancı kökenli olmaları sebebiyle ilişkileri olan bu zümre, ilerleyen dönemde başlıca finansal işlerin tek aracısı konumunda oldular. Bu dönemde kambiyo işlemlerinde dolaşımdaki yabancı paraların artmasıyla daha fazla Osmanlı piyasasında egemenliklerini artırdılar. 19. yüzyıla gelindiğinde Osmanlı maliyesi var olan kötü mali koşullarını öncelikle bu kişilerden borç alarak aşmaya çalıştı. Fakat Tanzimat'ın ilanı ile mali piyasaların gelişmesi ve ihtiyaca cevap verememesi üzerine bir merkez bankasına olan ihtiyaç arttı. Devlet hem piyasadaki kambiyo istikrarını sağlamak istiyor hem de dışardan kolayca borç bulabileceği bir aracı kurum yaratmak istiyordu. Tabii Avrupa sermayesi bu ortamdaki en zorlayıcı faktördü. Çünkü düzensiz bir para piyasası Avrupalı sermayedarlar için bir tehdit oluşturuyordu. Bu aşamada en büyük kapitalist sermayedarlar olan banker ve sarraflar piyasadaki etkinliklerini kaybetmemek için ilk banka kurma teşebbüslerini gerçekleştirdiler. Fakat Avrupa'daki gibi bir ulusal merkez bankasının kurulması hem daha büyük bir sermaye hem de bozulan piyasa düzeni için daha fazla sorumluluk gerektiriyordu. Nitekim bu banka kurma teşebbüsleri yetersiz olduğu için Osmanlı Devleti'nin ihtiyaçlarına göre uzak bir görünüm sergilediler. Şüphesiz bu durumda yabancı sermayenin desteğine ihtiyaç vardı. Bu aşamada banker ve sarraf grubu istemeyerek de olsa piyasada yabancı sermaye ile ortaklaşa hareket etmek zorunda kaldılar. Çünkü iç borçlanma aşamasında devletin finansörü olan banker grubu kurulacak merkez bankasının oluşumunda yer alıp piyasadaki etkinliklerini kaybetmek istemiyordu. Fakat sermayenin büyüklüğü yabancı ortaklığını gerektirdiğinden bu zümre yabancılarla ortaklık kurmuş ve Avrupa piyasalarından borçlanılması için kurulacak finans kurumlarında en önemli hissedarları olmuşlardır. (Tezel, 2015, s. 127)

Türk Finans tarihine yönelik literatürde yer alan bilgilere göre Osmanlı Devleti'nde banka kurulmasına yönelik ilk girişimler 1836 tarihinde başlamıştır. Söz konusu tarihte 1828-29 Osmanlı Rus savaşı tazminatının kalan kısmının ödenmesine yönelik İngiliz sermayedarlar istikraz tekliflerinde bulunurlarken aynı zamanda İstanbul'da bir banka kurulmasına yönelik öneriler sunmuşlardır. (Clay, 2000, s. 578) Yine 1838 yılında tüccar bankaları kurulması için çalışmalar yapılmıştır. 50 milyon frank sermayeli ilk tüccar bankasının kurulmak istenmesinin nedeni özellikle kambiyo piyasasına düzen getirmek ve ithalattaki para düzeni ve istikrarını sağlamaktır. (BOA, HAT,1627/11, s. 1-5) (Ortabağ, 2018, s. 17) Bu dönemde İngiliz elçisi Ponsonby banka kurulması için Osmanlı Devleti'ni teşvik etmektedir. 1841 yılında İzmir Bankası ilk ticaret bankası olarak kurulmuş fakat banka Osmanlı Devleti tarafından yabancı ülkelerle iltisaklı olduğu öne sürülerek kapatılmıştır.

Merkez bankası kurulması ile ilgili esas girişimler Kırım savaşı sonrasında başlamıştır. Islahat fermanı ilan edilirken milli bir banka kurmaya yönelik ihtiyaç beyan edilmiştir. Savaş öncesinde devletin yerli sermayedarlara öncelik verilerek ortaklaşa kurdurmak istediği banka projelerinin yerini büyük oranda İngiliz ve Fransız<sup>†</sup> sermayesinin temsil ettiği birçok proje almıştır. Bu dönemde banka kurmak isteyen grupların sayısı 14'e kadar yükselmiştir. (Clay, 2000, s. 30)<sup>‡</sup>

19. yüzyılda dünyada sermaye ihtiyacının artmasına paralel olarak merkez bankalarının yanında ticari bankaların sayısı da artmıştır. Bu banka tipi toplumun çok çeşitli kesimlerinin tasarruflarını değerlendirmelerine yardımcı olmuştur. Sermayesi büyük oranda aile kaynaklarına dayanan aile bankalarının yerini bu dönemde anonim şirketlerin ve bankaların aldığı görülmektedir. Bu tip bankacılıkla ilgili gelişmeler dünyanın her yerinde olduğu gibi Osmanlı Devleti'nde de aynı dönemde görülmeye başlamıştır. Kurulmaya çalışılan bankalar

---

<sup>†</sup> Osmanlı Devleti'nde bankacılık konusunda Fransız ilgisi ilk olarak 1854 yılında İstanbul'a giden Jules Pastore adlı Fransız bir girişimcinin Dersaadet Bankası eski müdürü olan Jacques Allion, Emanuel Baltazzi ve bazı Avrupalı sermayedarlarla beraber bir banka kurma girişiminde bulunmasıyla başlamıştır. Daha sonra 1855 istikrazına aracılık eden Rothschild ailesinin Paris kolu İstanbul'a bir temsilci göndererek (Salomon Rothschild) Milli Banka kurulması için çalışmalar yapmıştır. BOA, HR.TO, 418/234, 18 Nisan 1854, A.AMD, 68-21.

<sup>‡</sup> Ottoman Bank'ın kuruluşunda Pereire kardeşlerin teklifi Fransız anonim şirket usulüne sahip olacak "Banque Générale Ottomane" bankasının protokolü 22 Şubat 1856 tarihinde somutlaşmıştı. Başlangıçta dörtte biri ödenecek 55 milyon frank tutarındaki sermayesi 25 hissedar arasında paylaştırılacaktı. Pereire kardeşlere Fould ve Oppenheim, Baring Kardeşler Firması, Hottinguer et Cie ve Dük de Morny gibi isimler eşlik edeceklerdi. Hatta İngiliz grubuna kendi teşekküllerinin altına girmesi için teklifte bulundular fakat İngilizler kendi denetimleri altında bir proje kurmaya çalıştıkları için bu öneriyi reddettiler ve İngiliz ve Fransız sermayesi Ottoman Bank'ın kuruluşunda ayrı hareket etme kararı aldılar. (Autheman, 2002, s. 20-21)



doğal olarak İngiltere ve Fransa'daki anonim şirket tipleriyle paralellik göstermektedir. (Ortabağ, 2018, s. 12)

Yeni tipte kurulacak olan anonim şirket şeklindeki merkez bankası kurma girişimleri Ottoman Bank'ın kuruluşu sırasında birçok rekabete yol açmıştı. Ottoman Bank'ın kuruluşu sırasında Rothschild ailesi ve Pereire Kardeşlere ait Crédit Mobilier (Autheman, 2002, s. 20-21) grubu ve İngiliz bankerler grubuna ait olan Austen Henry Layard- Glyn, Mills and co. grubu bankanın kurulması için teklifler sunmuşlardır. Sonuç olarak Layard devletin istediği şartlarda ilk merkez bankası teşekkülünü oluşturdu. 13 Haziran 1856 tarihinde Ottoman Bank Galata'da işlemlere başladı. Yeni kurulan merkez bankası İzmir'de, Beyrut'ta ve Galatz'da şubeler açarak ağını genişletti. (Autheman, 2002, s. 24)

Bu dönemde yapılan banka kurma girişimlerinde en büyük engel sermayedarların banka kurmak için gereken sermayeleri toplayamaması ve Babîli açısından banka kurmanın önündeki en büyük engel olarak duran kâimelerin piyasadan çekilememesidir. Kâime Osmanlı'da olduğu kadar bu ülke ile ticari ve mali ilişkileri olan ülkeleri de güç durumda bırakmıştır. Ayrıca Osmanlı para sistemini çökertmiş, fiyatları ve ücretleri istikrardan yoksun bırakmıştır. Bu tarihlerde tedavülden kaldırılacak kâime miktarı 11 milyon lira olarak hesaplanmıştır. Kâimelerin piyasadaki fiyatı ise hemen hemen yarı yarıya düşmüştür. Bu nedenle kâime karşılığı halka %40 nakit, %60 esham-ı cedid denilen tahvil verilir. Ayrıca kâimenin tedavülden kaldırılması için Tebdil-i Kavaim idaresi adıyla bir komisyon kurulmuştur. Kâimelerin tedavülden çekilmesi ancak 1862 yılında C. Deveaux & Co ile Osmanlı Bankası'nın ortaklaşa giriştikleri bir istikrazla mümkün olmuştur. 5,1 milyon sterlinlik bu anlaşma sonrasında Osmanlı Devleti bu meblağın tamamını kâimelerin kaldırılması için kullanmıştır. Böylece Osmanlı Devleti'nin ilk kâğıt parası 23 yıl sonra piyasadan çekilebilmiştir. (Toprak, 2005, s. 236)

1863 yılında Fransız ve İngiliz sermayesi tarafından Ottoman Bank, Bank-ı Osmanî-i Şahane'ye dönüştürüldü. Bu durumla birlikte, Avrupa mali sermayesi imparatorluk içinde bir hayli güçlenmiş oldu. Rakipsiz konumlarını kaybetmekle birlikte, Galata bankerleri kamu ve özel finans alanından kolay kolay vazgeçmediler. Avrupalı mali sermaye gruplarıyla ortaklıklara girerek ve yeni bankalar açarak faaliyet göstermeye devam ettiler. Bu yeni dönemde Osmanlı Devleti de Avrupa mali piyasalarında sattığı uzun vadeli tahvillerin yanında, kısa vadeli gereksinimleri için Galata bankerlerinden yararlanmaya devam etti. (Pamuk, 2008, s. 143-144)

Osmanlı Bankası'nın Bank-ı Osmani'ye dönüştürülmesi doğal olarak Galata bankerleri tarafından hoş karşılanmadı. Kendilerinden daha büyük sermayesi olan ve daha ucuza kredi bulabilen bir oluşum onların geleceklerini tehdit etmekteydi. Ayrıca bu oluşumun devlet tarafından desteklenmesi ve rakipsiz durumu bankerlerin işlerini zorlaştırmaktaydı. Bu aşamada banka idaresi ise bankerlerin piyasadaki

tecrübelerinden yararlanmak istiyordu. Bu amaçla bu dönemde imzalanan 800.000 sterlinlik istikraza önde gelen bankerlerin katılması sağlandı. (Eldem, 1997, s. 52)

Ayrıca Bank-ı Osmanî-i Şahane ‘nin kuruluşu ile para piyasasına bir düzen gelmiştir. Bu dönemde Osmanlı Bankası Babiâli’nin finansman ihtiyaçlarına yetmediği için piyasaya başka aktörler de girmeye başladı. Özellikle 1863 yılındaki borçlanması için Babiâli’nin Londra merkezli Crédit and Finance Company ile anlaşması Osmanlı Bankası ile devletin arasını açmıştır. Bunun sonucunda artan finansman ihtiyacı ve dış ticaretin bu dönemde artması yeni araçların piyasada kurulmasına olanak tanıdı. Ayrıca bu dönemde Osmanlı Bankası tarafından yapılmış olan banknot ihracı Osmanlı piyasasında daha önceden kötü bir şöhret edinmiş olan kâime ihracı nedeniyle çok etkili yürütülemedi. Halkın, Osmanlı Bankası banknotları eline geçince onları bir an önce altın ile değiştirmek istemesi bankayı altın karşılık bulundurma konusunda oldukça zor durumda bırakmıştır. Ayrıca siyasi durumlarda bankanın banknotlarının piyasada azalmasına yol açmıştır. Örneğin; 1870 Fransız-Alman Savaşı ve 1874 yılında Viyana’da baş gösteren mali buhran sonucunda piyasada Osmanlı Bankası’na ait banknot miktarı azalmıştır. (Toprak, 2005, s. 236) Bu aşamada Osmanlı maliyesi diğer kredi kurumları aracılığı ile piyasa da bir rekabet ortamı oluşturarak maliyenin borçlanmasını kolaylaştırmak istemiştir.

### **Şirket-i Umumi ve İtibar-ı Umumi Rekabeti**

19. yüzyılda Osmanlı Devleti’nin içerisinde yer aldığı finans ağı içerisinde iki önemli ailenin sahibi olduğu bankalar Galata Bankalarının kuruluşunda etkin rol oynamışlardır. Saint Simoncu Pereire kardeşler tarafından kurulan Crédit Mobilier Avrupa’da hisse senetlerini toplayarak demiryolu ve altyapı faaliyeti yürüten şirketlere sermaye desteği verilmesi ile tanınmıştır. Bu dönemde bu ailenin rakibi olan Rothschild ailesine ait Société Générale Bankası da aynı şekilde gelişen demiryolu projeleri ve diğer altyapı faaliyetlerinde pazarda etkin bir rol üstlenmiş bir bankadır. İki aile arasındaki bu rekabet Osmanlı pazarında devam etmiştir. Nitekim Pereire kardeşlerin sahibi olduğu Crédit Mobilier, Galata bankerleri ile önemli bir finans kuruluşu olan Şirket-i Umumi’yi kurmuş, Şirket-i Umumi ise merkez bankası olan Osmanlı Bankası’nın kuruluşuna önyak olmuştur.

Osmanlı Bankası’nın merkez bankası olarak kurulduktan sonra piyasadaki pozisyonuna karşı ilk tehdit Frankfurtlu bir Yahudi olan Henry Oppenheim’dan gelmiştir. Oppenheim’a ait olan şirket Avrupa şirketlerinin dışında Osmanlı Devleti nezdinde İskenderiye ve İstanbul’da faaliyetler yürütmekteydi. Ayrıca 1863 yılında *Crédit Foncière Ottomane et Agricole* adlı bir banka kurarak tarım sektörünü finanse edecek bir Morgage bankası kurmayı denediler. Fakat Osmanlı Devleti’nin bu dönemde Arazi Kanunnâmesi üzerinde gerekli düzenlemeleri yapmaması nedeniyle bu girişim başarılı olamadı. (Clay, 2000, s. 102)

Bu emlak ve tarım bankası fikrinin hayata geçmemesi Oppenheim'ı bu defa bir ticaret bankası kurmaya yöneltti. Bu amaçla Şirket-i Umumi Bankası (Société Générale de L'Empire Ottomane) Galata bankerleri ile hayata geçen ilk anonim şirket türündeki banka olarak kuruldu. Bank-ı Osmanî-i Şahane bu iştirake %10'luk bir payla katıldı. Bu ticari banka Osmanlı Bankası ile kurmuş olduğu yakın ilişkiler sayesinde piyasada önemli ölçüde yer edindi. Kurucular arasında Aristide Baltazzi, Bishoffsheim Goldschmidt, Mısırlıoğlu Bogos Bey, Oppenheim Alberti et Cie, A. A. Ralli, Z. Stéfanoviç, Stern, S. Sulzbach, Zarifopoulo et Zafiri, Cristaki Zografos bulunmaktadır. 2.000.000 sterlinlik sermayesi 20 sterlin değerdeki 100.000 hisseden oluşan bankanın, hisse senetlerinin 13.000 adeti Bank-ı Osmanî'ye, 67.000 adeti ise kuruculara aitti. Bunun dışındaki hisselerin 6500'ü İstanbul'da, 26.500 adeti ise Londra'da halka arz edilmişti. Şirket-i Umumi yüksek itibarı sayesinde kısa sürede büyüyerek devlete 50.000.000 franklık borç verebilecek duruma gelmiştir. (BOA, İ.DH. 525/36286, 14 Haziran 1864) (Velay, 1903, s. 120)

Şirket-i Umumi'nin başlıca faaliyet sahası kısa vadeli devlet borçlarına aracı olmaktı. Fakat şirketin dış istikrazlara katılma imkânı yoktu. Fakat her türlü yabancı kâğıdın alım satımı yapabilecekti. İltizam ihalelerine katılma hakkına da sahipti. Bununla birlikte şirket finans ve altyapı alanında yatırım yapacak ortaklıklara katılabilecek ve hisse satışı yapabilecekti. Ayrıca ipotek karşılığı tüketici kredisi ve ticari kredi açma yetkisine sahip olacaktı. Şirket kurulduktan sonra hükümetle 60.000 Osmanlı lirası tutarında bir borç anlaşması yaptı. Para, Tunus'a gönderilmesi gereken 15.000 kese altın ve banker Baltazzi'nin alacaklarının ödenmesi için kullanılacaktı. Avansın vadesi 1865 Nisan ayına kadar olacak ayrıca vade sonuna kadar borca yüzde 10 faiz işletilecekti. Ödemeyi ise hükümet adına Bank-ı Osmanî gerçekleştirecekti. 1870 yılına kadar Osmanlı İmparatorluğu'na büyük miktarda borç veren banka, 1866 yılından itibaren Osmanlı hisse senetlerinin Avrupa piyasalarında değer kaybetmesi sonucunda eski gücünü kaybetmiştir. Kazgan'a göre Şirket, Bahriye Nezareti'ne 400.000 liralık %18 faizli kredi vermiştir. Daha sonra 1875'te Osmanlı piyasasında yaşanan sarsıntıdan dolayı zayıflayan banka 1893'te faaliyetlerine son vermiştir. (Hulkiender, 2003, s. 60)

Crédit Générale Ottoman<sup>§</sup>, (İtibar-ı Umumi) ise Şirket-i Umumi'nin büyük hissedarları tarafından kurulmuştur. Özellikle Yahudi kökenli Camondo ailesinin bu

---

§ İtibar-ı Umumi Osmanlı Bankası'nın (Crédit Général Ottomane) Babıâli'nin finansman ihtiyacını karşılayacak olması Bank-ı Osmanî-i Şahane ile hükümetin arasını açmıştır. Kazgan'ın aktardığına göre hisse senetleri piyasaya sürülmeden önce dahi Crédit Mobilier hisse senedi alınacağı vaat eden kağıtlar piyasada dolaşmaya başladı. Hatta Marsilya'dan İstanbul ve İzmir'e Crédit Mobilier hisseleri satılmak için Mesajeri Maritime vapurları ile getirilmişti. Mesajeri Maritime Kumpanyası çalışanları hisse satışları yaparak büyük kârlar elde etmişlerdi. Nitekim bu rağbet üzerine birkaç yıl sonra Crédit Mobilier ve rakibi Société Generale gruplarına ait banka şubeleri Galata'da kuruldu. Aslında Crédit Mobilier kurulduğu zaman, Rothschild grubuna da hisse alması konusunda telkinde bulunuldu. Çünkü Pereire

organizasyon tarafından dışlanması rekabetin tamamen banka arasında olduğunu göstermektedir. (İpek, 2011, s. 185) Bu rekabet ile kaynaklı olarak Camondo ailesi Galata piyasası üzerindeki etkinliklerini kaybederek Paris'e yerleşmişlerdir. (Kazgan, 1991, s. 126) İtibar-ı Umumi'nin kuruluşunda Şirket-i Umumi ortakları arasında bulunan bankerler yer alacaktı. Zira bazı bankerler yeni kurulan oluşumda yer almak niyetindeydiler. Şirketi Umumi içerisindeki ilk fire Stefanoviç ile gerçekleşmişti. Daha sonra Zafiri, Zafiropoulo ve Christaki Zografos da aynı niyettediler. Fakat bankerler şirketi terk etmeme kararı aldılar. Osmanlı Devleti borçlanması konusunda bu tip bir şirketin kurulmasının rekabeti artıracığı ve bu durumun hazineye yarayacağı belirtilerek olumlu olarak karşılanmıştı. (Hulkiender, 2003, s. 65)

İtibar-ı Umumi adındaki finans kuruluşunda yine Osmanlı Bankası kuruculundan Pereire kardeşler (Autin, 1984, s. 158) \*\* ile Paris'teki meşhur Crédit Mobilier'in ve yine Paris'teki Société Generale de France adlı meşhur banka arasındaki rekabetin bir ürünü olarak ortaya çıktığı da söylenebilir. 31 Ekim 1868 tarihinde Société Generale de France ile Galata Bankerlerinden Tubini, Osmanlı Hükümeti namına 150 milyon frank tutarında Hazine Bonosu ihraç etmek görevini yüklenmelerini sağlayan bir anlaşma imzalamışlardı. Bu kredi kısa vadeli idi, fakat Pereire kardeşlerin o günlerde büyük bir kriz içinde bulunmaları dolayısıyla Osmanlı Bankası, Hükümetin bu teklifine müspet cevap vermemiş ve işi rakiplerine kaptırmıştı. Zaten 1865'te genel borçların konversiyon<sup>††</sup> operasyonunu da yürütmüş olan bu rakipler hazine bonusu olayından da faydalanarak Osmanlı Hükümeti'ne yaklaşmışlar ve böylece 5 Ocak 1869 tarihli ferman ile "Crédit General Ottoman" adı ile Osmanlı finans tarihine geçecek bankayı kurmuşlardı. (Kazgan, 2014, s. 121)

İtibar-ı Umumi Bankası'nın tüzüğü bizzat Bernard Tubini tarafından hazırlanmış ve 23 Ocak 1869 tarihinde Maliye Nezâreti'ne sunulmuştur. 7 Bölüm ve 35 maddeden oluşan tüzüğe göre; banka yurt içinde ve yurtdışında şube

---

kardeşler gibi James Rothschild da III. Napolyon'un desteğini kazanmış sanayi ve finans alanında tekel oluşturmak için beraber hareket ediyorlardı. Fakat Rothschild'ın alabileceği hisselerin sayısının birkaç yüz hisse ile sınırlı tutulması ve borsada satılan senetlerin fazla rağbet görmesi sanayi tekeli elinde bulunduran Rothschild ve ortaklarını tedirgin etti. Sonuç olarak, Rothschild grubu Crédit Mobilier'in karşısına rakip olarak çıkmaya karar verdi. Borsadaki spekülâtorlerden vergi alınmamasını eleştiren ve borsanın resmi bir kurum haline gelmesini isteyen banka, Osmanlı Bankası ile olan borçların denetimi konusundaki rekabeti ile tanınmıştır. (Velay, 1903, s. 316)

\*\* Osmanlı Bankası'nın tüzüğü 4 Şubat 1863 tarihinde bizzat Isaac Pereire tarafından kaleme alınmıştır. Pereire; Fransız Merkez Bankası örnek alınarak hazırlanan tüzükte bankanın merkez bankası olması dışında mevduat ve kredi bankacılığı niteliğinde olmasını öngörmüştür. (Autin, 1984, s. 46)

†† Konversiyon, devletin daha önceden yüksek faiz vererek aldığı borçların daha uygun koşullarda yeniden düzenlenmesidir. Ayrıntılı bilgi için bkz: (İnce, 2001, s. 374-376)

açabilecektir. Ayrıca başta Osmanlı sultanı olmak üzere devlet kurumları için istikraz faaliyeti yürütebilecekti. Bankanın çalışma izni ise 30 yıl olarak belirlenmişti. (BOA., A.DVN.MKL 30/21, 21.05.1306)

Yine tüzüğe göre yönetim kurulu 12 kişiden oluşması kararı alınmış ve her sene yeni bir başkan seçilmesi kararlaştırılmıştır. Ayrıca yönetim kurulu faaliyetlerinin denetlenmesi için iki müfettiş seçilmesi kararlaştırılmıştır. Tüzüğe göre bu müfettişler gerekli incelemeleri yaptıktan sonra yıllık faaliyet raporları hazırlayacak ve genel kurula sunacaklardır. (BOA., A.DVN.MKL 30/21, 21.05.1306, s. 4) Bunun yanında oluşturulacak genel kurula üye olma hakkı için 10 hisse sahibi olmak yeterli görülmüştür. Genel kurul toplantıları yapılmadan önce İstanbul, Paris ve Londra'daki gazetelere ilan verilerek toplantıların tarihleri belirtilecektir. Ayrıca bu toplantılara yönetim kurulunun başkanlık etmesi, gündemi onun belirleyeceği belirtilmiştir. Bununla beraber genel kurul raporları açıklandıktan sonra yönetim kurulu için ibraz oylaması yapılacağı belirtilmiştir. (BOA., A.DVN.MKL 30/21, 21.05.1306, s. 5-6)

İlk yönetim kurulu; Tubini, Parisli banker Blount, İstanbul Darphane Müdürü Mihran Düz, Paris Ticaret Odası Başkanı G. Deniere, Fransız Merkez Bankası yetkilisi Victor Fere, Parisli Kambiyo ajanı F. Ganneron, Galata Bankerlerinden Köçeoğlu Agop, J. Lorando, Mısırlı Andon, M. Couturier<sup>††</sup>, Parisli banker Koenigsvarter ve Paris-Lyon ve Akdeniz Demiryolları genel müdürü P. Talabot'dan oluşuyordu. Bankanın yönetim kurulu da Fransız sermayesini temsilen Société Générale tarafından belirlenmişti. (Kazgan, 1991, s. 164) Bankanın sermayesi, yarısı ödenmiş olmak üzere her biri 500 frank değerinde 100.000 hisse senedinden oluşuyordu. Şirketin İstanbul'da 20 bin hisselik ilk halka arzı başarılı bir şekilde gerçekleşmiştir. Kuruluş aşamasında nominal sermayenin %25'inin faaliyete geçtiğinde ise sermayesinin %50'sinin ödenmesi şart koşulmuştur. (BOA, A. DVN.MKL 11/3, H. 27.07.1289)

Banka yerel tüccarlarla ilişkilerinde genelde gayrimüslim kimselerden yararlanmıştı. Bu durumla ilgili en iyi örneklerden biri, İstanbul'un ünlü bankerlerinden Glavary ailesi ile olan ilişkileridir. Banka o dönemin ünlü ailesinin sahip olduğu hanı, 1890 yılında satın almış, aynı zamanda ailenin üyelerinin birçoğu bankada ve Fransız sermayesinin bağlı olduğu şirketlerde çalışmışlardır. (Ergüder, 2011, s. 265)

---

<sup>††</sup>Gustave Couturier (Smyrne, 1813-Paris, 1889): Paris'te Osmanlı Genel Kredisi'nin (Crédit Générale Ottomane) müfettişidir. Talabot ve Société General'e olan yakınlığı, 1865'te Société Générale de Transports Maritime à Steam'de (Şirketi Umumi Buharlı Deniz Taşımacılığı) başlamış ve Société Industrielle Franco-Russe'da (Fransız-Rus Endüstri Şirketi) (1872) devam etmiştir. Ayrıca Talabot'un Paris-Lyon-Akdeniz üzerinden dahil olduğu Route de Beyrouth et Damas'ın (Şam-Beyrut Karayolu Şirketi) yönetim kurulu başkanıdır. (Le Messenger de Paris, 17 Aralık 1869, n: yok, s. 5)

İki şirket Avrupa sermayesinin desteğiyle birçok dış borç faaliyetinde Osmanlı Devleti'ne aracı olarak kâr elde etmek için rekabet etmişlerdir. Ayrıca piyasada farklı endüstri teşebbüslerinde rekabet içerisine girmişlerdir. Özellikle Demiryolu yapımı bu süreçte en fazla kâr getiren endüstri yatırımı olduğu için iki şirketin bu tip kurulan şirketlerle birçok ilişkileri olmuştur. Bu iki önemli kredi kuruluşu aralarındaki her ne kadar rekabet olsa da yatırım için kârlı şirketler olmuşlardır. "Crédit General Ottoman" istikraz isinde pek umduğunu bulamamasına rağmen, rakibi "Société Generale Ottomane" ile maliye ve diğer vekâletlerle yaptıkları küçük fakat kârlı işlerle ortaklarına Avrupa'da en yüksek temettü dağıtan banka teşekkülleri olarak tanınıyorlardı. Bu iki banka hükümetin adeta kasası durumuna gelmişlerdi. Hatta Sultan Abdülaziz'in devrilmesinde bile rol aldılar. (Kazgan, 2014, s. 84)

Dönemin gazetelerinde Osmanlı Bankası ile Crédit Générale Ottoman arasındaki rekabetin temettü fiyatlarına da yansıdığı görülüyordu. İki banka da hisse sahiplerine fazla temettüler ödeyerek yanlarına çekme çabasındaydılar. Söz konusu haberde; "*Crédit Générale Ottoman, Osmanlı Bankası'nın gerisinde kalmamaya ve hissedarlarına güzel bir temettü sunmaya isteklidir. Bu 30 franklık bir temettüdür. 580 franklık hisselerin, 250 frankı ödenmiş ve kâr oranı 10 civarında olacaktır. Ayrıca Crédit Générale Ottoman'ın sermayesini ikiye katlamak bir olasılık dahilindedir. Ve tanınmış bir finansçı şu anda bu meseleyi müzakere etmek için İstanbul'da görüşmeler yapmaktadır.*" (Le Globe, 11 Mart 1872, n: yok, s. 4)

Osmanlı Şirket-i Umûmisi ve İtibar-ı Umûmi şirketlerinin sağladığı bu Osmanlı borçlarının finansmanı rekabeti sayesinde, doğrudan yabancı yatırımları ve altyapı şirketlerinin kuruluşları hızlanmıştır. (Ergüder, 2011, s. 357) Aynı zamanda, 1875 krizinin patlak vermesinde, bu iki şirketin borçlanma konusundaki rekabetinin de etkili olduğu söylenebilir. Şirket-i Umûmi, belli aşamadan sonra borç alıp verme konusunda İtibar-ı Umûmi Şirketi'ni geride bırakmıştır. 1875 yılından sonra Osmanlı Bankası ile ilişkilerini geliştiren Société Générale (Şirket-i Umumi), banka ile borç verme ilişkilerinden başka ortak teşebbüslere girer. Örneğin; Osmanlı Bankası ve Société Générale Tarabya Oteli'ni satın almak için girişimde bulunmuşlardır. (archives.saltresearch.org)

### **Crédit General Ottoman (İtibar-ı Umumi) Bankası'nın Katıldığı İstikrazlar ve Mali Tablosu**

Şirketin aracı olduğu borç anlaşmaları dönemin gazetelerinde ayrıntılı olarak anlatılmıştır. İlk olarak İtibar-ı Umumi Bankası tam olarak faaliyete geçmeden önce Osmanlı Devleti dış borçların ve Esham-ı Umûmiye'nin ödenmesi için Société General ile kısa süreli hazine bonusu ihraç anlaşması yapmıştı. Nitekim 1867 borç anlaşması hakkında Fransız bültenlerinde ayrıntılı bilgiler veriliyordu. Haberde 55.000.000 frank tutarındaki borç anlaşması için 124.000 Osmanlı bonusu ihraç edildiği belirtiliyordu. Ayrıca bu operasyonda Société Générale,

Konstantinopolis'in G. Tubini ve oğulları firması ve Paris finans gruplarıyla ortak hareket etmişti. Üç yıl içinde geri ödenecek olan bu kredi, 31 Ekim 1868'de İstanbullu M. Tubini, Société Générale ve Türk hükümeti arasında imzalanan bir sözleşmeyle düzenlendi. Yeni antlaşma şartlarına göre, Société Générale tarafından yapılan avans, 150.063.985 frank nominal değerinde olacak ve tamamı kurumlar tarafından iskonto edilecekti. Ayrıca borcun geri ödenmesi antlaşma gereğince, altı aylık süreler 30 Nisan 1869'dan 31 Ekim 1873'e kadarki aşamalı olarak düzenlenmiştir. Faiz ve geri ödeme hizmeti, aşağıda listelenen vilayetlerin yıllık gelirleri ile garanti edilmektedir:

**Tablo 1:** Borçlanma İçin Vilayetlerin Ödeyeceği Miktar

	Türk Lirası	Frank
<b>Tuna Vilayeti</b>	975.000	22.425.000
<b>Edirne Vilayeti</b>	715.000	16.445.000
<b>Selanik Vilayeti</b>	480.000	11.040.000
<b>Koyun ithalatı</b>	510.000	11.730.000
<b>Yıllık Miktar</b>	2.680.000	61.640.000

Kaynak: La Presse, 4 Mart 1869, n: yok, s. 5

Söz konusu haberde toplam ihracın, 500 frank üzerinden itfa edilebilir 300.000 kuponu içerdiği söylendi. Ve beş yıla veya on altı aylık taksitlere yayıldığı bilgisi veriliyordu. Ayrıca söz konusu haberde yapılan anlaşmanın detayları şöyle belirtiliyordu: *Alacaklılar ilk altı vade için 176.000 hisse paylaşarak aboneliğe konu olmama taahhüdünde bulundular. Bu nedenle, bugün halka sunulan kuponlar yeni bir kamu aboneliğinden kaynaklanabilecek her türlü amortismanı karşılayacaktır. Teminatın amacını oluşturan gelir, en geniş temellerde oluşturulmuş, imparatorluk fermanı tarafından yetkilendirilmiş ve en etkin şekilde temsil edecek 50 milyon sermayeli halka açık bir limitet şirket olan Crédit Générale Ottomane tarafından tahsil edilecektir.* (La Presse, 4 Mart 1869, n: yok, s. 5)

Şirket kurulduktan sonra Osmanlı Devleti ile yapmış olduğu ilk borç anlaşmasını yukarıda belirttiğimiz gibi 1871 yılında gerçekleştirmişti. Hazinenin her geçen gün Galata Bankerlerinden yüksek maliyetlerle avans alması hükümeti zor duruma düşürmüştü. 1871 yılında hazine alacaklılarına karşı yükümlülüklerini getirmeyemedi. Ayrıca Fransa ile Prusya arasında çıkan savaş Avrupa piyasasından borç bulmayı zorlaştırıyordu. Bu kötü piyasa koşullarında şirket ilk istikraz anlaşmasını bir grup İngiliz sermayedarla birlikte gerçekleştirdi. Bu anlaşmada İtibar-ı Umumi ile Louis Cohen et Cie, Dent Palmer Şirketi bulunmaktaydı. Anlaşmaya göre Osmanlı Devleti'nin eline geçecek meblağ 5,7 milyon sterlin (142.500.000 frank) tutarındaydı. Teminat olarak ise Mısır vergisi gösterilmişti. (Velay, 1903, s. 183)

İhraç edilecek tahviller 1000, 500, 100 ve 20 sterlinlik olarak düzenlenmişti. Tahvillerin ihraç fiyatı %73, faiz miktarı %6, amortismanı %1'di. Tahviller aynı anda hem Londra'da hem de İstanbul'da satışa çıkarıldılar. Fakat İstanbul'da tahvillere fazla talep olmamıştı. Bankerler istikrazın üçte ikisini maktu olarak üstlenecek, geri kalanı tahvil satışlarından karşılanacaktı. Sözleşme imzalandıktan sonra bankerler borçlanma şartlarında değişikliğe gitmek ve istikrazın maktu olarak teslim edilecek kısmını üçte ikiden üçte birine indirmek istediler. Böylece tahvil satışının bütün riskini devlet üstlenecekti. Borçlanmadan Hazine'nin eline 1,2 milyon sterlin geçti. (Velay, 1903, s. 184)

Bu dönemde Şirket, Osmanlı Devleti özelinde prestij kazanmak amacıyla finans piyasasının dışında çeşitli yardım faaliyetleri düzenlemişti. Yine dönemin gazetelerinde şirketin 1870 Pera yangınında göstermiş olduğu hayır işleri de haber olmuştu. Habere göre; Crédit Générale Ottomane İstanbul Pera'daki yangının birçok kurbanı lehine bir yardım hesabı açmış ayrıca kıyafet ve eşya yardımı yapmak isteyenler için Galata Şubesi'nin adresini vermişti. Yapılan yardım çalışmaları şirketin Osmanlı ve Avrupa piyasalarında iyi bir üne sahip olmasına vesile olmuştu. Ayrıca şirket borç ilişkilerinden ziyade tütün işletme konusunda imtiyaz çalışmalarına başlaması şirketin hisse senetlerinde ciddi artışlar meydana getirmişti. Bugüne kadar çok az ilgi gören bir teminat olan Crédit Générale Ottoman hisseleri fiyatlarını bu yardım kampanyaları sayesinde 580 franka kadar çıkarmışlardı. Ayrıca Banka sermayesini iki katına çıkarmak için İstanbul'da görüşmeler yapmaya başladı. (L'Univers, 20 Haziran 1870, n: 1138, s. 4)

Bu gibi iyi yansımalara rağmen Şirket 1872 yılında yapmış olduğu borç anlaşması öncesinde bazı Fransız ticari bültenleri tarafından eleştiriliyordu. Özellikle Sultan'ın bu borç anlaşması öncesinde ekonomi üzerinde güzel konuşmalar yaptığı fakat harcamaların saray yapımı gibi fuzuli işlere harcandığını bu yüzden iflasın yakın olduğu konusunda haberler yapılmaktaydı. Söz konusu yeni konsolide edilmesi gereken (vadesi uzatılan) 1872 borçlarının İngiliz Tahvil Hisseleri doyumuna ulaştığı için Fransa Borsası'ndan Crédit Générale Ottoman tarafından yapılmaya çalışıldığı fakat bu durumun Fransız halkının yararına olmayacağı, Société General'in %20 kâr sağlamak amacıyla girmiş olduğu bu konsolide anlaşması için *kuyuya taş atmaktan* farklı olmadığı konusunda yorumlar yapılmaktaydı. Peru ve Rus kredileri örnek alınarak yapılacak bu konsolide anlaşmasının iflastan önceki son Osmanlı borç anlaşması olduğu söyleniyor. Ayrıca Fransız sermayesinin bu anlaşmaya girmemesi ve Paris Borsası'nda toplanacak hisseler yerine Fransız sanayisine yatırım yapılmasının daha iyi olacağı vurgulanıyordu. (Le Crédit, 17 Haziran 1872 n: 24 s. 1)

Fakat ilerleyen dönemde Osmanlı Bankası bu işlemin tek başına Société Generale ve yan kuruluşu Crédit Générale Ottoman tarafından yapılmasını önlemek için kendisinin de dahil edilmesini istedi ve 1872 konsolide borç anlaşması bu şekilde gerçekleşti. Dönemin gazeteleri borç anlaşması için "*Viyana Avusturya-*



*Osmanlı Bankası* (Akgüç, 1992, s. 108)<sup>§§</sup>, *Osmanlı İmparatorluk Bankası ve Konstantinopolis Kredi Generali ile Rumeli demiryollarının tamamlanması ve küçük Asya demiryollarının inşası için 50 milyon Türk lirası krediyi imzaladı.*” Şeklinde haberler yapmaktaydı. (Le Temps, 9 Nisan 1873, n: 4378, s. 1)

278.155.000 franklık bu borçlanmanın faiz oranı %9’dü. 1000, 500, ve 50 frank olarak piyasaya sürülen bonolar A, B ve C olarak ayrılmış, A serisinin vadesi 13 Temmuz 1876, B serisinin vadesi 13 Temmuz 1877, C serisinin vadesi ise 13 Temmuz 1878’di. Bu borçlanma için Edirne, Selanik ve Tuna vilayetleri gelirleri ile Anadolu Ağnam vergisi teminat olarak gösterilmişti. (Hulkiender, 2003, s. 194)

Le Messenger de Paris gazetesinde çıkan habere göre; Şirketin 1871-1872 yılına ait finansal raporları mevcuttu. Şirketin 3. genel kurulu 7 Nisan 1873 yılında finansal durumu görüşmek üzere toplanmıştı. Théodore Tubini başkanlığında 48.900 hissenin temsil edildiği toplantıda hissedarların büyük bir çoğunluğu bulunmuştu. Şirketin finansal durumunu inceleyecek müfettişlerin seçimi Bay Vlasto ve Bay Eugenides tarafından belirlendi ve Bay Escalon sekreter olarak seçildi. Toplantıda genelde şirketin yapmış olduğu endüstriyel faaliyetlerin Osmanlı ekonomisi için önemi vurgulanmıştı. Özellikle tramvay ve omnibüs<sup>\*\*\*</sup> yatırımları ve demiryolu finansmanına şirketin yapmış olduğu katkılar sayesinde Osmanlı topraklarında ekonomik refahın gelişeceği vurgulanmaktaydı. Ayrıca şirket sermaye piyasasındaki rolü sebebiyle kredi faizlerinde genel bir iyileşmeye sebep olduğunu düşünmekteydi. Yıllık faiz %15 seviyelerinden %10’a düşmüş ve kademeli olarak düşeceği belirtiliyordu. Şirket özellikle imparatorluk hazinesi ile ilgili yapmış olduğu kredi anlaşması sayesinde kârlı bir dönem geçirdiğini belirtiyor. 1870-71 dönemi ile ilgili finansal durumunu şu şekilde açıklıyordu:

1. 10 Ekim 1870’ten itibaren Osmanlı Devlet Hazinesi tarafından şirketimize ödenmiş olan 30.000.000 franklık kredi tutarı mevcuttur. Bu kredinin süresi 10 Ekim 1872 tarihinde dolmuştur. Ayrıca şirkete ana para ve faiz olarak ödenmiştir. Bu kredi iştirakine katılan tüm katılımcıların alacakları ödenmiştir.

2. 1871 tarihli Osmanlı Kredisi: 5.700.000 Türk lirası %6 faizli bu kredinin 1/3’ü ile şirket ilgilenmiştir. Bu nedenle bu işlem için şirket bir önceki yılın bakiyesini kullanmayı karar verdi. Bu kredinin geri dönüşümü ile %17,40 yıllık ortalama bir kârla bu mali yıl bitmeden payını tasfiye edebilmiştir. Bu durumun şirket için parlak bir durum olduğu vurgulanmaktaydı.

3. 1868 yılı Hazine Tahvil Servisi: Bunun yanında 1868 yılına ait hazine tahvillerinin amortisman ve faiz hizmetleri şirket aracılığı ile Paris, Londra ve

<sup>§§</sup> Austrian-Ottoman Bankası 2,5 Milyon sterlinlik sermaye ile 1871 yılında kurulmuştur. Bankanın kurucuları arasında İtibar-ı Umumi Şirketi ile Crédit Anstalt, The Anglo Austirian Bank bulunmaktadır (Akgüç, 1992).

<sup>\*\*\*</sup> Şehirlerde yolcu taşıyan atlı araba.

İstanbul'da herhangi bir problemle karşılaşmadan gerçekleştirildi. Bu kredinin geri ödenmesi için ise iki taksitin kaldığı belirtiliyordu.

4. Ayrıca 10.000.000 sterlinlik hükümet için istenilen avansın 1872 yılında %9 faizle hükümete hazine bonosuna dönüştürüldüğü bilgisi veriliyordu. İlk etapta yapılan bu anlaşmaya kamuoyu tarafından memnuniyetle karşılansa da bu finansal işlem Londra piyasasında kabul görmedi. Daha sonra yapılan görüşmeler sonucunda bu işlem Londra Borsası'nda kabul gördü. Dolayısıyla 1872 Osmanlı bonosu ile ilgili yapılan bu anlaşma Osmanlı menkul kıymetleri açısından önemli bir yer tutmaktadır.

31 Ekim 1872 itibarıyla şirketin yıllık rezervleri şu şekilde açıklanmıştır. “Şirketimizin 1871-72 yılı itibarıyla yasal rezerv miktarı 19.765,05 lira, Olağanüstü rezerv olarak 53.025, 29 lira olarak gerçekleşmiştir. Bunun yanında şirket yönetimi yönetim kurulundan yasal rezerve ek 32.439,58 lira ayrılmasını talep ederek yasal rezervi 68.482,30 lira olması sağlanmıştır. Yasal rezerve verilecek bu yetki ile şirketin ofislerin içinde yer alacağı otel arazisi alımı ve yapımı için kullanılacaktır. Bunun yanında şirketin toplam sermayesi ile toplam hisselerin %29,74'ü yani hisse başına 2,9414 lirası ödenmiştir. Yönetim kurulu raporuna göre şirketin yıllık hesapları şu şekilde açıklanmıştır.

*Şirketin aktif bilançosu (Türk lirası)*

Ödenmemiş sermayenin %50 hissesi 1.100.000 00, Kasa 284.420 41, Portföy menkul kıymetleri 449.699 51, Rehinli avanslar 389.527 89, Osmanlı hazinesi rehinli hesaplar 331.498 57, 1872 tarihli Osmanlı Hazine kuponları miktarı 1.253.083 15, Mali iştirakler 1.267.874 27, Genel hesaplar ve muhtelif borçlular 639.423 25, toplam aktif bilanço: 5.834.375 49

*Şirketin Pasif Bilançosu (Türk lirası)*

Yasal yedek Rezerv (Değer: 31 Ekim 1872) 53.015 29, Faiz ve temettü kuponları (önceki yıllar) 684 04, 31 Ekim 1872 itibarıyla faiz kuponu (Ödemelerde %6'da bir yılı temsil eder.) 66.000 00, Sabit vadeli muhtelif mevduatlar 269.128 78, Mevduatlar mevcut Osmanlı İmparatorluk Hazinesi; 1.100.000 avans hesabı 624.799 14, Osmanlı imparatorluk hazinesi; 1868 Hazine Bonosu hizmet hesabı 762.673 29, Yurt dışı hesaplar 1.357.356 30, Genel hesaplar ve çeşitli alacaklılar 124.901 64, Karlar ve zararlar 253.490 60. Toplam Pasif Bilanço: 5.834.375 49.”

Şirketin yıllık Kâr ve Zararı ise şu şekilde gerçekleşmişti:

BORÇ: Genel giderler 18.008 58, 31 Ekim 1862'de hissedarlara hisse başına 66 frank. (11.Lt.'ye %6 ödenen 1 yıl) oranında ödenen faiz 66.000 00 frank, net kârı temsil eden bakiyedir. Esas sözleşmenin %30'u 253.490 60, Kanuni yedek akçe, %5 12.674 53, Yöneticilere %10 25.349 06, Hissedarlara, Hisse başına 2 lira üzerinden 200.000 00, Kullanılabilir bakiye 15.467 01 Toplam: 253.490 60.

KREDİ: 1871 yılı brüt karı 337.499 18, Net kar ise 253.490 60 olarak açıklanmıştır. (Le Messenger de Paris, 8 Haziran 1873, n: 24, s. 4)

Banka bu anlaşmadan sonra 1873 yılındaki istikrazında da yer almıştır. Dersaadet Bankası ve Crédit Mobilière'in ortak olduğu istikraz 2,7 milyon sterlinlik bir anlaşmadır. Yüzde %6 faizli ve %54 ihraç fiyatı olan bonolar piyasaya sürülmüştür. Bu anlaşma için Anadolu ağnam vergisi ve İstanbul tütün inhisarı varidat fazlası teminat olarak gösterilmiştir. Bu istikraz için İstanbul, Londra ve Paris'te piyasaya sürülen bonolar çok rağbet görmemiş ve emisyon başarılı olmamıştı. (Rapport Du Censeur De Paris Au Comité De Paris Du Conseil D'administration Du Crédit Général Ottoman, 1873)

Bunun yanında banka 1874 tarihli %5 faizli Osmanlı Konsolide anlaşmasına 250.000 lira ile katılmıştır. 1875 tarihli %7 Faizli Mısır İstikrazına belli bir oranda iştirak etmiştir. Bunlarla beraber Demiryolu inşaatı için %5 faizli 50.000.000 lira istikraza Osmanlı Bankası ile katılmıştır. Ayrıca bankanın Rumeli Demiryolu Sendikası'nda görev almış, Peru Hükümetini bonolarına 1.000.000 franklık yatırım ve 1872 Tarihli %5 Faizli Peru Hükümeti istikrazında emisyon ihracında görev almıştır. (Kazgan, 1997, s. 253-254)

#### **Crédit Générale Ottoman (İtibar-ı Umumi) Bankası'nın Tasfiye Süreci**

Devlet 1875 yılında borçlarını ödeyemez duruma gelmişti. Bu durum devlete kısa vadede borç veren bankayı oldukça zor durumda bırakmış, banka kısa zaman sonra tasfiye sürecine girmişti. Kazgan, 1875 yılından sonraki durumu şu şekilde ifade ediliyordu. “Galata Bankerlerinin şirketi olan Crédit General Ottoman'ı kısa bir zamanda çok kötü duruma düşürdüğünü hatırlatmak isteriz. Hükümete verdiği kısa vadeli avanslar ile ün yapan bu banka itibarı sayesinde o zamana kadar hiçbir mali sıkıntı ile karşı karşıya kalmamıştı. Bu avanslar karşılığı özellikle Londra piyasasına çektiği kredilerle devamlı olarak yeterli bir likiditeyi muhafaza edebiliyordu. Fakat bu son işte umulmadık bir krize girmişti. Bu sebeple de Sadık Paşa hakkında kısa bir zamanda yayılan ithamların bir kısmının Tubini, Köçeoğlu Agop, Mısırlı Andon, Mihran Efendi gibi bu bankanın ortak ve yöneticilerinden kaynaklandığını iddia edebiliriz. Daha evvelki bahislerde açıkladığımız gibi bu bankanın Blount ve Guillaume Deniere gibi Fransız ortakları da vardı. Bunlar Paris'te bu kredi işi tezgâhladığı zaman Sadık Paşa'nın Haussmann Bulvarı'ndaki evinin devamlı konukları idiler. Herhalde Sadık Paşa'ya Comptoir d'Escompte hisselerini rehin vererek borç alma işini bunlar tavsiye etmişlerdi. Bu gibi ihtilafların mahkemelere düşmesi olağandı. Zira o yıllarda Paris Adliyesinde finans davaları, mahkemeleri en çok meşgul eden davalar idi.” (Kazgan, 1991, s. 130)

Şirketin 1875 yılında Osmanlı Devleti'nin moratoryum ilanından önce yapmış olduğu genel kurul ise 18 Nisan 1875 tarihinde İstanbul'da yapıldı. Dönemin gazetelerinde “Yönetim kurulu raporu, önemli ölçüde iyileşmiş bir durumu

göstermektedir. 1874 yılı, bir önceki yıla göre daha iyimser bir şekilde tamamlanmıştır. Bu yıl şirketin Osmanlı Hazinesiyle olan önemli taahhütleri beklenenden daha iyi şartlar altında kısmen tasfiye edildi. Yönetim kurulu geçen yıl alınan ihtiyatlı tedbirlerden uzaklaşıp olağanüstü yedek rezerv olarak 76.000 TL'lik meblağı hissedarlara dağıtabileceğine inanıyordu. Yönetim kurulu kendisine sunulan tüm önerileri onayladı. Dolayısıyla, 1874 mali yılı için toplam temettü hisse başına 1,60 liraya ulaştı. Toplamda ise 5.511 lira temettü dağıtılmasına karar verilmiştir. Şirketin olağanüstü rezerv 2.161 lira olarak belirlenirken, toplam rezervler şimdi 130.666 liraya ulaşmıştır. Bu meblağ hisse başına 1.30 Türk lirasına tekabül etmektedir. (La France, 8 Temmuz 1875, n: yok, s. 3) Fakat kısa zamanda gerçekleşen Moratoryum ilanı şirketin zor duruma düşmesine neden olmuştu. İtibar-ı Umumi yönetiminin 1 Kasım tarihli resmi raporunda, imparatorluk hükümetinin son dönemde aldığı mali tedbirler sonucunda, kamu fonları ve şirketin portföyünü oluşturan menkul kıymetlerin ciddi bir değer kaybı yaşadığı tespit edildiği belirtiliyordu. Ayrıca şirketin 30 Ekim tarihli toplantısında yönetim kurulunun durumu inceledikten sonra sermayenin sağlam kaldığını kabul ettiğini; ancak portföyün gün içinde değerlenmesinden kaynaklanan geçici zararın, rezervlerin çoğu ile yıl kârını da absorbe ettiği belirtilmişti. Bu karşılıkların geri kalanı, 31 Ekim 1875 tarihinde ödenmesi gereken faiz kuponunun ödenmesi için gerekli olan 66.000 Türk lirası tutarının oldukça altında kaldığı için, yönetim kurulu bu ödemenin ertelenmesine karar verdi. (Le Globe, 7 Kasım 1875, n: 113, s. 2)

Şirketin bir yıl sonraki yönetim kurulu toplantısında bazı yükümlülükleri ortadan kaldırmak ve şirket hesaplarını yönetim kurulu üyelerine sunmak amacıyla yapılmıştır. Bu dönemde şirket 80.000.000 franklık İspanyol Birliği adı altında iştirakini 3.839 Türk lirası kârla tasfiye etmiştir. Ayrıca 1874 Osmanlı borç kredisindeki payını da 8.552 lira kâr ile başka bir kuruma devretmiştir. Şirketin yönetim kurulu raporlarına göre 1875 yılına ait kâr ve zarar hesabı 104.380 Türk lirası borç bakiyesi göstermektedir. Genel giderler 12.402 lira eklenince toplam zarar 116.782 liradır. Yönetim kurulunun 3.883 Türk lirası kanuni yedek akçe altında mevcut bakiye bırakan ihtiyat akçesi tutarının mahsup edilmesini önerdiğine karar verilmiştir. (Le Messenger de Paris, 23 Haziran 1876, n. yok, s. 3)

Bu arada devletin ödemelerini yapamaması üzerine şirket devlet hazinesi ile ilgili vermiş olduğu avanslarda indirimle giderek ödemeleri düzenleme yoluna gitti. Dönemin gazetelerinde şu şekilde haberlere rastlanmaktadır. "İtibar-ı Umumi hissedarları genel kurullarını 20 Haziran'da Galata'da gerçekleştirdi. Raporda, konseyin, şirketin Osmanlı Hükümeti'ne yaptığı avans miktarını azaltmak için çaba sarf ettiği belirtiliyor. Bu aşamada devletin borcu 1.033.981 liraya düşürüldü. Bu meblağın 87.843 poundu birinci taksit, 532.739 poundu ise ikinci taksit olacak şekilde belirlendi. 22 Kasım 1879 tarihli anlaşma uyarınca ve bu anlaşmanın feshedildiği şartlar sayesinde, İtibar-ı Umumi Şirketi bu miktar için %5 oranında tahvil bulundurulacaktır. Bu tahviller ilerleyen dönemde pazarlık konusu olabilecektir. Şirketin yıllık faaliyetlerine bakıldığında ise kâr ve zarar hesabı

107.788 lira; genel giderler ise 6,736 sterlin idi. Net kârın bakiyesi olağanüstü yedeğe taşınmış olup, kuponun ödenmesi cari yıl sonuna kadar ertelenmiş, bu tarihte iki kupon birlikte ödenmesi kararlaştırılmıştır. 1880'in sonunda şirket 23.000 hisseye sahipti. Bu rakam 25.000'e çıkarıldı. Sonuç olarak şirket fonu dörtte bir yani 1.100.000 yerine 825.000 TL azaldı.” (Le Globe, 11 Ağustos 1882, n. 134, s. 2)

Şirketin bir sonraki yönetim kurulu toplantısı 23 Ağustos 1883 Perşembe günü İstanbul'da yapıldı. Yönetim kurulu raporunun okunmasının ardından, şirket yönetimi 31 Ekim tarihinde sona eren yıla ait hesapları onayladılar. Ayrıca yönetim kurulu 31 Ekim'de ödenen faiz tutarı düşüldükten sonra 47.000 lira kâr bakiyesinin olağanüstü yedek akçeye aktarılmasını onayladılar. Daha sonra şirket tüzüğüne 30. ve 31. maddeleri değiştirildi. (Le Capitaliste, 5 Haziran 1883, n: 36, s. 561)

Osmanlı İtibar-ı Umumi Şirketi 2 Nisan'da 1884'te yıllık toplantılarını gerçekleştirdiler. 1883 yılı hesapları onaylandı ve o yıl için temettü ödemesi hisse başına 55 kuruş olarak belirlendi. Ocak 1884 itibarıyla 25 kuruş ve 1 Temmuz'dan itibaren 30 kuruş olacak şekilde temettü ödemelerinin gerçekleştirilmesi kararlaştırıldı. Meclise okunan yönetim kurulu raporunda 1883 mali yılında yönetim kurulunun ana endişesinin kendisine emanet edilen fonların güvenli ve emniyetli kullanımı olduğunu belirtiyordu. Şirket, Osmanlı tahvil sendikası içerisindeki payını yavaş yavaş tasfiye etmeye karar vermiştir. Bunun sonucunda 22.297 tahvil şirket portföyüne girmiştir. Geçtiğimiz mali yıl içinde şirketin doğrudan avanslarından biriyle ilgili olarak imparatorluk hükümeti ile yapılan bir işlemin ardından, şu anda 430.050 hazine bonusu vardır. (La Cote de la Bourse et de la Banque, 2 Temmuz 1884, n. 84, s. 3)

Aynı yıl İtibar-ı Umumi Şirketi Osmanlı Hükümeti'ne 3.000 lira bir avans verdi. Bu meblağın %80'i nakit olarak devlete verilmiş, %20'si ise eski borcun tazminatı olarak sayılmıştır. Dönemin gazetelerinde Osmanlı Devleti'nin bu ödeme şeklinin genelleştirerek dalgalı borcun tamamen ortadan kalkmasını kademeli olarak gerçekleştirmeyi istediği belirtilmekteydi. ( La Cote de la Bourse et de la Banque, 25 Ağustos 1885, n. 107, s. 2)

Bu gibi finansal düzenlemelerden sonra şirketin 1875 krizinden hızlıca kurtulduğu ve toparlanmaya başladığı görülmüştür. Şirketin bu durumu finansal raporlara da yansımıştır. Şirketin bir sonraki yıllık toplantısı 22 Nisan'da yapıldı. 1884 yılı hesapları onaylandı ve o yıl için temettü, 1883'teki 55 kuruşa kıyasla hisse başına 60 kuruş olarak belirlendi. 1884 mali yılının sonuçları kendi içinde tatmin edici olduğu açıklanmıştır. Ayrıca şirketin önemli bir nakit akışına sahip olduğu vurgulanmıştır. Aynı şekilde 1885 yılının da finansal açıdan iyi geçeceği vurgulanmıştır. Bunun yanında şirket geçtiğimiz yıldaki başarılı portföyü sayesinde önemli nakit kaynaklara sahip olmuştur. Bunun yanında taahhüt edilen avansları garanti eden menkul kıymetler fazlasıyla yeterli marjlara sahiptir ve yönetim kurulu şirketin sınıai, mali hesaplarını ve gayrimenkullerinin değerlerini bildirmiştir. (La Cote de la Bourse et de la Banque, 29 Ağustos 1885, n: 107, s. 2)

Şirketin durumuyla alakalı olarak dönemin gazetelerinde yeni borç anlaşmaları hakkında haberler çıkmaktaydı. Bu haberlere göre hükümet ile İtibar-ı Umumi arasında 100 bin lira avans karşılığında imzalanacak bir sözleşme hazırlama sürecindedir. Bu avans Maliye Bakanlığı'nın geçtiğimiz günlerde İtibar-ı Umumi'ye 75.000 pound tutarında Osmanlı Bankası menkul kıymeti olarak kredi talebi üzerine ödeme taahhüdünde bulunduğu şartların bir parçasıdır. Ayrıca yapılacak anlaşmaya göre 100.000 poundluk avans, önümüzdeki yıl eyaletlerden gelen verdilerle güvence altına alınacağı belirtilmiştir. (La Cote de la Bourse et de la Banque, 9 Aralık 1886, n: 171, s. 2)

Bu gelişmelerle beraber şirket, Osmanlı Devleti ile Rumeli Demiryolu Şirketi arasındaki şirketin devri konusundaki problemlerle arabulucu rolü üstlenmişti. Özellikle dönemin gazetelerinde Baron Hirsch ile Osmanlı Devleti arasındaki şirket hesapları konusunda var olan anlaşmazlığın giderilmesi için Osmanlı Bankası Genel Müdürü Bay Foster ve İtibar-ı Umumi Bankası'nın Müdürü Bernard Tubuni'nin hesapları incelemek için aracı oldukları vurgulanıyordu. Halihazırda aradaki anlaşmazlığı gidermek için üç toplantı yapıldığı fakat herkesin kabul edeceği bir anlaşmanın henüz ilan edilmediği vurgulanıyordu. (La Cote de la Bourse et de la Banque) Bununla beraber şirketin son dönemdeki durumu ve finans çevrelerindeki beklentiler ilgili şu şekilde yorumlar yapılmaktaydı. "27 Haziran tarihinde İtibar-Umumi Şirketi'nin on sekizinci genel kurul toplantısı yapıldı. Ve şirketin yıllık hesapları hissedarlar tarafından onaylanmıştır. Hesaplar incelendiğinde şirketin devamlı gelişen bir nitelik gösterdiği anlaşılmaktadır. Şirket ile ilgili olarak kurulduğu tarihlerde Galata'nın en iyi girişimci finans kuruluşlarından birisi olduğu vurgulanmaktadır. Özellikle borçlanma konusunda diğer finans kuruluşlarından daha aktif hareket etmiştir. Fakat Ekim 1875 krizi çoğu kuruluş gibi bu şirketi de önemli ölçüde etkilemiştir. Şirketin iyi idare edilmesi sayesinde mali durumu hızla düzelterek güvenli bir pozisyon elde etmiştir. Ayrıca kurum yıllara göre yeterli kâr marjı elde ederek hissedarlarına devamlı temettü dağıtmaktadır. Örneğin 1886 yılında hisse başına 50 kuruş dağıtan şirket, diğer yıl 25.000 hissenin geri ödemesini yapıp şirketin sermayesini 1.500.000 sterlinden 1.000.000 sterline indirmiştir. Ve 1887 yılı için hisse başına 60 kuruş temettü ödemesi yapmıştır. Ayrıca şirket bu aşamadan sonra endüstriyel gelişmeler konusunda daha fazla yatırım yapacak görünmektedir. Bu zamanda kadar 50.000.000 franklık endüstriyel yatırım iştirakine katılan şirketin bu finansörlüğü geliştirmesi beklenmektedir. Daha önce Galata sermayesinin ve Avrupa Finans Kuruluşları için her nemada borç ilişkisine dayanan aracı kurum olma özelliği kârlı bir yatırım gibi gözükse de imparatorluğun mali durumuna bakıldığında endüstri sektörünün geliştirilmesi ve finans kuruluşlarının bu kanala yatırım yapmaları daha elzem görünmektedir". (La Cote de la Bourse et de la Banque, 25 Temmuz 1888, n. 207, s. 2)

Bir sonraki yönetim kurulu toplantısı 15 Mayıs 1889 tarihinde İstanbul'da gerçekleşti. Yönetim kurulu raporu doğrultusunda tüzük gereği yedek akçe ve

yönetim kurulu üyelerinin %7 alacakları ayrıldıktan sonra hisse başına 66 kuruşluk temettü dağıtımı gerçekleştirildi. Levant Herald gazetesindeki rapor şirketin durumunun tatmin edici boyutta olduğunu göstermektedir. Özellikle Teselya Demiryolu hisselerinin amortismanları karşılandıktan sonra 1887-88 kârı 52.520 liraya tekabül etmektedir. Şirketin bu dönemdeki menkul kıymetlerinin toplamı ise 167.262 lira olarak kayda geçirilmiştir. Bununla beraber Osmanlı yönetiminin şirkete olan borcu 171,566 lira olarak kayda geçmiş ve bu borç küçükbaş hayvanlardan alınan koyun vergisi ile garanti altına alınmıştır. Bu borcun kısa zamanda ödeneceğine dair teminatlar alınmıştır. (La Cote de la Bourse et de la Banque, 22 Mayıs 1889, n. 281, s. 1)

1888 mali yılında Crédit Générale Ottomane (İtibar-ı Umumi) Şirketi bu mali yıl için hissedarlarına 60 kuruş temettü dağıtılmasına karar verdi ve 52.000 lira özel yedek akçe ayrıldı. Ayrıca şirket, gelecek ve başarı için garanti sunduğuna inandığı endüstriyel işletmelerle ilgilenmeye devam edeceğini belirtmiştir.

Şirketin 31 Aralık 1888 tarihi itibarı ile bilançosu şu şekilde gerçekleşmiştir. Aktif Bilanço (lira olarak): Paylar: %50 ödenmemiş sermaye: 550.000, Gayrimenkul değeri: 12.500 00, Kasa 20.999 13, Portföy 12.206 75, Bina hesabı 4.000 00, Tahsilatlardaki kuponlar ve ödemede tahakkuk eden faiz: 15.968 05, Yurt içi ve yurt dışı rehinli avanslar ve cari hesaplar 201.768 63; Portföy menkul kıymetleri 167.562 75, 1872 yılına ait %9 faizli Osmanlı Bonoları: 50.677 85, 1871 tarihi Mısır ve Türkiye Birleşik Kredi: 55.532 08, Osmanlı Borçları %5 faizli seri A hisseleri, Osmanlı Bankası Hisseleri ve Tütün Rejisi Hisseleri: 61,102 82 Toplam: 167,262 72. Bunların yanında aktif bilançoya ek olarak Endüstriyel ve finansal holdinglere yapılan yatırımlar: 91.100 44, Osmanlı Hazinesi avans bakiyesi: 46.866 10 +112.315 18, Genel hesap ve Geçici hesap toplamı: 46.784 58. Pasif Varlıklar (lira olarak): Sermaye 1.100.000 00, Kanuni yedek akçe 28.266 38, Olağanüstü rezerv 13.918 11, Faiz kuponları ve temettüler (geçmiş yıllar) 1.147,35, Yurtdışına ödenecek hesaplar 26.437 69, Cari hesaplar 35.904 88, Nazım Hesap: 39,022 78, Kâr ve zararlar 52.520 00 Toplam: 1.294.217 19. (La Cote de la Bourse et de la Banque, 29 Kasım 1889, n. 307, s. 3)

Şirket bu yıldan itibaren tasfiye sürecine girmiş ve Osmanlı Bankası'nın yapısına katılmaya karar vermiştir. Bu aşamadan sonra şirketin bünyesinde Osmanlı Bankası'ndan kişilerin girmeye başladığı görülmüştür. Bu tasfiye kararının alınmasında yukarıda belirtildiği gibi Osmanlı Bankası'nın piyasada oldukça güçlü duruma gelmesi ve aracılık faaliyetlerinin istenildiği gibi kâr getirmemesi olarak açıklanabilir. Bu aşamadan sonra yıllık hesaplarına baktığımızda şirketin yine kâr ettiği ve kendisine ait hisseleri satın almaya başladığı görülmektedir.

Şirketin 1891 yılı mali genel kurulu 27 Haziran'da İstanbul'da yapıldı. Bu yeni dönemde şirketin var olan operasyonları yapmakta zorlandığı belirtilmekteydi. Bu amaçla yönetim kurulu yabancı kaynaklı emisyonların belirli oranda azaltılması konusunda görüş birliğine varmıştır. Şirket bu dönemde Mısır ve İtalyan borç iştiraklerindeki payından ötürü 5.800 lira zarar belirtmiştir. Bunun yanında şirketin

portföyünde bulunan 43.979,71 liralık menkul kıymetlerin bazılarının şirket hesaplarından çıkarılması bu yılın kârını olan 8.547,30 lirayı da absorbe etmiştir. Bu durumun sonucunda yönetim kurulu yedek akçe hesabından avans kullanılması konusunda karar almıştır. Bununla beraber hissedarlara temettü dağıtabilmek için olağanüstü rezervden 8.552,72 lira çekilmesine karar verildi. Böylece hisse başına 15 kuruş temettü dağıtılmıştır. Aynı zamanda olağanüstü rezervden çekilen 8.552,92 lira şu şekilde dağıtılmasına karar verilmiştir. Hissedarlara %88 yani hisse başına 15 kuruş 7500 lira; %5 kanuni yedek akçe 426, 13 lira; Yöneticilere ise %7 596,59 00 lira olarak dağıtılmıştır. Şirketin rezervlerine gelince 31 Aralık 1891 itibarıyla toplam rezerv 49.647,72 liradır. Bu meblağın 34.317,51 lirası yasal rezerv, 15.330,21 lirası ise olağanüstü rezerv için ayrılmıştır. (L'Argus, 28 Ağustos 1892, n: 653, s. 556)

İtibar-ı Umumi Şirketi'nin yirmi üçüncü olağan genel kurulu 29 Haziran'da Bernard Tubini başkanlığında İstanbul'da gerçekleştirildi. Toplantı'da 1892 yılına ait hesaplar okunup kabul edildikten sonra hesaplar usulüne uygun bir şekilde onaylanmıştır. Kâr-zarar hesabı incelendiğinde 20.352 lira kâr göstermektedir. Yedek akçenin ve yönetim kurulu üyelerine verilecek bakiye düşüldükten sonra hisse başına 30 kuruş temettü dağıtılmasına karar verilmiştir. Bu temettünün yarısı 1 Ocak diğer yarısı 1 Temmuz tarihinden itibaren yatırılmasına karar verilmiştir. Bunun yanında 3.297, 11 lira gelecek yıl için kâr-zarar hesabına yatırılmasına karar verilmiştir. Toplantıda yapılan değerlendirmeler sonucunda Mösyö La Fuente ve Mösyö Caporal müdür olarak atanmıştır. (La Cote de la Bourse et de la Banque, 5 Temmuz 1893, n. 134, s. 3)

İtibar-ı Umumi Şirketi'nin yirmi dördüncü mali genel kurul toplantısı ise 27 Haziran'da yapıldı. Şirketin genel olarak bu yıl içerisinde durumu tatminkâr ve iyi sonuçlar göstermekteydi. Şirket bu yıl 20.000 liralık bir kayba uğramasına rağmen net kâr olarak 32.505,86 liralık bir kâr elde etmiştir. Bu kârın 20.000 lirası hisse başına 40 kuruş temettü dağıtımına harcanmıştır. 1.590,90 lira yöneticilere ödenmiş, 1.130,30 yasal rezerve, 9.778 50 lirası ise olağanüstü rezerv için ayrılmıştır. Bu iki rezervin toplam tutarı 61.414,85 liraya ulaşmıştır. Şirket bu aşamada 10000 adet hisse senedinin geri alımı için hazırlık yapmaktaydı ve bu hisselerin iptali yönetim kurulu tarafından onaylanmıştır. (La Cote de la Bourse et de la Banque, 4 Temmuz 1894, n. 151, s. 5)

Şirketin bir sonraki yıllık genel kurul toplantısı 27 Haziran'da yapılmıştır. 1891 yılına ait hesaplar onaylanmıştır. Buna göre bu yılki şirket kârı 62.705 17 lira olarak gerçekleşmiştir. Genel gider olarak sayılan 7.243 16 lira düşüldükten sonra net kâr olarak 55.462 01 lira kalmıştır. Bu meblağ yönetim kurulunun teklifi üzerine aşağıdaki şekilde dağıtımı yapılmıştır: Kanuni yedek akçeye %5 1.363,63 lira müdürlere %7 1.909 09 lira, Ortaklara %88 24.000 00 lira, bir sonraki yıla devredilecek bakiye 28.189 29 lira olmak üzere toplam tutar 55.462 01 lira olacaktır. Şirketin Yönetim kuruluna bu mali yılda Osmanlı Bankası Genel Müdürü Sir Edgard



Vincent atanmıştır. (La Cote de la Bourse et de la Banque, 2 Ağustos 1895, n. 184, s. 6)

Şirketin tasfiye sürecinde yönetim kurulu toplantısı yapıldı. 26 Kasım tarihinde 1894 tarihinde İstanbul merkez ofisinde toplandı. Yapılan toplantı sonucunda şirketin hisselerini geri alabileceği ve diğer yükümlülüklerinden kurtulabilmesi için muhtemelen 5 Ocak 1899 tarihi olduğuna karar verilmiştir. Yönetim kurulu üyelerine bu aşamada şirketin faaliyetlerine devam etmesi mi yoksa tasfiye mi edilmesi konusunda oylama yapılmıştır. Ayrıca tasfiye için ne gibi tedbirlerin alınması konusunda şirket üyelerinin yol belirlemesi tavsiye edilmiştir. (La Cote de la Bourse et de la Banque, 25 Ekim 1895, n: 213, s. 3)

1898 yılına gelindiğinde şirketin tasfiye çalışmaları devam ediyordu. Bu aşamada meclis mali raporun okunması ve tasfiye işlemini onayladıktan sonra şirketin çalışanları için 8500 lira tazminat ödemesine karar vermiştir. Daha sonra tasfiye işlemi onaylanmış ve yönetim kurulu bu iş için yetkilendirilmiştir. Aynı zamanda bu iş için yönetim kuruluna dağıtılan mal varlığı üzerinden %2 komisyon ödenmesi karara bağlanmıştır. (Le Journal des Mines, 11 Aralık 1898, n: 50, s. 16)

Dönemin gazetelerinde 26 Kasım 1898 tarihli genel kurulda alınan karar uyarınca, İtibar-ı Umumi (Crédit Général Ottomane) Şirketi'nin tasfiye edilmesine karar verildiği belirtiliyordu. Ayrıca şirket tarafından ödemesi tam olarak yapılmamış veya itilafli kişiler merkez ofise davet edilmiştir. Tasfiye ile ilgili olan herhangi bir belgenin geçerli olması için tasfiye memurları ve eski müdür yardımcısı Gomidas Pekmézian'ın imzasını taşıması gerekmektedir. İtilaflarla ilgili başvurular 6 Ocak 1899 tarihine kadar yapılması gerekmektedir. Şirketin 01.07.1899 tarihine kadar belirlemiş olduğu tasfiye memurları sırasıyla Alfred Caporal, Corpi Dominique, Gustave Coûteaux, Eustache Eugénidi, Barthélémy Guistiniani, Badrig Gulbenkian, Aristide Tubini, Gustave Wülfing. (La Cote de la Bourse et de la Banque, 10 Ocak 1899, n: 295, s. 3)

Şirket tasfiye edildikten sonra hissedarlarına ödemelerini düzenli bir şekilde yapmaktaydı. 1901 yılına gelindiğinde hissedarları alacaklarının dördüncü taksiti olan 1'er Türk lirası ödeneceği konusunda gazetelere ilan verildi. Söz konusu haberlerde hisse senetleri ve bordrolarla birlikte 17 Nisan 1901 Çarşamba günü Kamondo Han'daki şirket binasına başvurmaları gerektiği belirtiliyordu. Ayrıca hisse senedi sahiplerinin ödemelerin 5 gün sonra alabilecekleri ve kendilerine payları karşılığında sonradan dağıtılacak mal varlıkları bakiyesine katılma hakkı veren bir Tasfiye Senedi'nin verileceği söylenmektedir. (La Cote de la Bourse et de la Banque, 12 Nisan 1901, n: 305, s. 4)

Şirketin tasfiye işlemi hisse başına şu şekilde gerçekleşmişti. Hisse başına 4 liranın verileceği belirtilerek 1. taksit Ocak 1898, hisse başına 4 lira, Haziran 1899 2. taksit hisse başına 4 lira, Şubat 1900 tarihindeki 3. taksit hisse başına 2. Türk lirası,

Nisan 1901 tarihli 4. taksit ise hisse başına 1 Türk lirası olacak şekilde belirlenmişti. (La Cote de la Bourse et de la Banque, 3 Ocak 1903, n: 347, s. 3)

Bir sonraki tasfiye ödemesi 1903 yılında hisse başına 25 kuruş olacak şekilde gerçekleşmiştir. Daha önceden yapıldığı gibi hissedarların tasfiye bonolarını şirkete iletmeleri istenmiş, ödemelerin 5 gün sonra yapılacağı 18 Haziran 1903 tarihinde resmî gazetede ilan edilmiştir. (La Cote de la Bourse et de la Banque, 6 Temmuz 1903, n: 358, s. 5)

1909 yılına geldiğinde şirketin hisse başına tasfiye ödemeleri devam etmekteydi. 20 Ağustos 1909 tarihli haberde şirket binasına yapılacak başvurular sonrasında hisse sahiplerine 50 kuruş ödemesi yapılacağı belirtilmekteydi. (La Cote de la Bourse et de la Banque, 17 Ağustos 1909, n: 181, s. 6) Bu yıldan sonra şirket kendisini tamamen tasfiye etmiş ve Osmanlı piyasasından çekilmiştir.

## **SONUÇ**

19. yüzyılın ikinci yarısında Kırım Savaşı ile Osmanlı Devleti Avrupalı Devletler ile borç ilişkilerine girmiştir. Bu sayede Avrupa Finans Kapitali' nin Osmanlı Devleti ekonomisine ve finansal piyasalarına eklenme süreci hızlanmıştır. Bu dönemde Avrupalı sermayedarların Osmanlı Devleti' ne ilgisi artmış başta merkez bankası kurma ve borç para verme konusunda birçok girişimde bulunmuşlardır. İlk etapta merkez bankası kurma girişimleri daha çok piyasadaki kâimenin çekilmesi ve kambiyo istikrarını sağlanması amacıyla taşıyor olsa da ilerleyen dönemde devlet büyük bir borç sarmalına girmesi nedeniyle Osmanlı Bankası'nın gücü ve önemi devlet nezdinde artmıştır. Devlet bu aşamada farklı finans gruplarının işin içerisine girmesini sağlayarak bir nevi Osmanlı Bankası'nın rakipsiz durumunu ortadan kaldırmak istemiştir. Merkez Bankası kurma girişimleri farklı finansal grupların Osmanlı piyasasında rekabet etmelerine neden olmuştur. Avrupa Finans Kapitali piyasayı iyi bilen Galata Bankerleri ile özellikle borç konusunda tekel yaratmak için girişimlerde bulunmuşlardır. Konumuzun ana temasını oluşturan İtibar-ı Umumi (Crédit Général) Şirketi, Osmanlı Bankası'nın Fransız Pereire kardeşlere ait Crédit Mobilier tarafından kurulmasından sonra ona bahsedilen borç ilişkilerini yürütme görevini sınırlandırmak amacıyla Fransız Rothschild grubuna ait Société Générale grubu ve Tubini ailesi tarafından kurulan bir anonim şirket olarak faaliyetlerine başlamıştır. Bu dönemde Osmanlı Bankası'nın oluşumunda yer alamayan kesimlerin oluşturduğu bu kredi şirketi borçlanma konusunda 1871 yılından itibaren Osmanlı maliyesi ile önemli ilişkiler kurmuştur. Anonim şirket halini alan yapı 1875 yılına kadar piyasada önemli ölçüde yer sahibi olmuş ve gelecek vaat eden bir şirket olarak görülmüştür. Fakat 1875 yılındaki borç krizi ve Avrupa piyasalarında Osmanlı Devleti açısından var olan belirsizlik şirketi önemli ölçüde sarsmış ve şirket yükümlülüklerini yerine getirerek tasfiye sürecine girmiştir. Şirketin finansal durumunu incelediğimiz raporlara bakılırsa şirket hissedarlarına devamlı temettü dağıtarak kârlı bir şirket durumunda olduğu açıktır. Bu durumda şirketin devlete ait elinde bulundurduğu hazine

bonolarının yanında yapmış olduğu endüstriyel yatırımların da etkisi büyüktür. Şirket aynı zamanda Rumeli demiryolunun yapımında devlet ile şirket arasındaki arabuluculuk rolünü üstlenerek Osmanlı finans piyasasındaki ağırlığını göstermiştir. Şirket ilerleyen dönemde Osmanlı Bankası'nın iştirakine katılmayı daha kârlı bulmuş ve kendisini 1898 yılından itibaren feshetmiştir. Yine de Şirket, Osmanlı finans piyasasındaki borç ilişkileri, şirketlerin birbirleri arasındaki rekabetleri ve bu tip iştiraklerin kârlılıklarını anlamamız açısından önemli bir örnek oluşturmuştur.

## KAYNAKÇA

### Arşiv Malzemeleri

BOA., A.DVN.MKL 30/21, (H. 21.05.1306/23 Ocak 1889).

BOA., A. DVN.MKL 11/3, (H.27.07.1289/30.09.1872).

BOA., A.AMD, 68-21.

BOA., HAT,1627/11. 1-5.

BOA., HR.TO, 418/234, (H. 20 Recep 1270/18 Nisan 1854).

BOA., İ.DH. 525/36286, (H. 9. Muharrem 1281/ 14 Haziran 1864).

### Kitap ve Makaleler

Akgüç, Ö. (1992). *100 Soruda Türkiye'de Bankacılık*. İstanbul: Gerçek Yayınevi.

Autheman, A. (2002). *Tanzimattan Cumhuriyete Osmanlı Bankası, Bank-ı Osmanî-i Şahane*. İstanbul: Osmanlı Bankası Arşiv ve Araştırma Merkezi.

Autin, J. (1984). *Les Frères Pereire Le Bonheur d'Entreprendre*. Paris : La Librairie Académique Perrin.

Berkes, N. (2013). *Türkiye İktisat Tarihi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Clay, C. (2000). *Gold for the Sultan: Western Bankers and Ottomane Finance, 1856-1881*. Newyork: I.B. Tauris.

Çizakça, M. (2012). The Ottoman government and economic life: Taxation, public finance and trade controls, *The Cambridge History of Turkey*, Volume II, S. Faroqhi & K. Fleet (Eds.), Cambridge: Cambridge University Press.

Eldem, E. (1997). *135 Yıllık Bir Hazine. Osmanlı Bankası Arşivinde Tarihten İzler*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları,.

Ergüder, B. (2011). *Galata Hanları: Paranın Serüveni (1868-1945)*. İstanbul,: Sosyal Araştırmalar Vakfı .

- Ferid, H. (2008). *Osmanlı'da Para ve Finansal Kredi: Bankacılık* (Cilt 3). (M. H. Sağlam(Haz.), Dü.) İstanbul: T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Darphane ve Damga Matbaası Genel Müdürlüğü.
- Hulkiender, M. (2003). *Bir Galata Bankerinin Portresi George Zafiri 1806-1884*. İstanbul: Osmanlı Bankası Arşiv ve Araştırma Merkezi.
- Issawi, G. (1982). *The Economic History of the Middle East and North Africa*, Newyork: Columbia University Press.
- İpek, N. (2011). *Selanik ve İstanbul'da Seçkin Yahudi Bankerler*. İstanbul: Yeditepe Yayınevi.
- İnce, M. (2001). *Devlet Borçları ve Türkiye*, Ankara: Gazi Kitapevi.
- Kazgan, H. (1991). *Galata bankerleri* (Cilt 1). İstanbul : Tük Ekonomi Bankası,.
- Kazgan, H. (1997). *Osmanlı'dan Cumhuriyete Türk Bankacılık Tarihi*. İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği Yayınları.
- Kazgan, H. (2014). *Osmanlı Finansında Galata Bankerleri*. İstanbul: Tarihi Kitapevi.
- Nora Şeni, S. L. ( 2000). *Camondolar Bir Hanedanın Çöküşü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ortabağ, E. (2018). *Osmanlı İmparatorluğu'nda Bankacılığın Gelişimi ve Regülasyon*. İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği Yayınları.
- Özcan, T. (2003). *Osmanlı Para Vakıfları, Kanûnî Dönemi Üsküdar Örneği*. Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Pamuk, Ş. (2008). *Osmanlı Ekonomisi ve Kurumları*. İstanbul : Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Tezel, Y. (2015). *Cumhuriyet Döneminin İktisadi Tarihi (1923-1950)*. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- Toprak, Z. (2005). İktisat Tarihi . *Türkiye Tarihi 3 Osmanlı Devleti 1600-1908*. içinde İstanbul: Cem Yayınevi.
- Velay, A. D. (1903). *Essai sur L'histoire Financière de la Turquie depuis le règne du sultan Mahmoud II jusqu'à nos jours*. Paris: A. Rousseau.

### **İnternet Kaynakları**

[archives.saltresearch.org](https://archives.saltresearch.org). Kasım 27, 2018 tarihinde [archives.saltresearch.org](https://archives.saltresearch.org):

<https://archives.saltresearch.org/handle/123456789/113180> adresinden alındı.

*Rapport Du Censeur De Paris Au Comité De Paris Du Conseil D'administration Du Crédit Général Ottoman, Paris, 17 Mart 1873.* <https://www.entreprises->

*coloniales.fr/proche-orient/Credit\_general\_ottoman.pdf. (Erişim Tarihi: 11.04.2021.)*

**Gazeteler**

L'Argus.

Le Capitaliste.

Le Crédit.

La Cote de la Bourse et de la Banque.

Le Globe.

Le Journal des Mines.

Le Messenger de Paris.

La France.

La Presse.

L'Univers.

Le Temps.

**Yayın Geliş Tarihi:** 26.06.2020  
**Yayına Kabul Tarihi:** 11.11.2021  
**Online Yayın Tarihi:** 31.12.2021  
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.757928>

Dokuz Eylül Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi  
Cilt: 23, Sayı: 4, Yıl: 2021, Sayfa: 1477-1494  
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

*Araştırma Makalesi*

## **SİYASETTE ALAN İÇİ EĞİTİM EKSİKLİĞİ İLE İLİŞKİLİ FIRSAT EŞİTSİZLİĞİ<sup>1</sup>**

*İbrahim ÇOBANLAR\**  
*Halim Emre ZEREN\*\**  
*Esmehan AĞAOĞLU\*\*\**

### **Öz**

*Türkiye’de siyasette aday olamayacaklar için kıstaslardan biri ilkökul mezunu olmayanlar olarak görülmüştür. Ancak uygulamada daha üst düzeyde bir eğitim kıstasının yerleştiği söylenebilir. Bu durumun, “siyasette eğitim düzeyinden kaynaklı bir fırsat eşitsizliği yarattığı” düşüncesi çalışmanın ana problemini oluşturmaktadır. Siyasette alan içi eğitimin gerekli olduğu, yerel yönetimlerde alan içi eğitim eksikliğinden kaynaklı hizmet aksamalarının yaşandığı, siyasette eğitim düzeyinin etkili olduğu ve olası bir eğitim/sertifika programının fırsat eşitsizliğini ortadan kaldıracağı alt hipotezleri test edilmiştir.*

*Yönetim kavramı incelendiğinde işbölümü ve uzmanlık ilkeleri çalışma adına önem arz etmektedir. Siyasetçilerin bizzat yönetici olabilmeleri ve/veya yöneticileri atayabilmeleri nedeniyle yönetim alanıyla birebir ilişki içinde oldukları söylenebilir. Çalışmada ilk olarak siyasetçilerin eğitim durumları hakkında bilgiler verilmiştir. Eğitim*

---

*Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):*

Çobanlar, İ., Zeren, H. E., Ağaoğlu, E. (2021). Siyasette alan içi eğitim eksikliği ile ilişkili fırsat eşitsizliği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (4), 1477-1494.

<sup>1</sup> Bu makale, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi ABD bünyesinde, Doç. Dr. H. Emre ZEREN’in danışmanlığında hazırlanan, İbrahim ÇOBANLAR’ın “Türkiye’de Yerel Siyasetçilerin Eğitimi: Aydın İli Örneği” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiş olup eğitim ve eğitim yönetimi alanı ile ilgili yorum ve değerlendirmeler ise Prof. Dr. Esmehan AĞAOĞLU tarafından sağlanmıştır.

2-4 Mayıs 2019 Çeşme’de düzenlenen 14. Uluslararası Eğitim Yönetimi Kongresi’nde sözlü olarak sunulan bildirinin genişletilmiş ve güncellenmiş tam metin halidir.

\* Doktora Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, ORCID: 0000-0002-6407-9358, [ibrahimcobanlar@gmail.com](mailto:ibrahimcobanlar@gmail.com).

\* Halim Emre ZEREN, Doç. Dr., Adnan Menderes Üniversitesi, Söke İşletme Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, ORCID: 0000-0002-8681-2397, [emrezeren82@gmail.com](mailto:emrezeren82@gmail.com).

\* Esmehan AĞAOĞLU, Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Eğitim Yönetimi Anabilim Dalı, ORCID: 0000-0001-5473-9554, [esagaogl@anadolu.edu.tr](mailto:esagaogl@anadolu.edu.tr).

*durumunun seçilme ile ilişkisi olup olmadığı tartışılmıştır. Ancak siyasetçilerin alana ilişkin eğitim alıp almadıkları konusu veri yetersizliği sebebi ile literatürden incelenememiştir. Bu sorunun çözümü için, tez çalışması sürecinde yapılan saha araştırmasının verileri kullanılmıştır. Ayrıca eğitim durumu ile alan içi eğitimin aynı anlamda olmadığı belirtilebilir. Çalışmada eğitim durumunun siyasette önemli olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Siyasette eğitim düzeyine önem veriliyor olmasının, siyasetçiler için alan içi eğitim ihtiyacının önemine vurgu yapacağı düşünülmüştür.*

*Çalışmanın ilk bölümünde milletvekilliği adayları ve kazanan adaylar ile yerel yönetimlerde aday olanlar ve kazanan adayların eğitim düzeyleri incelenmiştir. İkinci bölümde, Aydın İli'nde yapılan araştırma verilerine göre hipotezler tartışılmış ve değerlendirme yapılmıştır. Sonuç bölümünde ise siyasette alan içi eğitimin gerekliliği üzerinde durularak önerilerde bulunulmuştur.*

**Anahtar Kelimeler:** *Siyasetçi Eğitimi, Siyasette Alan İçi Eğitim, Yerel Yönetimlerde Uzmanlık, Siyasette Fırsat Eşitsizliği.*

## **INEQUALITY ASSOCIATED WITH THE LACK OF IN-FIELD EDUCATION IN POLITICS<sup>1</sup>**

### **Abstract**

*In Turkey, one of the criteria for those who can not be candidate in political elections is that they have not graduated from elementary school. However, in practice, it can be said that a higher education criterion has been established. The idea that this situation creates an inequality of opportunity stemming from education level in politics constitutes the main problem of the study. Sub-hypotheses in which in-field training is required in politics, they are service disruptions due to lack of in-field training in local governments, education level in politics is effective and a possible education / certificate program will eliminate inequality of opportunity have been tested.*

*When the concept of management is examined, the principles of division of labor and expertise are important for the study. It can be said that politicians are in direct relationship with the field of administration since they can be managers themselves and / or appoint managers. In this study firstly, information was given about the educational status of politicians. Whether the educational status is related to being elected is discussed. However, whether the politicians were trained in the field could not be examined from the literature due to the lack of data. In order to solve this problem, the data of the field research conducted during the thesis study were used. In addition, it can be stated that education level and in-field training are not in the same sense. In this study, it is tried to determine whether the educational status is important in politics. The fact that the*

---

<sup>1</sup> This article was produced from the master thesis entitled "Education of Local Politicians in Turkey: The Case of Aydın Province" written by İbrahim Çobanlar under the supervision of Assoc. Prof. Dr. H. Emre ZEREN at the department of Political Science and Public Administration in Adnan Menderes University. Comments and evaluations related to education and educational administration were provided by Prof. Dr. Esmahan AĞAOĞLU.

This article is the expanded and updated full-text version of the paper presented orally at the 14th International Congress on Educational Administration held in Çeşme, 2-4 May 2019.

*education level is given importance in politics is thought to emphasize the need for in-field education for politicians.*

*In the first part of the study, the education levels of the candidates for the deputy and the winning candidates as well as the candidates and the winning candidates in the local governments were examined. In the second part, hypotheses were discussed and evaluated according to the research data made in Aydın. In the conclusion section, the necessity of in-field education in politics was emphasized and suggestions were made.*

**Keywords:** *Politician Education, In-field Education in Politics, Expertise in Local Governments, Inequality of Opportunity in Politics.*

## GİRİŞ

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın ikinci maddesine göre; “Türkiye Cumhuriyeti, toplumun huzuru, millî dayanışma ve adalet anlayışı içinde, insan haklarına saygılı, Atatürk milliyetçiliğine bağlı, başlangıçta belirtilen temel ilkelere dayanan, demokratik, lâik ve sosyal bir hukuk Devletidir” (1982 Anayasası madde 2). Bu bağlamda sosyal devlet anlayışının yer aldığı görülmektedir. Sosyal devlet (*sozialstaat, welfare state, Etat providence*) anlayışı, Ergun Özbudun (2018, s. 99) tarafından “devletin sosyal barışı ve sosyal adaleti sağlamak amacıyla sosyal ve ekonomik hayata aktif müdahalesini gerekli ve meşru gören bir anlayış” olarak tanımlanmaktadır.

Sosyal devlet kavramı incelendiğinde, sosyal adalet kavramının önem arz ettiği ifade edilebilir. “Barker (1999)’a göre sosyal adalet, toplumun tüm bireylerinin aynı temel haklara, korunmaya, fırsatlara, yükümlülüklerle ve sosyal yardımlara sahip olduğu ideal bir durumdur” (Aktaran, Çoban Kaynak, 2017, s. 257). Sosyal adaletin sağlanabilmesi için Rawls iki ilkenin önemine dikkat çekmektedir. Bunlar; eşit temel özgürlükler ve adil fırsat eşitliği ilkeleridir. “Fırsat eşitliği ilkesine göre, sosyal ve ekonomik eşitsizlikler bertaraf edilmez. Sosyal ve ekonomik olanaklar hem en dezavantajlıların yararına olacak şekilde düzenlenmeli, hem de fırsat eşitliği sağlayacak şekilde kurumlar ve pozisyonlar herkese açık hale getirilmelidir” (Çoban Kaynak, 2017, s. 257). “Fırsat eşitliği dar anlamda, sunulan olanaklardan tüm bireylerin ayırım yapılmaksızın eşit bir biçimde yararlanmasını kapsamaktadır” (Yaşar, 2014, s. 23).

Fırsat eşitliği kısaca her bireye eşit şans tanınması olarak değerlendirilebilir. Türkiye’de seçimler incelendiğinde siyasette fırsat eşitliğinin olmadığı belirtilebilir. Eşitsizliğin kaynakları olarak; bireylerin maddi durumu, akrabalık ilişkileri ve eğitim düzeyleri gibi ayırt edici özellikler sıralanabilir. Siyasette fırsat eşitsizliğine sebep olan daha farklı durumlar da varolabilir. Çalışmanın kapsamı gereği eğitim durumundan kaynaklı bir fırsat eşitsizliğinin yaşandığı ispat edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda Türkiye’deki son genel seçimlerde ve yerel seçimlerde aday olanlar ile kazanan adayların eğitim durumları



incelenmiştir. Yasal olarak adaylık için ilkokul mezuniyeti yeterli oluyorken, uygulamada eğitim düzeyi kıstasının üst seviyelerde olduğu görülmektedir.

### **TÜRKİYE'DE SİYASETÇİLERİN EĞİTİM DURUMLARI**

Mahalli idareler seçimlerinde yer alabilmek için taşınmaması gereken sakıncalar milletvekili kanunu içinde sıralanmıştır. Sakıncaların her iki seçim için de geçerli olduğu ifade edilebilir. Eğitim açısından sakıncalar incelendiğinde, ilkokul mezunu olmamak tek sakınca olarak sayılmıştır. Bu sakıncanın önceki anayasalarda *okuryazar olmak* şartı olarak yer aldığı ve 1982 Anayasası ile gelen bir yenilik olmadığı söylenebilir.

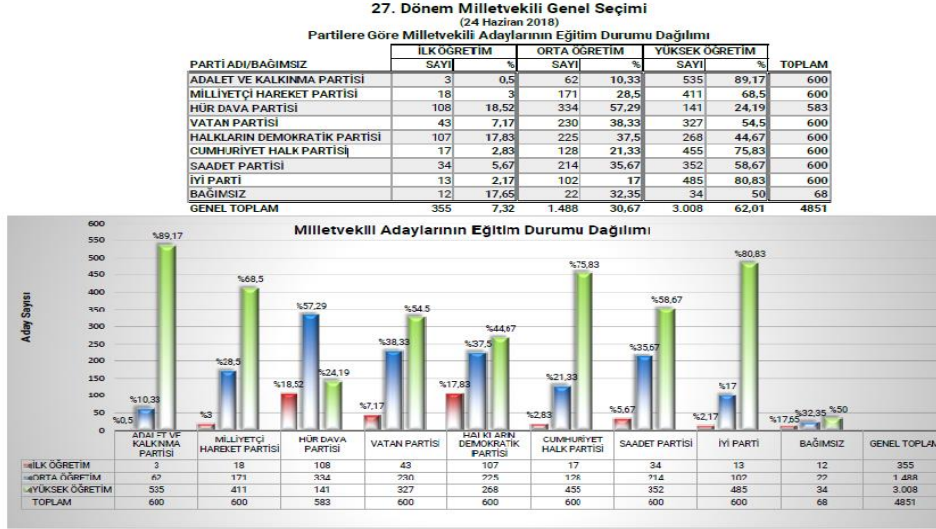
### **Yirmi Yedinci Dönem Milletvekili Adayları ve Milletvekili Seçilen Adayların Eğitim Durumları**

Yirmi Yedinci Dönem Milletvekilliği genel seçimi 24 Haziran 2018 tarihinde Cumhurbaşkanlığı seçimi ile beraber gerçekleştirilmiştir. Bu bölümde seçime katılan adayların ve seçimi kazanan adayların eğitim durumları incelenmiştir.

### **Yirmi yedinci dönem milletvekili adayları eğitim durumları**

Son ve yakın zaman önce yapılan seçim olması sebebiyle daha güncel veriler içerdiği için yirmi yedinci dönem milletvekili seçimleri çalışmada ele alınmıştır. Adalet ve Kalkınma Partisi (Ak Parti), Milliyetçi Hareket Partisi (MHP), Vatan Partisi, Halkların Demokratik Partisi (HDP), Cumhuriyet Halk Partisi (CHP), Saadet Partisi (SP) ve İYİ Parti mevcut vekil sayısı olan 600 aday ile seçimlere girmiştir. Hür Dava Partisi 583 aday gösterirken, 68 kişi de bağımsız olarak aday olmuşlardır.

Seçimlerde toplamda 4851 kişi aday gösterilmiş veya aday olmuştur. Bu adayların sadece 355'inin ilköğretim mezunu olarak yasalarda gösterilen kıstas sınırının üstüne çıkmadıkları görülmektedir. 1488 kişi orta öğretim mezunudur. 3008 kişi ile yüksek öğretim mezunları en kalabalık grup olarak dikkat çekmektedir. Yüksek Seçim Kurulu (YSK) adaylar ile ilgili grafik hazırlamıştır. Bu grafikte (Tablo 1) hangi partinin hangi eğitim düzeyinde kaç aday olduğu detaylı olarak görülebilir.

**Tablo 1:** 27. Dönem Milletvekili Genel Seçimi'nde Partilere Göre Milletvekili Adaylarının Eğitim Durumu**Kaynak:**

<https://ysk.gov.tr/doc/dosyalar/docs/24Haziran2018/2018CBMV-MVAdayEgitim.pdf>

Tablo 1'de görüldüğü gibi seçimlerde aday gösterilenler veya aday olanların büyük çoğunluğu yüksek öğretim mezunudur. Uygulamada ilkokul mezuniyeti kıstası birkaç basamak yukarıya çıkmış durumdadır. İlköğretim mezunları toplam aday olanlar içinde yaklaşık %7.31'lik bir orana sahip olmuşlardır.

**Yirmi yedinci dönem milletvekili seçilen adayların eğitim durumları**

24 Haziran 2018 tarihli milletvekili genel seçiminde aday olan 4851 kişinin 600'ü milletvekili sıfatı kazanmıştır. Kazanan adayların eğitim durumları Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verileriyle Tablo 2'de gösterilmiştir. Tabloda yasal kıstas olan ilkokul mezuniyetini karşılayanlar ve yasal kıstasın üstünde olanlar (ortaokul, lise, yüksekokul, fakülte, yüksek lisans ve doktora olarak) ayrı ayrı ele alınmıştır. Bu bağlamda siyasette eğitim düzeyinin yasal kıstasın üzerinde bir durum gösterdiği belirtilebilir.

**Tablo 2:** Milletvekili Genel Seçimi Kazanan Adayların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

Türkiye	Kadın	Erkek	Toplam
İlkokul	2	3	5
İlköğretim	-	1	1
Ortaokul veya dengi okul	3	3	6

Lise veya dengi okul	6	46	52
Yüksekokul veya fakülte	49	269	318
Yüksek lisans	28	100	128
Doktora	15	66	81
Bilinmeyen	1	8	9
<b>Toplam</b>	<b>104</b>	<b>496</b>	<b>600</b>

**Kaynak:** <https://biruni.tuik.gov.tr/secimdagitimapp/secimadaykazanan.zul>

Tablo 2’ye göre yasal zorunluluk sınırı ile eğitim düzeyi aynı olanların sayısı sadece 6 olarak dikkat çekmektedir. Bu durumdan yola çıkarak oranının %1 olduğu söylenebilir. Adaylar incelendiğinde yaklaşık %7.31 olan oranın %1’e düştüğü görülmektedir. Eğitim seviyesinin seçilme ihtimali ile ilgili bir ilişkinin olup olmadığı ayrıca bir tartışma konusu olarak değerlendirilebilir. Ancak eldeki veriler doğrultusunda kişilerin eğitim seviyesi yükseldikçe seçilme ihtimalinin arttığı yönünde doğru orantılı bir ilişkinin var olduğu ifade edilebilir.

#### **2014 Mahalli İdareler Seçimlerinde Adayların ve Seçimi Kazanan Adayların Eğitim Durumları**

“20. yüzyılın başları, yerel yönetimler için ‘altın çağ’ olarak adlandırılabilir” (Keleş, 2016, s. 43). Yerel yönetimlerin giderek artan öneminin 21. yüzyılda da devam ettiği söylenebilir. Türkiye’de ise, özellikle, 2000’li yıllarda yapılan reformlar ile yerel yönetimlerin güç kazandığı ileri sürülebilir. “Yerel yönetimlerin mali özerkliği kavramının, demokratikleştirme ve halkın yerel düzeyde katılımını güçlendiren mekanizmaların uygulanması ile doğrudan ilişkisi bulunmaktadır” (Görmez & Yaylı, 2018, s. 125).

Türkiye’de son mahalli idareler seçimleri 31 Mart 2019 tarihinde gerçekleşmiştir. Henüz verilerin oluşturulmamış olması ve bu çalışmanın saha araştırması yapıldığı zamanda son seçimler olması nedeniyle 2014 yılında gerçekleşen yerel seçimler daha detaylı olarak ele alınmıştır. Ayrıca 2019 seçimlerinde büyükşehir belediye başkanlığını kazanan adaylara da yer verilerek karşılaştırma yapılmıştır. Milletvekili seçimleri tek tabloda incelenebilmişken, mahalli idareler seçimlerinde dört farklı durum dört farklı tabloda incelenmiştir. “Ülkemizde, ‘il özel idaresi’, ‘belediye’ ve ‘köy’ olmak üzere üç türlü yerel yönetim birimi bulunmaktadır” (Eryılmaz, 2018, s. 192). Çalışma kapsamında seçim kazananların elde edebileceği dört farklı sıfatın (Büyükşehir belediye başkanı, il/ilçe belediye başkanı, il genel meclis üyesi ve belediye meclis üyesi) var olması sebebiyle dört tabloda incelenebilmiştir. Büyükşehir belediye başkanlığının diğer il/ilçe belediye başkanlığı grubuna dahil edilmemesinin sebebi olarak ayrı bir yasal düzenlemesinin olması gösterilebilir.

**2014 mahalli idareler seçimleri adayların eğitim durumu**

Büyükşehir belediye başkan adaylığı, belediye başkan adaylığı, il genel meclis üyeliği adaylığı ve belediye meclis üyeliği adaylığı sırasıyla tablolarda yer verilmiştir. Daha sonra bu tabloların verileri incelenmiştir.

**Tablo 3:** Büyükşehir Belediye Başkanlığı Adayların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

<i>Türkiye</i>	<i>Kadın</i>	<i>Erkek</i>	<i>Toplam</i>
Okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyen	-	6	<b>6</b>
İlkokul	1	25	<b>26</b>
İlköğretim	2	14	<b>16</b>
Ortaokul veya dengi okul	1	11	<b>12</b>
Lise veya dengi okul	10	78	<b>88</b>
Yüksekokul veya fakülte	22	237	<b>259</b>
Yüksek lisans	4	47	<b>51</b>
Doktora	1	16	<b>17</b>
Bilinmeyen	3	10	<b>13</b>
<b>Toplam</b>	<b>44</b>	<b>444</b>	<b>488</b>

**Kaynak:** <https://biruni.tuik.gov.tr/secimdagitimapp/yereladay.zul>

Büyükşehir belediye başkanlığı için 444 erkek ve 44 kadın olmak üzere 488 aday seçime katılmıştır. Adayların 48'i dışında ilkokul kıstası fazlasıyla aşmıştır. Kıstası aşmayanların toplam adaylara oranı yaklaşık %9.83 olarak görülmektedir.

**Tablo 4:** Belediye Başkanlığı Adayların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

<i>Türkiye</i>	<i>Kadın</i>	<i>Erkek</i>	<i>Toplam</i>
Okuma yazma bilmeyen	-	8	<b>8</b>
Okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyen	8	55	<b>63</b>
İlkokul	46	1035	<b>1081</b>
İlköğretim	35	600	<b>635</b>
Ortaokul veya dengi okul	27	653	<b>680</b>
Lise veya dengi okul	180	2627	<b>2807</b>
Yüksekokul veya fakülte	209	3134	<b>3343</b>
Yüksek lisans	21	323	<b>344</b>
Doktora	7	76	<b>83</b>
Bilinmeyen	11	131	<b>142</b>

<b>Toplam</b>	<b>544</b>	<b>8642</b>	<b>9186</b>
---------------	------------	-------------	-------------

**Kaynak:** <https://biruni.tuik.gov.tr/secimdagitimapp/yereladay.zul>

Belediye başkanlığı için 8642 erkek ve 544 kadın olmak üzere 9186 aday seçimlere katılmıştır. Adayların 1787'si dışında ilkokul kıstası fazlasıyla aşılmıştır. Kıstası aşmayanların toplam adaylara oranı yaklaşık %19.45 olarak görülmektedir.

**Tablo 5:** İl Genel Meclisi Üyeliği Adayların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

<i>Türkiye</i>	<i>Kadın</i>	<i>Erkek</i>	<i>Toplam</i>
Okuma yazma bilmeyen	-	13	<b>13</b>
Okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyen	6	57	<b>63</b>
İlkokul	84	1196	<b>1280</b>
İlköğretim	54	612	<b>666</b>
Ortaokul veya dengi okul	25	729	<b>754</b>
Lise veya dengi okul	173	2042	<b>2215</b>
Yüksekokul veya fakülte	180	1133	<b>1313</b>
Yüksek lisans	10	82	<b>92</b>
Doktora	-	10	<b>10</b>
Bilinmeyen	6	62	<b>68</b>
<b>Toplam</b>	<b>538</b>	<b>5936</b>	<b>6474</b>

**Kaynak:** <https://biruni.tuik.gov.tr/secimdagitimapp/yereladay.zul>

İl genel meclis üyeliği için 5936 erkek ve 538 kadın olmak üzere 6474 aday seçimlere katılmıştır. Adayların 2022'si dışında ilkokul kıstası fazlasıyla aşılmıştır. Kıstası aşmayanların toplam adaylara oranı yaklaşık %31.23 olarak görülmektedir.

**Tablo 6:** Belediye Meclis Üyeliği Adayların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

<i>Türkiye</i>	<i>Kadın</i>	<i>Erkek</i>	<i>Toplam</i>
Okuma yazma bilmeyen	15	190	<b>205</b>
Okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyen	91	921	<b>1012</b>
İlkokul	1541	20261	<b>21802</b>
İlköğretim	1177	11484	<b>12661</b>
Ortaokul veya dengi okul	702	9479	<b>10181</b>
Lise veya dengi okul	4111	27424	<b>31535</b>
Yüksekokul veya fakülte	3754	15598	<b>19352</b>

Yüksek lisans	300	1126	1426
Doktora	47	167	214
Bilinmeyen	63	1156	1319
<b>Toplam</b>	<b>11901</b>	<b>87806</b>	<b>99707</b>

**Kaynak:** <https://biruni.tuik.gov.tr/secimdagitimapp/yereladay.zul>

Belediye meclis üyeliği için 87806 erkek ve 11901 kadın olmak üzere 99707 aday seçimlere katılmıştır. Adayların 35680'i dışında ilkököl kıstası fazlasıyla aşılmıştır. Kıstası aşmayanların toplam adaylara oranı yaklaşık %35.78 olarak görülmektedir.

Görev, yetki ve sorumluluklar göz önüne alınarak bir sıralama yapmak gerekirse; büyükşehir belediye başkanlığı, belediye başkanlığı, il genel meclis üyeliği ve belediye meclis üyeliği şeklinde belirtilebilir. Eğitim durumları da belirtilen önem sırası ile doğru orantılı bir sonuç vermektedir. Büyükşehir belediye başkanlığı için kıstas sınırını aşmayanlar %9.83, belediye başkanlığı için %19.45, il genel meclis üyeliği için %31.23 ve belediye meclis üyeliği için %35.78 oranları görülmektedir. Yerel ile geneli kıyaslamak gerekirse milletvekilliğinin ülke meseleleri ile ilgilenmesi sebebiyle nispeten daha önemli olduğu belirtilebilir. Milletvekilliği adaylığında eğitim kıstası sınırını aşmayanların oranının %7.31 olması da bu durumu destekler bir veri olarak gösterilebilir.

#### 2014 mahalli idareler seçimleri kazanan adayların eğitim durumu

Büyükşehir belediye başkanlığı, belediye başkanlığı, il genel meclis üyeliği ve belediye meclis üyeliği kazananlar sırasıyla tablolarda yer verilip incelenmiştir.

**Tablo 7:** Büyükşehir Belediye Başkanlığı Kazanan Adayların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

<i>Türkiye</i>	<i>Kadın</i>	<i>Erkek</i>	<i>Toplam</i>
Lise veya dengi okul	-	3	3
Yükseköğretim veya fakülte	3	15	18
Yüksek lisans	-	6	6
Doktora	-	3	3
<b>Toplam</b>	<b>3</b>	<b>27</b>	<b>30</b>

**Kaynak:** <https://biruni.tuik.gov.tr/secimdagitimapp/yereladaykazanan.zul>

“Büyükşehir belediye başkanı 5216 sayılı Kanun’un 18. maddesinin (i) fıkrası uyarınca, belediye birimlerinin iş ve işlemlerini denetlemekle görevlidir” (Salihoğlu, 2019, s. 62). Türkiye’de 30 büyükşehir belediyesi mevcuttur. Adaylar bölümünde bu 30 büyükşehir belediye başkanlığı için 488 adayın yarıştığı belirtilmiştir. Eğitim kıstasını aşmayanların toplam adaylara oranı ise %9.83 olarak yer verilmiştir. Kazanan adaylar incelendiğinde ilkököl mezunu olma kıstasının birkaç basamak aşıldığı görülmektedir. Hiçbir kazanan adayın sadece ilkököl

mezunu olmadığı, en düşük eğitim düzeyi olarak lise ve dengi okulların yer aldığı ifade edilebilir. Seçmenler eğitim düzeyi yüksek adayları mı tercih etmiştir yoksa eğitim düzeyi yüksek adaylar seçimlerde daha mı başarılıdır soruları ve benzer soruların incelemeye değer olduğu söylenebilir. Çalışma kapsamında incelenen, kişilerin eğitim düzeylerinin siyasette önemli olduğu ve aralarındaki ilişkinin doğru orantılı olma durumu ise bu veriler ile doğrulanmış görünmektedir.

**Tablo 8:** Belediye Başkanlığı Kazanan Adayların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

<i>Türkiye</i>	<i>Kadın</i>	<i>Erkek</i>	<i>Toplam</i>
Okuma yazma bilmeyen	-	2	2
Okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyen	1	9	10
İlkokul	1	86	87
İlköğretim	3	41	44
Ortaokul veya dengi okul	-	80	80
Lise veya dengi okul	8	318	326
Yüksekokul veya fakülte	20	673	693
Yüksek lisans	3	86	89
Doktora	-	23	23
Bilinmeyen	1	9	10
<b>Toplam</b>	<b>37</b>	<b>1327</b>	<b>1364</b>

**Kaynak:** <https://biruni.tuik.gov.tr/secimdagitimapp/yereladaykazanana.zul>

Türkiye’de büyükşehir belediyeleri dışında kalan belediyelerde (il belediyesi, ilçe belediyesi ve belde belediyesi) kazanan adayların eğitim durumları incelenmiştir. Tablo 8’deki verilere göre 143 kazanan aday dışındakiler yasal kıstası aşmış görünmektedir. Toplam kazanan adaylar ile yasal kıstas sınırında ve altında olanların oranı yaklaşık %10.48’dir. Adaylık durumunda bu oran %19.45 iken kazanan adaylarda oranın düşmüş olduğu belirtilebilir. Ayrıca büyükşehir belediyesi kazanan adaylarda eğitim durumu lise ve dengi okuldan başlıyor iken belediye başkanlığında eğitim durumunun daha altta olduğu ifade edilebilir.

**Tablo 9:** İl Genel Meclis Üyeliği Kazanan Adayların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

<i>Türkiye</i>	<i>Kadın</i>	<i>Erkek</i>	<i>Toplam</i>
Okuma yazma bilmeyen	-	2	2
Okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyen	-	6	6
İlkokul	-	182	182
İlköğretim	4	68	72

Ortaokul veya dengi okul	1	151	<b>152</b>
Lise veya dengi okul	17	460	<b>477</b>
Yüksekokul veya fakülte	35	306	<b>341</b>
Yüksek lisans	4	17	<b>21</b>
Doktora	-	2	<b>2</b>
Bilinmeyen	-	3	<b>3</b>
<b>Toplam</b>	<b>61</b>	<b>1197</b>	<b>1258</b>

**Kaynak:** <https://biruni.tuik.gov.tr/secimdagitimapp/yereladaykazanana.zul>

İl genel meclis üyeleri il özel idarelerinde görev yapmaktadırlar. Türkiye’de mevcut 81 ilin 30’u büyükşehir belediyesi olduğu için sadece 51 ilde il özel idare mevcuttur. Eğitim kıstasını aşmayan il genel meclis üyesi adaylarının oranının %31.23 olduğu önceki bölümde belirtilmiştir. Kazanan adaylara bakıldığında bu oran %20.82 (262 kişi) olarak düşüş göstermiştir. Diğer adaylıklar ve kazanan adaylar karşılaştırmalarında karşılaşılan durum ile paralel bir sonuç ortaya çıkmıştır.

**Tablo 10:** Belediye Meclis Üyeliği Kazanan Adayların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

<i>Türkiye</i>	<i>Kadın</i>	<i>Erkek</i>	<i>Toplam</i>
Okuma yazma bilmeyen	5	34	<b>39</b>
Okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyen	21	174	<b>195</b>
İlkokul	137	3955	<b>4092</b>
İlköğretim	171	1374	<b>1545</b>
Ortaokul veya dengi okul	95	1990	<b>2085</b>
Lise veya dengi okul	639	5480	<b>6119</b>
Yüksekokul veya fakülte	985	4650	<b>5635</b>
Yüksek lisans	121	433	<b>554</b>
Doktora	18	60	<b>78</b>
Bilinmeyen	14	182	<b>196</b>
<b>Toplam</b>	<b>2206</b>	<b>18332</b>	<b>20538</b>

**Kaynak:** <https://biruni.tuik.gov.tr/secimdagitimapp/yereladaykazanana.zul>

“Belediye meclisi, belediyenin karar organı olup üyeleri doğrudan seçmenlerce seçilir” (Şengül, 2018, s. 101). Bu bağlamda belediye meclis üyeliği önem arz etmektedir. Eğitim kıstasını aşmayanların toplam aday sayısına oranı %35.78 iken kazanan adaylara bakıldığında bu oranın %28.58 (5871 kişi) olarak düşüş gösterdiği ifade edilebilir.



**2019 mahalli idareler seçimleri kazanan adayların eğitim durumu**

Türkiye’de 6360 sayılı kanun ile büyükşehir sayısı 30’a yükselmiştir. 2019 seçimlerinden sonra Cumhurbaşkanı Kararnamesi ile Diyarbakır, Mardin ve Van’da büyükşehir belediye başkanları görevden alınmıştır. 3 büyükşehir belediyesinde mevcut başkanlar atanmış olarak vekaleten başkanlık yapmaktadır. Bu bağlamda çalışma kapsamına girmediği düşünülerek 27 büyükşehir belediye başkanı ele alınmıştır.

2014 yılı seçimlerinde büyükşehir belediye başkanlığını kazanan 3 kişi lise seviyesinde eğitim düzeyine sahip olarak en alt eğitim düzeyini lise veya dengi okullar olarak belirlemiştir. 2019 seçimlerinde ise çıta bir üst basamağa çıkarak büyükşehir belediye başkanı seçilenlerin en alt eğitim düzeyi lisans olarak dikkat çekmektedir. Ayrıca 3 olan kadın büyükşehir belediye başkanı sayısı 2’ye düşmüştür. Yüksek lisans mezunu olan başkan sayısı 6’dan 7’ye, doktora mezunu olan başkan sayısı da 3’ten 4’e yükselmiştir. 2014 ve 2019 seçimleri karşılaştırıldığında büyükşehir belediye başkanlarının eğitim düzeylerinde yükselme görülmektedir. Önceki bölümlerde de belirtildiği gibi, eğitim düzeyinin siyasette etkili olduğu ve giderek daha yüksek düzeye çıktığı belirtilebilir.

**Tablo 11:** Büyükşehir Belediye Başkanlığı Kazanan Adayların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

<i>Türkiye</i>	<i>Kadın</i>	<i>Erkek</i>	<i>Toplam</i>
Fakülte	2	14	<b>16</b>
Yüksek lisans	-	7	<b>7</b>
Doktora	-	4	<b>4</b>
<b>Toplam</b>	<b>2</b>	<b>25</b>	<b>27</b>

**Seçimlerde Kazanan Adaylar İle Eğitim Düzeyi İlişkisi**

2018 milletvekilliği genel seçimleri ile 2014 ve 2019 mahalli idareler genel seçimleri incelenmiştir. Seçimlerde aday olanlar ile kazanan adayların eğitim durumlarına yer verilmiştir. Kazanan adayların eğitim durumları ile toplam adayların eğitim durumları yasal kıstas olan “ilkokul mezunu olmak” kriteri çerçevesinde karşılaştırılmıştır. Eğitimde yasal kıstası aşmama durumundaki oranların düşüklüğü sırasıyla milletvekilliği, büyükşehir belediye başkanlığı, belediye başkanlığı, il genel meclis üyeliği, belediye meclis üyeliği olarak tespit edilmiştir. Kişilerin eğitim düzeyleri ile seçilme arasında bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Seçilme ile eğitim düzeyi arasında ilişki olduğu görülmüştür. Bu ilişkinin nasıl gerçekleştiği konusunda detaylı bir çalışma yapılmasının gerekli olduğu ileri sürülebilir. Konuyla ilgili üç önerme sunulabilir:

“1.Seçmenlerin algısı: Seçmenler adayların eğitim seviyesine önem verebilirler ve eğitim seviyesi yüksek olanların daha iyi hizmet getireceği düşüncesi seçmenlerin oylarının yönünü etkileyebilir.

2.Siyasi Partilerin tutumu: Eğitim seviyesi yüksek olanların aday gösterilmesi siyasi partilerin bu kişileri daha çok tercih etmesinden kaynaklanabilir. Ancak bu durum belediye başkanlıkları için geçerlidir. Meclis üyeleri ve milletvekilleri için seçilme ihtimali yüksek olan sıralardan aday gösterilmesi olarak söylenebilir. Bu durum liste olarak seçime girilmesi durumunda geçerlidir. Milletvekilliği seçimlerinde 7 vekil çıkaran bir ilde, 3 vekil çıkarma potansiyeli olan bir siyasi partinin adaylarını sıralarken eğitim düzeyi yüksek olanları üst sıralarda konumlandırması örnek olarak aktarılabilir.

3.Eğitim seviyesi etkisi: Eğitim seviyesi yüksek olanlar seçimlerde ve seçim çalışmalarında daha başarılı oldukları için seçilme oranları daha yüksek olabilmektedir.” (Çobanlar, 2018, s. 32).

Farklı önermeler de üretilebilir. Bu önermelerin hiç biri doğrulanamaz veya hepsi de doğrulanabilir. Çalışmanın amacı bu önermeleri araştırmak değildir. Çalışmanın amacı; bu önermelere yol açan durum ve/veya durumlara çözüm önermektir. Eğitim düzeyinin seçimde etkili olduğu seçimlerde aday olan ve kazananlar incelendiğinde görülmektedir. Eğitim durumu olarak *ilkokul mezunu olmamak* kistası dışında bir şartın yer almadığı düşünüldüğünde, eğitim düzeyi düşük olan kişilerin seçilme hakkı konusunda bir fırsat eşitsizliği ile karşılaştığı söylenebilir. Alan içi eğitim ile bu durumun ortadan kaldırılacağı iddia edilebilir. İkinci bölümde seçilmiş yerel yöneticiler ile Aydın İlinde yapılan saha araştırmasının verileri ve siyasetçilerin bu bağlamdaki görüşleri değerlendirilmiştir.

## ARAŞTIRMA VERİLERİNİN İNCELENMESİ

Aydın ilinde 2017 yılı Mayıs Haziran aylarında gerçekleştirilen saha çalışması sürecinde anket yoluyla seçilmiş yerel yöneticilerden veriler toplanmıştır. Zaman ve kaynak kısıtları nedeniyle araştırma Aydın İli ile sınırlandırılmıştır. Yüz yüze yapılan her bir anket ortalama 10-15dk sürmüştür. Araştırmanın evrenini Aydın ilindeki seçilmiş yerel yöneticiler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini Aydın İlinde yer alan büyükşehir belediyesi ve 17 ilçe belediyesindeki seçilmiş yerel yöneticiler oluşturmuştur. 1 büyükşehir belediye başkanı, 17 ilçe belediye başkanı ve 323 belediye meclis üyesi olarak toplamda 341 seçilmiş yerel yöneticinin mevcut olduğu Aydın İlinde 341 anket yapılması hedeflenmiştir. 14 belediye başkanı ve 217 belediye meclis üyesi olmak üzere toplamda 241 seçilmiş yerel yönetici ile anket yapılabilmektedir.

Çalışmada anket sonucu elde edilen bulgular; frekans, yüzde, birikimli yüzde, güvenilirlik analizi tekniklerinden yararlanılarak SPSS Statistics 22 Win programıyla çözümlenmiştir. Güvenilirlik test sonuçlarının  $0.60 < \alpha < 0.80$  aralığında olması durumunda ölçek güvenilir olduğundan, çalışmada yapılan anket sonuçlarının 0.67 ile güvenilir olduğu söylenebilir.

**Eğitim Düzeyinden Kaynaklı Fırsat Eşitsizliği**

Seçimlerde aday olanlar ile kazanan adayların incelemesi yapılırken seçilme ile eğitim düzeyi arasında bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Yasal olarak ilköğretim mezuniyeti kıstası mevcut iken uygulamada üst basamaklara çıkıldığı görülmüştür. Bu durumun bir fırsat eşitsizliği yarattığı varsayılarak seçilmiş yerel yöneticilere, “Yerel yönetici adaylarının seçim öncesinde bir eğitim / sertifika programına katılmaları eğitim seviyesinden kaynaklı fırsat eşitsizliğini ortadan kaldıracaktır” hipotezi yöneltmiştir.

Ankete katılanların %13.9’u (32 kişi) kesinlikle katılıyorum seçeneğini, %34.6’sı (80 kişi) katılıyorum seçeneğini işaretleyerek bir fırsat eşitsizliğinin varlığını kabul etmiştir ve bu hipotezi destekler cevap vermişlerdir. Toplama bakıldığında ankete katılanların %48.5’i (112 kişi) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum seçeneklerini işaretlemiş durumdadırlar. %17.3 (40 kişi) katılmıyorum ve %3.5 (8 kişi) kesinlikle katılmıyorum seçeneklerini işaretleyerek, toplamda %20.8 (48 kişi), bir fırsat eşitsizliğinin olmadığını veya seçim öncesi eğitim / sertifika programının fırsat eşitsizliğini ortadan kaldıramayacağını savunmuşlardır. %29.4 (68 kişi) ise bu konuda fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Ankete katılan bazı seçilmiş yerel yöneticiler fırsat eşitsizliğinin varlığını kabul ettiklerini ancak planlanan alan içi eğitimin içeriğini bilmeden bu problemin giderilip giderilemeyeceğini tahmin edemediklerini ilereyerek bu sebeple fikrim yok veya katılmıyorum seçeneğini işaretlediklerini ifade etmişlerdir.

Seçime katılan adaylar ve kazanan adaylar kıyaslaması ile elde edilen çıkarım sonucunda seçilme ile eğitim düzeyi arasında bir ilişki olduğu ifade edilmiştir. Seçilmiş yerel yöneticilerin vermiş oldukları yanıtlar bu düşünceyi destekler niteliktedir.

Uygulamada eğitim seviyesi yüksek kişilerin tercih edilmesi ve/veya başarılı olmaları bir fırsat eşitsizliği yaratmaktadır. Hâlbuki eğitim düzeyi yüksek kişilerin yöneticilik adına eğitim alıp almadıkları bilinmemektedir. Eğitim düzeyi ilköğretim veya orta öğretim olan kişilerin işleri, yaşamları ve ilgi alanları gereği yöneticilik alanındaki eğitimleri eğitim düzeyi yüksek bireylerden daha çok almış olma ihtimalleri veya yöneticilik alanında daha tecrübeli olma ihtimalleri vardır. Daha başarılı bir belediye başkanı, daha verimli hizmetler veren bir milletvekili veya görev, yetki, sorumluluklarını daha iyi bilip uygulayan bir belediye meclis üyesi olabilecek kişilerin eğitim düzeyleri sebebiyle seçimlerde fırsat eşitsizliğine uğradıkları söylenebilir. Bu durumun çözümü olarak eğitim düzeyi algısının seçimlerden bertaraf edilmesi gerekliliği düşünülebilir. Bu düşünceyi hayata geçirmenin yolu olarak da alan içi eğitimin kurumsallaştırılması gerekliliği söylenebilir. Böylece seçimlere yöneticilik anlamında herkesin eşit eğitim düzeyiyle girmesi sağlanabilir.

### **Siyasette Alan İçi Eğitimin Gerekliliği**

Eğitim düzeyinden kaynaklı fırsat eşitsizliğini bertaraf edebilmek için alan içi eğitimin kurumsallaştırılması fikri ortaya atılmıştır. Bu bağlamda “Belediye yönetiminde alan içi eğitim önemli ve gereklidir” hipotezi seçilmiş yerel yöneticilere sorulmuştur.

Ankete katılan seçilmiş yerel yöneticilerin %56.3’ü (130 kişi) kesinlikle katılıyorum, %36.4’ü (84 kişi) katılıyorum seçeneklerini işaretleyerek toplamda %92.7’si (214 kişi) belediye yönetiminde alan içi eğitimin önemli ve gerekli olduğu hipotezini desteklemişlerdir. Bu durum yönetimin ilkelerinden olan uzmanlık ile de uyuşmaktadır. Kişilerin eğitim düzeylerinin yüksek olup olmaması yönetim alanında uzman olup olmadıklarının tek başına göstergesi olarak sunulamayacağı söylenebilir.

Seçilmiş yerel yöneticilere yöneltilen ankette yer alan “Görev yaptığımız belediyede alan içi eğitim eksikliğinin neden olduğu sorunlar vardır” sorusu ile “Yerel yönetimlerde alan içi eğitim eksikliğinden kaynaklı sorunlar vardır” hipotezi test edilmiştir. Burada seçilmiş yerel yöneticilerin özeleştiri yapacak olmaları nedeniyle cevapların önemli olduğu söylenebilir. Ankete katılanların %20.8’si (48 kişi) kesinlikle katılıyorum, %45.5’i (105 kişi) katılıyorum seçeneklerini işaretleyerek toplamda %66.3’ü (153 kişi) hipotezi doğrulamıştır. Anket sırasında fikirlerini ileten bazı belediye meclis üyeleri bu durumun sebebi olarak görev, yetki, sorumluluklarını ve mevzuatı bilmedikleri için yeterli düzeyde etki edemediklerini ifade etmişlerdir. Hizmet öncesi alan içi eğitim alınması halinde bu sorunların aşılacağı seçilmiş yerel yöneticiler tarafından belirtilmiştir.

Alan içi eğitim algısını ölçebilmek adına “Siyasetçilerin seçim öncesinde bir eğitim/sertifika programına katılmaları gereklidir” önermesi ankete katılanlara yöneltilmiştir. %36.4’ü (84 kişi) kesinlikle katılıyorum, %52.2’si (122 kişi) katılıyorum seçeneklerini işaretleyerek toplamda %88.6’sı (206 kişi) hizmet öncesi alana ilişkin eğitim alınmasını gerekli görmüştür. Bu eğitimin zorunlu olması gerekliliği test edilmiştir. %30.3’ü (70 kişi) kesinlikle katılıyorum, %38.1’i (88 kişi) katılıyorum seçeneklerini işaretleyerek toplamda %68.4’ü (158 kişi) zorunlu bir eğitim/sertifika programının olmasını desteklemiştir.

Ayrıca, ankete katılanların %22.5’i (52 kişi) kesinlikle katılıyorum ve %51.9’u (120 kişi) katılıyorum seçeneklerini işaretleyerek olası eğitim/sertifika programının demokratik açıdan uygun olduğunu belirtmişlerdir.

“Seçim öncesi olası bir eğitim/sertifika programına katılmanın uygulamaya hiçbir katkısı olmaz, boşuna zaman kaybidir” durumuna seçilmiş yerel yöneticilerin %39.8’i (92 kişi) kesinlikle katılmıyorum ve %44.2’si (102 kişi) katılmıyorum cevabını vererek toplamda %84’ü (200 kişi) karşı çıkmıştır ve böyle bir eğitim/sertifika programının hizmet öncesi eğitim niteliğinde olabileceğini iletmışlerdir.

## **SONUÇ VE DEĞERLENDİRME**

Seçimlerde aday olanlar ve seçimleri kazanan adaylardan yola çıkılarak eğitim düzeyinden kaynaklı bir fırsat eşitsizliğinin var olduğu söylenebilir. Fırsat eşitsizliğinin varlığı seçilmiş yerel yöneticiler tarafından desteklenmiştir. Fırsat eşitsizliğinin giderilmesine yönelik alan içi eğitimin kurumsallaştırılması ve hatta zorunlu hale getirilmesi fikri doğmuştur. Seçilmiş yerel yöneticilerden alınan veriler doğrultusunda bu fikrin gerekliliği ve uygulanabilirliği desteklenmiştir.

Bireylerin eğitim düzeyinin yüksek olması kuşkusuz önemlidir. Ancak eğitim düzeyinin yüksek olması bireylerin her alanda yetkin oldukları anlamını içermez. Bir doktor, bir mühendis veya bir avukat olabilmek için alana ilişkin önemli eğitimlerden geçmek gerekmektedir. Ayrıca emlak ofisi açmak veya ticari araç kullanmak için mesleki yeterlilik belgeleri alınması gerekliliği Türkiye’de mevcuttur. Alana ilişkin bir yeterlilik belgesi olmadan (SRC adı verilen yük ve yolcu taşımak için ayrı ayrı düzenlenmiş olan bir belge) bireylerin dolmuş veya kamyon şoförü olmalarına imkan yoktur. Ancak İlkokul mezunu olan birisinin herhangi bir yeterlilik belgesine sahip olması beklenmeden milletvekili, belediye başkanı ve belediye meclis üyesi gibi üst düzey konumlara gelebilmeleri mümkündür. Bu açıdan bakıldığında belediye başkanlığı dolmuş şoförlüğünden veya emlak ofisi işletmekten daha mı kolay görülmektedir veya daha az kişiyi mi ilgilendirmektedir sorusu sorulabilir. Bu sorunun sorulabiliyor olması, seçmenleri eğitim düzeyi yüksek adaylara yönelten bir başka neden olarak sunulabilir.

Bireylerin eğitim düzeyinin siyasette –özellikle uygulamada- etkili bir yer edinmiş olması, eğitim düzeyi düşük kişiler için bir fırsat eşitsizliği yaratmaktadır. Bu durumun alana ilişkin eğitimin kurumsallaşmamasından kaynaklandığı söylenebilir. Alana ilişkin eğitim zorunluluğunun bulunmamasının sonucu olarak eğitim düzeyi ile adayların değerlendirildiği ve yetkin olup olmadıkları konusunda algı oluştuğu ifade edilebilir.

Siyasette alan içi eğitimin kurumsallaşması durumunda seçmenlerin ve/veya siyasi partilerin eğitim düzeyi yüksek adayları tercih etmeleri yerine alana ilişkin eğitimi olan kişileri tercih edecekleri iddia edilebilir. Bu durumun yönetimin ilkelerinden olan uzmanlık ile de uyuşacağı söylenebilir.

Siyasette alan içi eğitimin eksikliğinden kaynaklı başlıca iki sorun olduğu belirtilebilir:

1. Eğitim düzeyi yüksek kişiler seçimlerde ön plana çıkmaktadır. Eğitim düzeyi yüksekliği ile alana ilişkin eğitim aynı anlama gelmemektedir. Alana ilişkin eğitim olmaması ve/veya kurumsallaşmaması sebebiyle eğitim düzeyi önem kazanmıştır. Bu durum eğitim düzeyi düşük ancak yöneticilik kabiliyeti yüksek kişiler için fırsat eşitsizliği yaratmaktadır.

2. Yönetimde uzmanlık ilkesi yok sayılmaktadır. Dolmuş şoförlüğü örneğindeki gibi mesleki yeterlilik belgesi hemen her alanda uygulanmaktadır.

Ancak siyaset alanında uzmanlık, mesleki yeterlilik ve alana ilişkin eğitim durumları göz ardı edilmektedir. Kişilerin eğitim düzeyleri yüksek olsun veya olmasın alana ilişkin eğitimleri eksik olduğu ifade edilebilir. Bu durum (seçilen adayların yönetici olduğu ve/veya yöneticileri atadığı durumlarda) uzmanlık ilkesine aykırılık oluşturmaktadır.

Birçok seçimde olduğu gibi 2019 Mahalli İdareler seçimlerinde de adaylar çeşitli söylemler ile halkın karşısına çıkmışlardır. Dönem şartlarına göre söylemler değişiklik gösterse de, her dönem seçim faaliyetlerinde vurgu yapılan iki durum dikkat çekmektedir. Mevcut başkan tekrar aday olduğunda artık işi öğrendiklerini ve yönetimi işin ehline bırakmalarını söylerken, karşı aday değişiklik gerektiği vurgusunu yapmaktadır. Daha açık bir ifadeyle 2018 Cumhurbaşkanlığı seçimleri sırasında R. Tayyip Erdoğan tarafından; ilk dönem çıraklık, ikinci dönem kalfalık, üçüncü dönem ustalık, dördüncü dönem ve sonrası ise büyük ustalık dönemi olarak adlandırılmıştır. Siyasette alan içi eğitim ile belirtilen dönemlerden bazılarının aşılabileceği (en azından çıraklık döneminin aşılabileceği) iddia edilebilir. Bu bağlamda sadece cumhurbaşkanlığı ve milletvekilliği için değil aynı zamanda yerel yönetimler için de seçilmiş yöneticilerin görevlerine daha hazır olabileceği söylenebilir.

Çalışmada incelenen seçimler ve yapılan araştırmalar sonucunda Türkiye’de siyaset için alana ilişkin eğitimin gerekliliği tespit edilmiştir. Bu bağlamda daha çok çalışma yapılması, uygulamada yaşanan fırsat eşitsizliğinin önüne geçilmesi ve uzmanlık ilkesinin göz ardı edilmemesi önem arz etmektedir. Ayrıca çalışmaya en çok yapılan eleştiri elitist veya teknokrat bir durumu savunduğu konusunda olmuştur. “*Profesyonel yönetici meclis sistemi* olarak bilinen halkın meclisi seçtiği ve meclisin profesyonel bir yöneticiyi başkan olarak atadığı sistemin ABD’de kökleri 1908 yılına kadar gitmektedir” (Sobacı & Köseoğlu, 2016, s. 31). Çalışmada dışarıdan atanan bir başkan olması gerekliliği savunulmamaktadır. Çalışmada tam tersi bir durumun varlığı üzerinde durularak veriler ile ispat edilmek istenmiştir. Elit veya teknokrat bir yönetici kitlesinin siyaset ile uğraşması değil, eğitim düzeyi düşük kişilerin de siyasette yer alabilmesinin daha demokratik olabileceği, fırsat eşitsizliğini kaldırarak sosyal adaleti sağlayabileceği ve alana ilişkin eğitime önem verilmesiyle yönetim ilkelerine daha uygun bir durumun ortaya çıkabileceği ifade edilmiştir.

Olası bir siyasetçi okulunda hangi dersler verilmelidir, aday olunan her mevkii aynı mı kabul edilmeli yoksa farklı farklı eğitimler mi verilmelidir, süresi ne kadar olmalıdır ve okulun geçerliliği nasıl sağlanmalıdır soruları üzerinde ayrıca çalışılmasının katkı sağlayacağı söylenebilir.

## **KAYNAKÇA**

Çoban Kaynak, R. (2017). Sosyal adalet, eşitlik ve sosyal hizmet. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6 (4), 252-260.

Çobanlar, İ. (2018). *Türkiye’de yerel siyasetçilerin eğitimi: aydın ili örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Eryılmaz, B. (2018). *Kamu yönetimi düşünceler-yapılar-fonksiyonlar-politikalar*, 11. Baskı. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

Görmez, K. & Yaylı, H. (2018). *Yerel yönetimler*. Ankara: Orion Kitabevi.

Keleş, R. (2016). *Yerinden yönetim ve siyaset*. İstanbul: Cem Yayınevi.

Özbudun, E. (2018). *Türk anayasa hukuku*. Ankara: Yetkin Yayınevi.

Sobacı, M., Z. & Köseoğlu, Ö. (2016). *Başkanlık sistemlerinde yerel yönetimler: ABD, Brezilya, Şili, Endonezya ve Güney Kore*. İstanbul: Seta.

Salihoğlu, E. (2019). *Cumhurbaşkanlığı hükümet sisteminde yerel yönetimler ve denetimi*. İstanbul: Marmara Belediyeler Birliği Kültür Yayınları

Şengül, R. (2018). *Yerel yönetimler*, 9. Baskı. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

Türkiye İstatistik Kurumu (Tüik). <https://biruni.tuik.gov.tr>, (Erişim Tarihi: 04.04.2019).

Yaşar, M., M. (2014). *Sosyoekonomik açıdan eğitimde fırsat eşitliği: Giresun örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yüksek Seçim Kurulu (YKS). (2018). <https://ysk.gov.tr/doc/dosyalar/docs/24Haziran2018/2018CBMV-MVAdayEgitim.pdf>, (Erişim Tarihi: 04.04.2019).

1982 Türkiye Cumhuriyeti Anayasası.

2839 Sayılı Milletvekili Seçimi Kanunu

2972 Sayılı Mahalli İdareler ve Mahalle Muhtarlıkları İle İhtiyar Heyetleri Seçimleri Hakkındaki Kanun.

Yayın Geliş Tarihi: 13.10.2021

Yayına Kabul Tarihi: 25.11.2021

Online Yayın Tarihi: 31.12.2021

<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1009194>

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

Cilt: 23, Sayı: 4, Yıl: 2021, Sayfa: 1495-1519

ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

*Araştırma Makalesi*

## MODELLING THE INTEREST RATE ASYMMETRIC PASS-THROUGH IN TURKISH LOAN MARKET: NEW EVIDENCE FROM THRESHOLD COINTEGRATION ANALYSIS

Gülden BÖLÜK\*  
Fatih DEMİR\*\*

### *Abstract*

*The current study aims to examine the relationship between banks' marginal cost (official policy rate) and retail rates in Turkish banking loan market. We tested asymmetric pass-through by using threshold autoregressive (TAR) and momentum threshold autoregressive (MTAR) and weekly data over the period of 2011:1 to 2021:36. Empirical results reveal that there is incomplete pass-through between policy rate and retail lending rates as vehicle, housing, and commercial loans. Moreover, it's found that while housing and commercial loan rates are rigid downward, vehicle loan rates are rigid upward. The weak and incomplete adjustment indicate that contestability in Turkish banking market has worsened during the last decades. Within this context, positive, and negative asymmetries in transmission process of Turkish banking system imply that impact of central bank decision on macroeconomic variables (such as inflation, growth etc.) is accepted to be weak in Turkey.*

**Keywords:** Market Power, Turkish Banking, Interest Rate, Asymmetric Pass-Through

## TÜRKİYE KREDİ PİYASASINDA FAİZ ORANI ASİMETRİK GEÇİŞİNİN MODELENMESİ: EŞİK EŞBÜTÜNLEŞME ANALİZİNDEN YENİ KANITLAR

### *Öz*

*Bu çalışma, bankaların marjinal maliyeti (resmî politika oranı) ile perakende oranları arasındaki ilişkiyi Türkiye bankacılık kredi piyasası kapsamında analiz etmeyi amaçlamaktadır. Asimetrik geçişkenliği, eşik otoregresif (TAR) ve momentum eşik*

---

*Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):*

Bölük, G., Demir, F. (2021). Modelling the interest rate asymmetric pass-through in Turkish Loan Market: New evidence from threshold cointegration analysis. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (4), 1495-1519.

\* Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, ORCID: 0000-0001-8901-8503, [guldenboluk@akdeniz.edu.tr](mailto:guldenboluk@akdeniz.edu.tr).

\*\* Dr. Öğr. Üyesi, Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, ORCID: 0000-0002-6787-3960, [fatihdemir@sdu.edu.tr](mailto:fatihdemir@sdu.edu.tr).



otoregresif (MTAR) modellerini ve 2011: 1-2021: 36 dönemi haftalık verileri kullanarak test ettik. Ampirik sonuçlar, politika faiz oranı ile taşıt, konut ve ticari kredilerden oluşan perakende kredi oranları arasında tamamlanamayan geçişkenlik olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca konut ve ticari kredi oranlarının aşağı yönlü katı, araç kredisi oranlarının ise yukarı yönlü katı olduğu görülmüştür. Zayıf ve tamamlanamayan ayarlama, son on yılda Türk bankacılık piyasasındaki rekabet edilebilirliğin kötüleştiğini göstermektedir. Bu bağlamda, Türk bankacılık sisteminin aktarım sürecindeki pozitif ve negatif asimetri, Türkiye'de merkez bankası kararlarının makroekonomik değişkenler (enflasyon, büyüme vb.) üzerindeki etkisinin zayıf olarak kabul edildiğini göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Piyasa Gücü, Türk Bankacılığı, Faiz Oranı, Asimetrik Geçiş

## INTRODUCTION

An essential question in economy is the microeconomic issue of whether prices asymmetrically sticky-whether the speed at which a price increases is different from the speed at which it decreases. An important set of prices in the macroeconomy are consumer "interest rates" (hereafter IRs) determined by banks due to their key role in the monetary policy mechanism (Scholnick, 1999). To implement effective monetary policy, when Central Banks increase or decrease its policy IRs (official rates), retail banks should react by transferring any costs to the commercial banks' lending and deposit rates. A close link between retail interest rate (hereafter RR) and policy IR (or money market rate) refer to a high interest-rate pass-through (hereafter IRPT). A higher pass-through (hereafter PT) from official market rate to RRs signals more effectively functioning banking system and effective monetary policy. Commercial banks should transfer any increase or decrease of policy IR to RRs (including the lending and deposit) rates. As mentioned above, this transmission process is called to be "IRPT" (Matemilola et.al., 2015). If IRPT is incomplete this might violate the Taylor principle<sup>1</sup> and monetary policy aiming to stabilize the economy will be ineffective (Aziakpono and Wilson, 2013). If monetary policy is efficient, an increase or decrease in the central bank official rate is meant to be transferred to RR, finally having effect on consumer and business lending rates, investments, inflation rate and therefore aggregate demand and economic growth (Haughton and Iglesias, 2012; Karagiannis et.al., 2010). There is ongoing controversy over whether this transmission process is symmetric or not (Roelands, 2012). Empirical studies indicated that this transmission process from policy rate (set by central bank) to commercial bank IRs incomplete and may be asymmetric. According to the this, commercial banks tend to raise retail rates on loans at roughly the same speed as the reference rate, but they lower their rates on loans more slowly.

When policy rate was raised by the central bank, commercial banks increase retail lending rates quickly and by roughly the same amount. However, when policy rate falls, bank retail lending rates adjust more sluggishly and not completely. In

---

<sup>1</sup> Taylor principle points out that "central bank should change its interest rate instrument more than one-to-one with increases in inflation and monetary policy would fail to be stabilizing" (Marotta, 2009).

other words, pass-through usually appears to be less complete during falling rate periods compared to rising rate periods. Since asymmetric transmission of bank IR in case of expansionary or contractionary monetary policy might have different effect on price stability as well as the economic growth, understanding how much, how fast, and how symmetrically a decrease or increase in the policy IR is passed to RR is very important for designing and implementing of monetary policy (Gambacorta and Iannotti, 2007). The nature of asymmetric pass-through (hereafter APT) in banking system is of great importance in two respects: First, since commercial rates affect the output and price level in the economy and second it provides better understanding of commercial banks' conduct and competitive conditions in the retail segment of banking sector (Malile, 2013). Moreover, detecting the APT from benchmark policy rate to RR would give insights into pricing behavior of commercial banks in the money market. In this context, we examine the how effectively the policy IRs are transmitted retail lending rates in banking sector for Turkey.

The power of influence of implemented monetary policy on the macroeconomic variables has long attracted the interest of monetary economists, academicians, and policy makers. There are too many studies on APT issue, however, to date empirical evidence from literature has reached contradictory findings. The literature also reveals different results in the short and long term. APT in interest rate adjustment has also attracted attention in industrial organization literature to clarify how costs are transferred through to prices in oligopolistic market since deposit taking institutions have monopoly power in price setting (Hofmann and Mizen, 2004). If market structure is competitive, “*profit-maximizing bank will adjust their rates immediately to changes in the market conditions, but if the market conditions are not perfect (owing, barrier to entry or imperfect competition), bank IRs may be rigid due to inefficiency*” (Aziakpono and Wilson, 2013, p.4). In a highly concentrated market, oligopolistic behavior of banks may be a reason of asymmetric adjustment of IR in response to changes (downward or upward) in benchmark policy IR (Aziakpono and Wilson, 2013). As highlighted by Sznajderska (2012), fierce competition among the banks appear to cause quicker IRPT. For example, by evaluating the IRPT in Italy Gambacorta and Iannotti (2007) revealed that when the Consolidated Law, which is amplified the competition, was enforced in Italy in 1993, the speed of IRPT increased and asymmetry related to monetary policy regime almost disappeared. Based on the "structure-conduct-performance (SCP) paradigm" higher market concentration will reduce the competition by facilitating explicit collusion among the firms. Accordingly, Sørensen and Werner (2006) found out that the high degree of concentration negatively affects the speed of IRPT in the euro area. Therefore, it seems that banks tend to set high interest margins (less competitive) on lending and deposit rates in case of high degree of concentration. In the same way, Corvoisier and Gropp (2001), Maudos and de Guevara (2004), Cottarelli and Kourelis (1994) and Borio and Fritz (1995) empirically proved that

stronger market power (i.e., reduction in a competitive pressure due to entry barriers) leads stickier lending rates in banking industry.

Theoretically, there are different factors can affect the adjustment of IR such as monetary policy orientation, financial structure, bank size, the degree of financial market openness, menu cost, asymmetric information *etc.* Among the others, monopoly power is one of the reason APT in money market but most common one. Turkish banking sector underwent structural changes after the period of financial liberalization in 1980s (Gunalp and Celik, 2006). Moreover, after 2001 crisis, the macroeconomic conditions led to important restructuring process in Turkish banking sector. This restructuring of banking industry led increase in concentration rates due to mergers and acquisition activities and liquidation of some insolvent banks (Abbasoglu et.al., 2007). Some studies examined the competitive structure of Turkish banking sector (See Repkova and Stavarek, 2014; Contuk and Burucu, 2016) and concluded that “*banks in Turkey do not operate in a competitive environment, and they seek and utilize monopoly rents IRT*”. Moreover, twelve banks were fined for adopting anti-competitive loan policy by Turkish Competition Authority in 2013 in Turkey (TCA, 2013).

Therefore, whether PT is symmetric or not is very important for Turkey that experienced financial reforms in last decades, which can reduce the effectiveness of monetary policy. As a results of implemented financial reforms the number of banks increased, and competition accelerated between commercial banks and other financial institutions in Turkey. However, since banks worked under the small profit margins, merger and acquisition activities involving many banks accelerated to benefit efficiency gains and as a result concentration rate increased. This may have already affected the efficiency of the banking sector and monetary policy to stabilize the economy. Recently, monetary policy has become very important in terms of the stability of the economy since Turkish economy faced with hard times due to currency crisis in August 2018, prolonged high inflation, and Covid-19 pandemia. Although, pass-through process plays very important role in terms of the efficiency of monetary policy in Turkey, research on APT of interest rates in Turkey is comparatively rare. There are few studies (to our best knowledge) focusing on APT in Turkey and findings of these studies are controversial (see Aydın (2007), Özdemir (2009), Yüksel and Özcan (2015) and Yıldırım (2014), Binici et.al. (2018), Avcı and Yucel (2017) Sahin and Cicek (2018)). While Ozdemir (2009), Yüksel and Özcan (2015), and Avcı and Yucel (2017) rejects the asymmetry in IRPT, others found some evidence supporting the APT hypothesis in Turkish money market.

The main contribution to previous studies is two folds: First, the time interval of our dataset is based on the longer period ranges 2011 to 2020 and contains more recent observations, which covers the unconventional monetary policy period of the Central Bank of Republic of Turkey (CBRT) that implements a wide asymmetric IR corridor as a policy tool. Secondly, apart from the previous studies on Turkey, we use weekly data since a weekly approach will produce more accurate trend and better

reflects shifts in RRs. For this purpose, in this study, how policy rate changes are passed to retail lending rates has been examined for Turkey. In order to determine the APT between IRs, threshold cointegration test based on TAR and M-TAR proposed by Enders and Siklos (2001) has been employed for empirical analysis.

The rest of this paper is organized as follows. Section 2 presents brief information on the structure of Turkish banking industry. Section 3 gives a review on the literature related to the asymmetric interest pass-through in banking sector. Section 4 describes the data and methodological approach adopted, while Section 5 presents and interprets the empirical findings. Finally, Section 6 concludes.

### **BRIEF INFORMATION ON THE STRUCTURE OF TURKISH BANKING SECTOR**

Turkish banking sector experienced important structural changes after the financial liberalization program in January 1980. By this program it was targeted to increase efficiency and competitiveness of banking sector in Turkey. With the implementation of liberalization program, the number of banks increased from 43 in 1980 to 79 in 2000 as a result of abolishment of many restrictions on market entry, IRs and exchange rates. The number of foreign and national banks, their branches, total assets and shares in GNP increased between 1980-2000. Although the share of publicly owned banks decreased from 44 to 34 in this period, they were dominant position in banking sector. Despite the number of foreign banks increased, their share in the sector remained small. The profitability of Turkish banking sector also increased. For example, real profits of private banks increased five-fold during 1981-1990 period. However, some studies (See Zaim (1995), Mercan and Yolalan (2000) and Kasman (2002)) highlighted that in spite of the efficiency gains in 1980s, high profit rates were realized due to monopoly power not the efficiency gains after 1994. Günalp ve Çelik (2006) analyzed the degree of competition in Turkish banking market by using S-C-P paradigm and efficiency hypothesis and found that banks earned high revenue since they operate under imperfect competition. Moreover, authors concluded that liberalization process and deregulation program in 1980 induced the competition among the banks in the sector. After 2001 crisis macroeconomic development led to important structural change in Turkish banking sector due to merger and acquisition operations and liquidation of some insolvent banks. Abbasoglu et.al. (2007) by using Panzar and Rosse's approach and data from 2001-2005 evaluated the level of concentration and competition in Turkish banking sector. Although authors found no link between concentration level and competition, they concluded that concentration ratio increased in analyzing period due to increasing trend of HHI. Moreover, the structure of banking market in Turkey was found to be monopolistic competition instead of oligopoly (Abbasoğlu et.al., 2007).

Turkish banking sector (like in many industrialized and emerging countries) has experienced structural changes because of implemented structural reforms and liberalization program in the last decades. The main purpose of these efforts was to set up more competitive and efficient banking sector. However, since the

liberalization program was implemented without the macroeconomic stability, reform efforts ended up with serious crises in 1994 and 2001. Many banks went bankrupt, and all their assets were transferred to the Saving Deposit Insurance Fund. In the context of standby agreement with the International Money Fund (IMF), government put into force a new financial restructuring program highlighting the “*importance of governmental regulation and supervision to enhance the soundness and stability of the banking system*”. Moreover, a new regulatory authority, named as Banking Regulation and Supervision of Turkey was established. Since efficiency was important to survive, a consolidation wave became inevitable through merger and acquisition operations. Moreover, the share of foreign ownership in Turkish banking sector increased in this period (Kasman and Kasman, 2015).

Turkish banking system has three ownership types: state owned banks, foreign owned banks and domestically owned private banks. Following the 2001 financial crisis, many banks were forced to exit the banking system. After the Turkish Banking Restructuring Program in 2001, the structure of banking market substantially changed; the number of banks decreased, and relative share of banks also differentiated. Furthermore, many banks left the Turkish banking sector in this period. While the total number of banks was 61 before the 2001 crisis, today 49 banks are operating in banking sector (TBB, 2021). Due to structural measures and regulatory reforms, it can be said that Turkish banking market has more robust structure today. Turkish banking has a market dynamic like an emerging market economy. The banking sector has increased its weight in Turkish financial system. Banks still play dominant role since total assets of banking sector was around 87 % of total assets of financial. The ratio of asset size of Turkish banking sector to GDP increased from 0.87 in 2010 to 1.05 in 2019 (TBB, 2021). Therefore, this show that banks have key role in achieving financial stability in the economy.

As highlighted above, the market structure and competitive conditions changed due to liberalization and restructuring process in last decades in Turkey. For example, total number of banks in the sector decreased from 67 in 2001 to 48 in 2020 (- 40 %) while the total number of branches increased from 6,983 in 2001 to 9,864 (41 %). Total assets have increased by 36 % in 2019 compared to previous year. In this context, Aksoy (2019) evaluated the Turkish banking sector by using Herfindahl Hieschman and Hall-Tideman indexes and revealed that level of concentration increased in terms of total assets and total deposits in 2003-2016 period. According to the TBB (2021), concentration rate increased from 58 % in 2002 (first five largest banks according to the total asset) to 59 % in 2020 (TBB, 2021). Since Avci and Yucel (2017) found positive relationship between banking industry concentration and IRPT in Turkey, bank RR rates may be asymmetric to actions of central bank.

## **LITERATURE REVIEW**

This section presents the theoretical approaches that explaining the phenomenon of APT and then summarizes the results of the empirical studies on APT.

### **Theoretical Framework**

IRPT defines how changes in authority policy IR are transmitted to bank RRs such as deposit rates and lending rates (Zhang et.al., 2017). Efficient market requires symmetry in pass-through mechanism in IR adjustment. To have an idea about this, by using "symmetry hypothesis" it is tested magnitude of negative and positive adjustment of retail rates (deposit and lending) in reaction to changes in benchmark policy IRs (Karagiannis et.al., 2010). As underlined in the literature banks has a vital role in the IRPT and a fuller and faster PT enhances the effectiveness of monetary policy to ensure stabilized economy (Zhang et.al., 2017).

For the effectiveness of monetary policy, the reaction of RRs to monetary easing and tightening is expected to be symmetric. Moreover, a change in the official IR is passed to other RRs immediately, "*while the magnitude of the changes that is passed on to RRs should be large enough to influence aggregate demand*" (Apergis and Cooray, 2015, p. 155-156). APT adjustments have important welfare results and policy implications. If IRs adjust upward faster than downward, "*commercial banks are in position to generate large profits at the expense of their customers*" (Apergis and Cooray, 2015, p.156). Consequently, APT would suggest that customers are not benefiting from any RR reduction. In a symmetric condition when the cost of money (deposits rates) changes, this change should be completely and fully transmitted in short-term RR, which will later be passed on to lending (or long-term) bank rates. RR, however, might be sticky due to factors such as price leadership, imperfect information, menu costs, transaction costs, imperfect competition, central bank intervention *etc.* (Apergis and Cooray (2015).

Asymmetric behavior of commercial banks is generally explained using two competing hypothesis- "bank's price hypothesis" or "the bank concentration" and "consumer reaction hypothesis". According to the collusive behavior hypothesis, deposit rates will be rigid upward when the benchmark policy rate of central bank is raised, while the lending rates will be rigid downward when the official rate is increased (Aziakpano and Wilson, 2013). Consumer reaction hypothesis argue that, when retail banks operate in a competitive market condition, they would refrain from the negative reactions of consumers due to lending rate increases or deposit rate decreases. In case of asymmetric adjustment conditions, lending rates would be rigid upwards and deposit rates would be rigid downwards (Jamilov and Egert 2014). However, bank's collusive price hypothesis argue that retail banks are more likely to decrease deposit rates and increase lending rates, in case of banks able to abuse monopoly power and arrange IRs based on their interests (Kargianniset.al., 2010, pp.3-5). The collusive behavior hypothesis focuses on the level of competition

among commercial banks and the concentration rates of retail market. Under the bank concentration (or collusive price) hypothesis, banks are not willing to decrease lending rates because they hesitate to disrupt their collusive agreements. Therefore, collusive behavior hypothesis claims that lending rates are rigid downwards and the deposit rates upwards (Matemilola et.al., 2015). Hannan and Berger (1991) and Neumark and Sharpe (1992) for example, found evidence that rigidity of RR in US deposit market is greater in highly (more) concentrated regional markets. Similarly, Borenstein et.al. (1997) argue that downward stickiness on the PT of marginal cost to pricing can also be rationalized by a less competitive behavior. Similarly, Neumark and Sharpe (1992) showed that partial reason for asymmetry in bank deposit market is high level of concentration. These findings mean that commercial banks with monopoly power increase deposit rates slowly, but decrease the rates quickly (Jamilov and Egert, 2014).

On the other hand, consumer reaction hypothesis focuses on the reaction of customers to official rate changes. This hypothesis argues that if commercial banks operate competitive conditions, they can not rise the “*lending rate because they fear negative reactions from customers*”. Under this hypothesis, lending rates will be rigid upward when official rate has been increased by central banks (Matemilola et.al, 2015). Other related theories that explain APR are “*consumer behavior hypothesis*” and “*adverse selection hypothesis*”. The consumer behavior hypothesis underlines the degree of consumer sophistication related to the financial markets. Moreover, search and switching cost related to alternative sources of financing poses the main reasons of this hypothesis. If the rate of unsophisticated consumers higher to rate of sophisticated ones along with the search and switching costs lead banks have stronger market power to IRs to their advantage. Similar to collusive behavior hypothesis, the consumer behavior hypothesis states that lending rates are rigid downward. As pointed out by Stigliz and Weiss (1981), the adverse selection hypothesis argues that asymmetric information causes an adverse selection problem because high IRs attract riskier borrowers. As a result, “*banks avoid rises in lending rates and ration credit to circumvent loan default by riskier borrowers*” (Matemiola et.al., 2015). In the same way, the adverse selection hypothesis states that lending rates will be rigid upwards like the consumer reaction hypothesis (Matemilola et.al, 2015).

### **Empirical Evidence**

APT in interest rate in money market is well documented by many empirical studies. For example, employing disaggregated general-to specific (GETS) method Karagiannis et.al. (2010) analyzed the IRPT in Greece, Bulgaria and found evidence supporting negative asymmetry in adjustment of RR for Bulgaria and Slovenia due to different level of competition and liberalization process in these countries. Jamilov and Egert (2014) analyzed the IRPT for Armenia, Azerbaijan, Georgia, Kazakhstan, and Russia (Causes economies) by using ARDL and monthly data. Authors found that IRPT is systematically incomplete and sluggish due to instability in

macroeconomy and uncompetitive structure of banking sector. Hofmann and Mizen (2004) examined the PT of official rates to individual financial institutions' RR by using monthly data over the period 1985-2001 and cointegration (VAR) method for UK. Authors found complete PT for deposit rates but not for mortgage rates. Haughton and Iglesias (2012), analyzed the impact of IR volatility on RRs and the monetary transmission mechanisms in the countries of Carabian Single Market and Economy using monthly data over the period 1995-2010 and Asymmetric TAR and MTAR cointegration models. Authors found complete PT in retail lending for US, Trinidad and Tobago and St.Lucia but not for other 9 Asian countries. Moreover, they indicated that deposit rate is characterized by upward rigidity due to collusive pricing arrangements. Therefore, commercial banking market in Carabian countries found to be having oligopolistic structure. Gambacorta and Iannotti (2007) examined the velocity and APT of the reaction of bank RRs to monetary policy shocks by using Asymmetric Vector Error Correction Model (AVECM) over the period of 1985-2002 found evidence supporting APT in Italy in short-run. This result indicated that commercial banks adjust their loans (deposit) rate quickly during the period of monetary tightening (easing). Using quarterly data over the period of 1983-2002 and error correction method (ECM), Chong et.al. (2006) detected APT in benchmark money market and found that adjustment speed of RRs in response to changes in official rates differs across both financial institutions and financial products and tends to be asymmetric. Similarly, using non-linear threshold error correction model and monthly data over 1995-2008 Becker et.al. (2012) validated the APT in UK. Focusing on the 23 banks in the mortgage-lending market in Switzerland, Cecchin (2011) found that the PT of adjustable-rate mortgage is incomplete and sluggish compared to fixed rates, in other words banks react more quickly on impact to falling benchmark rates compared to the opposite case. Moreover, changes in RR found to be transmitted fully and quickly when benchmark rates are decreasing. Author also found that adjustment of fixed-rate mortgage rates displays downward rigidity, which points out the existence of imperfect competition. Cecchin (2011) also revealed that “*financial institutions were more prone to passing on market rate changes when rates of fixed-rate mortgages were below their equilibrium, indicating that commercial banks were abusing some degree of monopoly power (collusive-pricing hypothesis)*”. Aziakpono and Wilson (2013) focused on South Africa and demonstrated that commercial banks are not eager to adjust their RRs upward in reaction to policy rate changes due to collusive behavior of banks. Similarly, Lim (2002) analyzed the adjustment process among a bank bill rate, loan rates and deposit rates by using data over the period of 1990-2000 and multivariate ECM in Australian banking sector. Author found that the magnitudes of the short-run response of the loan and deposit rates to shocks are asymmetric between the periods of monetary easing and monetary tightening. In this period, it is seen that banks value their borrowings customers and tend transmit on decreases in the loan rates quicker than they transmit on increases. Author concluded that this strong rigidity comes from the oligopsonic behavior. Using data during the period 1994-2001 and structural ECM model, Liu et.al. (2008) found evidence supporting the APT in the adjustment of RR



in banking sector in New Zealand. Malile (2013) investigated the APT using the data over the period of 2001-2013 and OLS method for Albania. Results validated the APT in this country.

Matemilola et.al. (2015) analyzed the IPT using Asymmetric Error Correction Model (AECM) and monthly data over the period 1978-2012 in South Africa and revealed that “*commercial banks adjust their lending rate downward but the lending rate rigid upward*” (Matemilola et.al., 2015). Another finding is that this rigidity validates the consumer reaction hypothesis in money market. Marotta (2009) examined the role of size and speed of IRPT by using data over the period 1993-2003 in EU. Author found evidence in favor of APT for France and Netherland. Payne (2007) analyzed the reaction of mortgage IRs to changes in the federal funds rate by using MTAR model and data over the period of 1971-2005 in USA and found evidence in favor of APT in short-run. Payne (2007) analyzed the reaction of adjustable-rate mortgages to federal funds by using MTAR model and the data over the period 1987-2005 in USA. Author results confirmed APT with upward rigidity due to customer reaction and adverse selection hypothesis. Using AECM, Rocha (2012) confirmed significant APT in Portugal over the 1993-2002 period. Sander and Kleimer (2004a) analyzed the IRPT in Euro-zone and found rigidity in short-run. Another important finding is heterogeneity across the Euro-zone has decreased in some banking markets and higher level of competition improves the PT in deposit markets. Scholnick (1996) detected the APT in Singapore and Malaysia and revealed that deposit rates in both countries are rigid when they are below their equilibrium level (downward rigidity) due to validation of collusion hypothesis. Using threshold error-correction model (TECM), Su and Chang (2010) confirmed the APT in RR for eight Eastern European Countries. Winker (1999) examined the IPT for Germany in 1975-1989 period and found that loan rates react even slower than deposit rates due to asymmetric information. Wang and Thi (2008) analyzed IPT in retail rates in Taiwan and found upward rigidity in deposit rates and downward rigidity in lending rate due to collusive pricing arrangements. Similarly, using EC-EGARCH (1,1) model and monthly date from 1997 to 2004, Wang and Lee (2009) examined the impact of IR volatility on RRs of U.S. and nine Asian countries. Authors results validated the APT due to collusive pricing agreements in five countries. By using threshold asymmetric ECM and monthly data from 1989 to 2011, Valadkhani and Anwar (2012) showed that increases in RRs are transmitted onto the consumer than cuts in Austria. Sznajderska (2012) tested the APT by employing TECM and MTAR models for Poland in 2004-2011 period and revealed that deposit of firms reacts significantly stronger to decreases than to increases of money market rate. Apergis and Cooray (2015) tested IPT in USA, UK and Australian banking sector by using Non-linear Auto-Regressive Distributed Lag Model (NARDL) and Error Correction Model (ECM) and found evidence supporting APT in Australia in 2000-2013 period. By using ARDL bounds test and monthly data in 2008-2017 period, Rutayisire (2020) analyzed the transmission process between policy-controlled IRs (repo and treasury bill rates) and the bank deposit rates in Ruwanda and found that IRPT is

incomplete in banking sector. Similarly, Bennouna (2019) examined the relationship between marginal cost and retail lending rates using quarterly survey data over the 2006-2016 period and panel cointegration method. Her results supported high level asymmetric adjustment over the bank products.

Unlike the studies that found asymmetry in IRPT, some other studies supported the symmetry hypothesis. For example, Sander and Kleimer (2004b) analyzed the transmission of monetary policy onto RRs in banking sector in eight Central and European countries (CEECs). Using the monthly data over the period 1993-2003 and cointegration (VAR) method, authors found homogenous pass-through in CEECs. Scholnick (1999) analyzed whether IRPT is asymmetric or not in Canada and US and found no significant asymmetry in both countries. Yuksel and Ozcan (2015) examined the APT by using TAR and M-TAR models in 2001-2011 for Turkey and found all loan types exhibit symmetric adjustment.

A different group of studies, however, focused on the causes of APT in financial markets. In this context, Quoc and Huy (2013) analyzed the explanatory factors of asymmetric relationship in IRPT by using quarterly data of six commercial banks over the period of 2009-2012 and dynamic model in Vietnam. Authors revealed that capital and liquidity requirements of commercial banks are the main reasons of APT in Vietnam banking sector. Employing Boone indicator for novel measure of competition and ECM van Leuvensteijn et.al. (2007) examined the impact level of competition in loan market on IRs during the period 1994-2004 at regional level in Euro. Authors found that higher level of competition implies significantly lowers spreads between bank and market IRS for most loan market products. Another important finding is that higher level of competition is closely linked with the lower bank RR and stronger PT in IRs. Employing the data of 98 largest bank in US money market, Roelands (2012) demonstrated that the asymmetry in IRPT can be explained by capital and liquidity requirements. Author argued that when banks are constrained, the PT to RR is either incomplete or zero.

## **DATA AND ECONOMETRIC METHODOLOGY**

### **Data**

As of the end of 2010, the CBRT preferred a monetary policy in which multiple interest rates were used as a policy tool. This path has created difficulties in understanding exactly what the monetary policy stance is. Therefore, the monetary policy stance of the CBRT has been tried to be followed over an average of the interest rates of different policy instruments at different maturities in which it funds the market. With this approach, the weighted average interest rate is calculated by taking into account the CBRT's overnight lending rate and weekly repo rate, as well as the amount of funding liquidity. This average interest rate, called the weighted average funding cost (WFC), is considered an important indicator of the monetary policy stance (Ekinici et. 2016; Kuzu, 2017). Kara (2015) and Binici et al. (2016) state that monetary policy can be summarized in terms of two interest rates (BIST

interbank overnight interest rate and average funding rate). In addition, it is emphasized that both interest rates play an important role in determining bank loans and deposit interest rates (Kara, 2015; Binici et al. 2016). However, in a recent study, it was determined that WFC has a greater effect on the bank loan and deposit rates than the BIST interbank overnight interest rate (Büberkökü and Kızılder, 2019). Therefore, WFC has been taken into account as the policy interest rate in the study, with the thought that it represents the monetary policy stance of the CBRT well and has a greater effect on bank loan interest rates.

RRs include weighted average lending rates (cash, vehicle, housing and commercial) in terms of Turkish Lira. All variables consist of 557-week data covering 2011:1-2021:36 period. The data is obtained from the CBRT Electronic Data Delivery System. Descriptive statistics of variables are presented in Table 1.

**Table 1:** Descriptive Statistics

	Policy Rate	Retail (Loan) Rate (RR)			
	WFC	Cash	Vehicle	Housing	Commercial
<b>Mean</b>	11.09	18.25	15.88	13.58	15.63
<b>Maximum</b>	25.50	39.36	33.85	29.28	36.17
<b>Minimum</b>	4.52	8.27	9.48	8.29	8.09
<b>Std. Dev.</b>	5.37	5.12	5.07	3.97	5.09
<b>Observations</b>	557	557	557	557	557

Mean values show that the housing loan IR is close to the policy IR. It can be said that the IR of cash loan is the highest IR. In addition, the highest standard deviation is observed in policy IRs. This indicates that the cost of funding varies more than the loan IRs.

### Methodology

The main aim of the current study is to examine the PT of changes in the policy IR determined by the monetary policy authority to market loan IRs. For this purpose, long and short-run relationships between variables must be determined. However, if the variables are non-stationary, the spurious regression relationship between variables is encountered, as revealed in the studies of Granger and Newbold (1974) and Phillips (1986). Therefore, it is important to determine whether the variables are stationary or not. Stationarity examination can be performed using Augmented Dickey-Fuller (ADF) developed by Dickey and Fuller (1979) and Phillips and Perron (1988) (PP) unit root tests and the order of integration of variables can be revealed. If the variables are integrated of the same order, Engle and Granger (1987) proposed cointegration test based on the motivation that variables may be in a long-run equilibrium relationship.

According to this approach, Equation (1) is estimated by the Ordinary Least Squares (OLS) method as the first step.

$$RR_t = \theta + \varphi WFC_t + \varepsilon_t \tag{1}$$

where  $RR$  and  $WFC$  denote retail interest rate (loan rates) and policy IR respectively and are integrated of the same order, particularly  $I(1)$ . In addition, Equation (1) can include trend and lagged dependent variables.

In the second step, residuals ( $\varepsilon_t$ ) are obtained from Equation (1). If the residuals are stationary at level, it is decided that there is a cointegration relationship between variables. Unit root test based on the ADF procedure shown in equation (2) is applied to residuals. The critical values for unit root test were proposed by MacKinnon (1991).

$$\Delta\varepsilon_t = \vartheta\varepsilon_{t-1} + e_t \tag{2}$$

According to Equation (2), null hypothesis ( $\vartheta = 0$ ) is defined as the presence of a unit root and means that there is no cointegration relationship between variables. The rejection of the null hypothesis is determined that residuals are  $I(0)$  and hence there is a cointegration relationship between variables. Cointegration relationship means that there is a long-run equilibrium relationship between variables. However, deviations from equilibrium can occur in the short-run and a return to long-run equilibrium is provided through the error correction mechanism.

Engle and Granger (1987) is an approach to adjusting symmetrically the effect of shocks that cause short-run deviations. In some cases, however, it can be seen that the deviations that occur in the short-run due to the effects of shocks are adjusted asymmetrically. Although the asymmetric adjustment is valid, a specification error is made if the Engle and Granger (1987) approach is used.

Enders and Granger (1998) and Enders and Siklos (2001) based on the Threshold Autoregressive Model (TAR Model) have come to the fore. In this respect, Enders and Granger (1998) and Enders and Siklos (2001) proposed an approach based on the Threshold Autoregressive (TAR) Model for cointegration relationship between variables integrated of order one.

According to Enders and Siklos (2001), if the shocks in the short-run is asymmetrically adjusted return to long-run equilibrium, threshold cointegration test based on TAR is performed as in Equation (3) taking into account the residuals ( $\varepsilon_t$ ).

In addition, as shown in Equation (4), threshold cointegration can be expanded by adding lagged of  $\Delta\varepsilon_t$  to the test equation so that  $e_t$  could be white noise.

$$\Delta\varepsilon_t = I_t\rho_1\varepsilon_{t-1} + (1 - I_t)\rho_2\varepsilon_{t-1} + e_t \tag{3}$$

$$\Delta\varepsilon_t = I_t\rho_1\varepsilon_{t-1} + (1 - I_t)\rho_2\varepsilon_{t-1} + \sum_{i=1}^{p-1} \psi_i\Delta\varepsilon_{t-i} + e_t \quad (4)$$

where  $I_t$  is the Heaviside indicator function and is determined as follows:

$$I_t = \begin{cases} 1 & \text{if } \varepsilon_{t-1} \geq \tau \\ 0 & \text{if } \varepsilon_{t-1} < \tau \end{cases} \quad (5)$$

where  $\tau$  is the threshold value. For any value of  $\tau$ ,  $\varepsilon_t$  is stationary if  $\rho_1 < 0$ ,  $\rho_2 < 0$  and  $(1 + \rho_1)(1 + \rho_2) < 1$  conditions are valid for Equation (3). The null hypothesis indicating that there is no long-run equilibrium relationship between variables ( $\varepsilon_t$  is not stationary at level) is tested as  $\rho_1 = \rho_2 = 0$  in the threshold cointegration test. Moreover, the validity of  $\rho_1 = \rho_2$  points to symmetric adjustment, as in Engle and Granger (1987) approach.

A different alternative for  $I_t$  in Equation (5) is proposed by Enders and Granger (1998). This alternative Heaviside indicator function defined as in Equation (6).

$$M_t = \begin{cases} 1 & \text{if } \Delta\varepsilon_{t-1} \geq \tau \\ 0 & \text{if } \Delta\varepsilon_{t-1} < \tau \end{cases} \quad (6)$$

The use of the  $M_t$  indicator function on Equation (3) is called Momentum Threshold Autoregressive Model (M-TAR) and defined as Equation (7). Lagged of  $\Delta\varepsilon_t$  could be added to Equation 7 so that the residuals ( $e_t$ ) are white noise.

$$\Delta\varepsilon_t = M_t\rho_1\varepsilon_{t-1} + (1 - M_t)\rho_2\varepsilon_{t-1} + e_t \quad (7)$$

In the M-TAR Model, as in the TAR Model, the threshold cointegration test is based on testing the null hypothesis ( $\rho_1 = \rho_2 = 0$ ), which means that there is no cointegration. In addition, testing of the null hypothesis ( $\rho_1 = \rho_2$ ) defining the symmetric adjustment is also performed.

Akaike (AIC) and Schwarz Information Criteria (SIC) could be used to decide which of the TAR and M-TAR models will be preferred. Critical values for threshold cointegration test were presented in Enders and Siklos (2001). The critical values for the symmetric adjustment test are made through the standard F distribution.

An important issue for TAR and M-TAR Models is the determination of the threshold value ( $\tau$ ). There are two cases for determining the threshold value; i) given as  $\tau = 0$  and ii)  $\tau$  is unknown. Chan's (1993) proposal may be taken into account for the unknown situation of  $\tau$ . Chan (1993) suggested that the residuals should be sorted increasingly, removing the smallest and largest 15% parts and taking all of the residual values as potential threshold values. Afterwards, the model is estimated over each potential threshold value and the threshold value which gives the minimum sum squared residual is selected.

In the threshold cointegration test equation,  $\rho_1$  is a positive deviation indicating the situation in which the policy IR of the CBRT decreases or the retail interest rate increases. Furthermore,  $\rho_2$  is a negative deviation indicating the situation in which the WFC interest rate increases or the RR decreases.

In addition, if  $|\rho_1| > |\rho_2|$  is valid, it indicates that decreases in WFC are adjusted faster than increases and is defined as negative asymmetry. However, if there is a situation in the form of  $|\rho_2| > |\rho_1|$ , it indicates that the increases in WFC are adjusted faster than the decreases and it is defined as positive asymmetry. The common view in the literature is that the positive asymmetry is due to the oligopoly market structure. Also, positive asymmetry is considered against consumers.

If there is a long-run equilibrium relationship and asymmetric adjustment between variables as a result of the threshold cointegration test, short-run relationships are also examined by estimating the threshold error correction model. According to Enders and Siklos (2001), the threshold error correction model is presented in Equation (8) for the TAR Model. And the threshold error correction model for the M-TAR Model is adapted using  $M_t$  instead of the  $I_t$  indicator function.

$$\Delta RR_t = \mu + I_t \delta_1 \varepsilon_{t-1} + (1 - I_t) \delta_2 \varepsilon_{t-1} + \sum_{i=1}^p \alpha_i \Delta RR_{t-i} + \sum_{j=1}^k \beta_j \Delta WFC_{t-j} + v \tag{8}$$

The threshold error correction model presents Granger causality findings as well as determining short-run relationships. In Equation (8), a test can be made by testing the null hypothesis in the form of  $\beta_j = 0$ , which states that there is no Granger causality from WFC to RR. The result to be reached by rejecting the null hypothesis is WFC is the Granger cause of RR. In addition, the threshold error correction model enables to determine whether there is an asymmetric adjustment in the short-run. In the test to be made for this, the equality of  $\delta_1$  and  $\delta_2$  coefficients in Equation (8) indicates that symmetrical adjustment is valid in the short run.

**EMPIRICAL RESULTS**

Before the cointegration test is executed for the variables, there must be determined order of integration of the variables. Therefore, unit root test is employed to find out order of integration firstly. In this step ADF and PP unit root tests are performed to each variable. The null hypothesis of the test is that the series are a unit root, namely non-stationary, against alternative hypothesis of stationary. Besides to determine the threshold cointegration relationship of the series, both must be first-order integration.

Unit root test results at levels of the series are shown Panel A in Table-2. All series have unit root in levels at significance level of 5% and 1% except Housing and Commercial loans rate at significance level of 10% at ADF results. It can be said that results of ADF and PP test show that series are not stationary in levels at significance level of 5% and 1%. Therefore, first differenced variables are tested and reported Panel B in Table-2. Results of each unit root test show that all series are stationary at first difference.

**Table 2:** Unit Root Tests

Panel A		ADF			PP		
		Test Statistic			Test Statistic		
		None	C	C&T	None	C	C&T
Policy Rate	$WFC_t$	0.58	-0.80	-2.33	0.36	-1.03	-1.87
Retail Rate $RR_t$	Cash	0.00	-2.02	-2.25	-0.16	-2.34	-2.62
	Vehicle	-0.03	-1.95	-2.53	-0.04	-1.98	-2.53
	Housing	-0.40	-2.79*	-3.23*	-0.28	-2.52	-2.97
	Commercial	-0.37	-2.78*	-3.32*	-0.04	-2.39	-2.97
Panel B		ADF			PP		
		Test Statistic			Test Statistic		
		None	C	C&T	None	C	C&T
Policy Rate	$\Delta WFC_t$	-6.80***	-6.84***	-6.84***	-23.74***	-23.74***	-23.73***
Retail Rate $\Delta RR_t$	Cash	-16.38***	-16.38***	-16.36***	-17.46***	-17.45***	-17.44***
	Vehicle	-6.10***	-6.12***	-6.11***	-24.78***	-24.77***	-24.75***
	Housing	-9.18***	-9.18***	-9.17***	-27.60***	-27.59***	-27.57***
	Commercial	-5.11***	-5.12***	-5.12***	-34.86***	-34.98***	-34.95***

Three (\*\*\*) , two (\*\*) and one (\*) asterisk indicate a level of significance at the 1%, 5% and 10% respectively.

After determining the variables are first order integrated, to obtain residuals Equation (1) is estimated with trend by OLS method. In order to determine the cointegration relationship between variables, Engle-Granger and threshold cointegration (TAR and M-TAR) tests are performed as the results are shown in Table-3.

In Table-3, there are two different estimates based on TAR and M-TAR models for each loan IRs. On the first of these,  $\tau$  is zero and the threshold value determined according to the Chan (1993) approach in the other. The best models are selected jointly based on the AIC and SIC. The M-TAR models based on Chan (1993) approach are selected for cash, vehicle and housing loan IRs. However, the model that “Commercial” is dependent variable does not provide condition as  $\rho_1 < 0$ . Therefore, the second-best model M-TAR with  $\tau = 0$  is selected for Commercial.

**Table 3:** Cointegration Tests

Retail Rate	Cash					Vehicle				
Model	EG	TAR		M-TAR		EG	TAR		M-TAR	
$\tau$		0	1.25	0	0.37		0	-1.52	0	0.45
$\rho$	-0.05***					-0.10***				
$\rho_1$		-0.04**	-0.04**	-0.05**	-0.09***		-0.08***	-0.07***	-0.13***	-0.19***
$\rho_2$		-0.07***	-0.07***	-0.06***	-0.04***		-0.12***	-0.16***	-0.07***	-0.07***
Lag L.	0	2	2	2	2	5	2	2	2	2
AIC	2.11	2.13	2.13	2.13	2.12	2.32	2.38	2.38	2.38	2.37
SIC	2.12	2.16	2.16	2.16	2.16	2.37	2.41	2.41	2.41	2.40
$\rho = 0$	-4.01**					-4.84***				
$\rho_1 = \rho_2 = 0$		7.84***	8.26**	7.57**	8.69**		11.69***	13.52***	12.30***	14.88***
$\rho_1 = \rho_2$		0.72	1.54	0.19	2.38		0.82	4.35**	2.00	6.96***
Retail Rate	Housing					Commercial				
Model	EG	TAR		M-TAR		EG	TAR		M-TAR	
$\tau$		0	1.22	0	-0.27		0	1.04	0	0.82
$\rho$	-0.08***					-0.10***				
$\rho_1$		-0.03	-0.03	-0.06**	-0.04**		-0.06*	-0.05*	-0.01	0.15***
$\rho_2$		-0.13***	-0.16***	-0.10***	-0.19***		-0.12***	-0.13***	-0.18***	-0.15***
Lag L.	1	3	7	3	3	13	3	3	3	3
AIC	2.39	2.37	2.36	2.38	2.36	2.87	2.97	2.97	2.95	2.91
SIC	2.40	2.41	2.43	2.42	2.40	2.98	3.01	3.01	2.99	2.94
$\rho = 0$	-4.33**					-4.16**				
$\rho_1 = \rho_2 = 0$		13.11***	18.24***	9.83***	15.86***		7.82***	8.33**	14.07***	26.75***
$\rho_1 = \rho_2$		7.84***	13.34***	1.49	13.15***		2.104	3.11*	14.32***	39.07***

Three (\*\*\*), two (\*\*) and one (\*) asterisk indicate a level of significance at the 1%, 5% and 10% respectively. Critical values are reached from Enders and Siklos (2001) for TAR and M-TAR and MacKinnon (1991) for EG.

When the results in Table-3 were examined, the zero hypothesis ( $\rho_1 = \rho_2 = 0$ ) indicating that there is no threshold cointegration was rejected in all selected models. Therefore, there is a threshold long-run equilibrium relationship between WFC and loan IRs. In addition, the zero hypothesis ( $\rho_1 = \rho_2$ ), which emphasizes symmetrical adjustment of long-run deviations, has been rejected in all the selected models except cash. Thus, vehicle, housing and commercial loan IRs are asymmetrically adjusted against policy rate shocks. According to the analysis result of Vehicle IR, it is  $|\rho_1| > |\rho_2|$ . In other words, positive deviations (caused by WFC decline) are adjusted faster than negative deviations (caused by increases in WFC). So, there is a negative asymmetry in Vehicle IR. This is in favor of the consumer. However, the results of Housing and Commercial IRs were found to be  $|\rho_2| > |\rho_1|$ . Negative deviations (caused by WFC increase) are adjusted faster than positive deviations (caused by WFC decrease). This result is defined as positive asymmetry and is against the consumer. Lastly Cash IR is symmetrically adjusted ( $\rho_1 = \rho_2$ ) and EG's procedure is valid for Cash IR.



**Table 4:** Long-Run Coefficients

Retail Rate	Cash	Vehicle	Housing	Commercial
$\theta$	9.33 <sup>***</sup>	6.16 <sup>***</sup>	6.81 <sup>***</sup>	6.34 <sup>***</sup>
$\phi$	-0.01 <sup>***</sup>	-0.00 <sup>***</sup>	-0.00 <sup>***</sup>	-0.00 <sup>***</sup>
$\varphi$	1.02 <sup>***</sup>	0.95 <sup>***</sup>	0.74 <sup>***</sup>	0.97 <sup>***</sup>

Three (\*\*\*) , two (\*\*) and one (\*) asterisk indicate a level of significance at the 1%, 5% and 10% respectively.  $\phi$  indicates that trend coefficient.

As shown in Table 4, long-run coefficients (based on Equation (1)) were obtained by the OLS method due to the fact that all loan IRs and WFC have a co-integration relationship. According to the long-run coefficients (Table 4), when there is a 100-basis point increase in WFC, the Vehicle and Commercial IR increases by approximately 95 and 97 basis points, respectively. The Housing IR, at a lower level than others, is affected by 74 basis points upward. The Cash IR, on the other hand, is the highest affected by the WFC and is expected to increase by about 102 basis points.

**Table 5:** Threshold Error Correction Models

Retail Rate:	Cash	Vehicle	Housing	Commercial
Model:	EG	M-TAR	M-TAR	M-TAR
$\tau$		0.45	-0.27	0
$\mu$	0.01	0.01	-0.00	-0.02
$\delta$	-0.04 <sup>***</sup>			
$\delta_1$		-0.12 <sup>***</sup>	-0.03 <sup>*</sup>	0.03
$\delta_2$		-0.07 <sup>***</sup>	-0.19 <sup>***</sup>	-0.15 <sup>***</sup>
$\alpha_1$	0.32 <sup>***</sup>	-0.04	-0.10 <sup>**</sup>	-0.49 <sup>***</sup>
$\alpha_2$	-0.03	0.02	0.22 <sup>***</sup>	-0.19 <sup>***</sup>
$\alpha_3$	0.06	-0.04	0.14 <sup>**</sup>	
$\alpha_4$	0.16 <sup>***</sup>	0.23 <sup>***</sup>		
$\alpha_5$		0.12 <sup>**</sup>		
$\beta_1$	0.24 <sup>***</sup>	0.30 <sup>***</sup>	0.02	0.46 <sup>***</sup>
$\beta_2$		0.09 <sup>*</sup>	0.32 <sup>***</sup>	0.43 <sup>***</sup>
$\beta_3$		0.24 <sup>**</sup>		
$\beta_i = 0$	26.79 <sup>***</sup>	15.50 <sup>***</sup>	15.02 <sup>***</sup>	23.38 <sup>***</sup>
$\delta_1 = \delta_2$		2.06	18.38 <sup>***</sup>	16.93 <sup>***</sup>

Three (\*\*\*) , two (\*\*) and one (\*) asterisk indicate a level of significance at the 1%, 5% and 10% respectively.  $\delta$  is parameter in EG error-correction model.

Threshold error correction model estimation results based on M-TAR models are shown in Table 5. In addition to determining short-term relationships, the threshold error correction model also allows Granger causality testing. Threshold error correction terms ( $\delta_1$  ve  $\delta_2$ ) are negative and statistically significant in all models except for positive deviation of Commercial IR. Therefore, it can be said that the commercial error correction mechanism does not work. Speed of adjustment to an increase in WFC is approximately 14-week for Vehicle, 5-week for Housing and 7-week for Commercial loan rates. When there is a decrease in WFC, speed of adjustment is calculated as 8-week for Vehicle and 33-week for Housing loan rates. But Cash IR adjusts symmetrically against both increase and decrease in WFC and the speed of adjustment is approximately 25 weeks. However, an asymmetric adjustment for the Vehicle IR could not be determined in the short term.

Our results reveal that there is not complete PT from policy IRs to retail lending rates for Turkey. Our results are in line with the results of Aydın (2007), Özdemir (2009), Yüksel and Özcan (2015) and Yıldırım (2014), Binici et.al. (2018) and Sahin and Cicek (2018) who found incomplete PT for Turkey. Hence, one can argue that there is significant mark-up effect in Turkish monetary market. Under the of Bertrand model, if there is no asymmetric information and market has competitive structure, price level must be equal to marginal cost. This argument implies that IPT is complete in competitive market structures.

In the threshold error correction model, the null hypothesis ( $\beta_i = 0$ ) means that WFC is not Granger cause of loan IR. According to the test results, based on Enders and Siklos (2001), threshold Granger causality relationship from WFC to loan IRs are determined in all models.

## **CONCLUSION**

In the current study, we analyzed the asymmetric adjustment process between official IR and RR (vehicle, housing, commercial and cash rates) by using TAR and M-TAR method and weekly data over the 2011-2021 period for Turkey. Because of the negative impacts of currency crises in August 2018 and Covid 19 Pandemia, monetary policy has become key tool to ensure stability in Turkish economy. Hence, to evaluate the effectiveness of monetary policy has gained importance than ever for the country.

The main findings of the current study can be summarized as following. The empirical results indicate that there is a long-run equilibrium relationship between RR and policy rate in Turkish banking market. In line with most of earlier empirical studies for Turkey, the estimated long-run and short run pass-through coefficients between the RRs (loan rates) and the official policy rates in our study show that the IPT is incomplete in Turkey, indicating the weakness of the IR channel in the monetary market. In other words, that complete PT (symmetry hypothesis) is clearly rejected for Turkey in the analyzed data period except. Not surprisingly, our empirical results provide evidence of significant mark-up of the retail loan rates. Since we found incomplete pass-through in transmission process, we can say that impact of central bank decision on macroeconomic variables (such as inflation, growth etc.) is accepted to be weak in Turkey.

M-TAR results show that while housing and commercial rates have positive asymmetry (rigid downward), vehicle IR has negative asymmetry which is in favor of consumer in Turkey. However, cash IR is symmetrically adjusted to policy rate changes. This means that housing and commercial rates react faster to policy rate when it is increasing rather than decreasing. The opposite, however, is true for vehicle rate. Moreover, our results highlight that increases in IRs will immediately affect the consumers through an increase in lending rates and consequent reduction in their purchasing power. Since discounts in official rates are not fully transmitted base rate declines would not have opposite effect of rising purchasing power to comparable extent. The speed of adjustment for an increase in the policy rate is 14-

week for Vehicle, 5-week for Housing and 7-week for Commercial loan rates. On the contrary, speed of adjustment for a decrease in the policy rate is 8-week for Vehicle and 33-week for Housing loan rates. Only Cash IR adjusts symmetrically to increase or decrease in policy rate and the speed of adjustment is approximately 25 weeks. Additionally, in the threshold error correction model results show that threshold Granger causality relationship from policy rate to lending rates is determined for each.

Although the results of current study may be attributed to monopoly power, however there may be other reasons for IPT such as asymmetric information, menu costs, switching cost etc. Hence, further studies are needed to clarify the causes of asymmetric IPT in monetary market to ensure macroeconomic stability in Turkey.

## REFERENCES

Abbasoğlu D.F., Aysan A.F. & Gunes A., (2007). Concentration, Competition, efficiency and profitability of Turkish banking sector in the post-crisis period. Munich Personal RePEc Archive, MPRA Paper No:5494.

Aksoy T. (2019). "Concentration in Turkish Banking Sector" in *Researches in Economics & Finance*, pp.111-116 (Ed. Hilal Yıldız, Ahmet Sedat Aybar, IJOPEC Publication, London.

Apergis N. & Cooray A. (2015). Asymmetric interest rate pass-through in the U.S., the U.K and Australia: New evidence from selected individual banks. *Journal of Macroeconomics*, 45, 155-172.

Avcı S.B. & Yucel E. (2017). Effectiveness of monetary policy:evidence from Turkey. *Euroasian Economic Review*, 7, 179-213.

Aydin H.I. (2007). Interest rate pass-through in Turkey. Research and Monetary Policy Department. Working Paper No:07/05, The Central Bank of Republic of Turkey (TCMB).

Aziakpono M.J. & Wilson M.K., (2013). *Interest rate pass-through and monetary policy regimes in South Africa*.

Becker R., Osborn D.R. & Yildirim D., (2012). A threshold cointegration analysis of interest rate pass-through to UK mortgage rates. *Economic Modelling*, 29, 2504-2513.

Bennouna H., (2019). Interest rate pass-through in Morocco:Evidence from bank-level survey data. *Economic Modelling*, 80, 142-157.

Binici M., Kara H. & Özlü P. (2016). Faiz Koridoru ve Banka Faizleri: Parasal Aktarım Mekanizmasına Dair Bazı Bulgular. *TCMB Çalışma Tebliği*, 16/08.

Binici M., Kara H. & Özlü P. (2018). Monetary transmission with multiple policy rates: evidence from Turkey. *Applied Economics*, 51(17), 1869-1873.

Borenstein S., Colin C. & Richard G. (1997). Do gasoline prices respond asymmetrically to crude oil price changes? *Quarterly Journal of Economics*, 112, 305-339.

Borio C.E.V. & Fritz W. (1995). The response of short-term bank lending rates to policy rates: A Cross-country perspective. *BIS Working Paper*, No:27.

Büberkökü Ö. & Kızılder C. (2019). Geleneksel olmayan para politikası uygulamaları döneminde faiz oranı geçişkenliğinin incelenmesi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Bahar/8.

Cecchin I. (2011). Mortgage rate pass-through in Switzerland. Working Papers 2011-08, Swiss National Bank.

Chan, Kung-Sik. (1993). Consistency and Limiting Distribution of the Least Squares Estimator of a Threshold Autoregressive Model. *The Annals of Statistics* 21: 520–33

Chong B.S., Liu M-H. & Shrestha K. (2006). Monetary transmission via the administered interest rates channel. *Journal of Banking&Finance*, 30, 1467-1484.

Contuk F.Y. & Burucu H., (2016). Concentration and Competition in banking sector: Turkey case (2001-2015). *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(46), 884-892.

Cottarelli C. & Kourelis A., (1994). Financial structure, bank lending rates, and the transmission mechanism of monetary policy. *IMF Staff Papers*, 41(4), 587-623.

Corvoisier S. & Gropp R.E., (2001). Bank concentration and retail rates. *Journal of Banking&Finance*, 26(11), 2155-2189.

Dickey, D. A. & Fuller, W. A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. *Journal of the American Statistical Association*, 74(366a), 427-431.

Ekinci R., Ceylan F, Tüzün O. & Kahyaoğlu H. (2016). TCMB Ağırlıklı Ortalama Fonlama Maliyeti'nin BİST100 Üzerindeki Etkisi. *Journal of Yaşar University*, 11(44), 263-277.

Enders, W. & Granger, C. W. J. (1998). Unit-root tests and asymmetric adjustment with an example using the term structure of interest rates. *Journal of Business & Economic Statistics*, 16(3), 304-311.

Enders, W. & Siklos, P. L. (2001). Cointegration and threshold adjustment. *Journal of Business & Economic Statistics*, 19(2), 166-176.

Engle, R. F. & Granger, C. W. (1987). Co-integration and error correction: representation, estimation, and testing. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 251-276.

Gambacorta L. & Iannotti S., (2007). Are there asymmetries in the response of bank interest rates to monetary shocks? *Applied Economics*, 39(19), 2503-2517.

Granger C.W.J. & Newbold P. (1974). Spurious regressions in econometrics, *Journal of Econometrics*, 2(2), 111-120.

Günel B. & Çelik T., (2006). Competition in the Turkish banking industry. *Applied Economics*, 38(11), 1335-1342.

Hoffman B. & Mizen P. (2004). Interest rate pass through and monetary transmission: Evidence from individual financial institutions' retail rates, *Economics*, 71, 99-123

Hannan T.H. & Berger A.N., (1991). The rigidity of prices:Evidence from banking industry. *The American Economic Review*, 81(4), 938-948.

Hofmann B. & Mizen P., (2004). Interest rate pass-through and monetary transmission:Evidence from individual financial institutions' retail rates. *Economica*, 71, 99-123.

Haughton, A.Y. & E. M. Iglesias (2012). Interest rate volatility, asymmetric interest rates pass through and the monetary transmission mechanism in the Caribbean compared to US and Asia. *Economic Modeling* 29, 2071-2080.

Jamilov R. & Egert B. (2014). Interest rate pass-through and monetary policy asymmetry: A journey into Caucasian Black Box, *Journal of Asian Economics*, 31, 57-70.

Kara H. (2015). Faiz Koridoru ve Para Politikası Duruşu. *TCMB Ekonomi Notları*, 2015-13.

Karagiannis S., Panagopoulos Y. & Vlamis P. (2010). Symmetric or asymmetric Interest rate adjustment? Evidence from Greece, Bulgaria and Slovenia. The Hellenic Observatory, GreeSE Paper no:39.

Kasman A. (2002). Cost efficiency, scale economies, and technological progress in Turkish banking. *Central Bank Review*, 2(1), 1-20.

Kasman S. & Kasman A., (2015). Bank competition, concentration and financial stability in the Turkish banking industry. *Economic Systems*, 39, 502-517.

Kuzu S. (2017). Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB) Faiz Koridoru Stratejisinin Hisse Senedi Piyasası ve Döviz Kuru Üzerine Etkisinin Analiz Edilmesi. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 46-61.

Lim G.C. (2002). Bank interest-rate adjustments: Are they symmetric? *Economic Record*, 77(237): 135-147.

Liu M-H., Margoritis D. & Tourani-Rad A., (2008). Monetary policy transparency and pass-through of retail rates. *Journal of Banking & Finance*, 32, 501-511.

MacKinnon, J. (1991) Critical values for cointegration tests. In: Engle, R. and Granger, C., Eds., Long Run Economic Relationships, Oxford University Press, Oxford, 267-276.

Malile I. (2013). Asymmetry of interest rate pass through in Albania. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 2(9), 539-543.

Marotta G. (2009). Structural breaks in the lending interest rate pass-through and the euro. *Economic Modelling*, 26:191-205.

Matemilola B.T., Bany-Ariffin A.N. & Muhtar F.E. (2015). The impact of monetary policy on bank lending rate in South Africa. *Borsa Istanbul Review*, 15(1), 53-59.

Maudos J. & de Guevara F.J., (2004). Factors explaining the interest margin in the banking sectors of the European Union. *Journal of Banking & Finance*, 28(9), 2259-2281.

Mercan M. & Yolalan R. (2000). Türk bankacılık sisteminde ölçek ve mülkiyet yapıları ile finansal performans ilişkisi. *İMKB Dergisi*, 4(15), 1-26.

Neumark D. & Sharpe S. (1992). Market structure and the nature of price rigidity: Evidence from the market for consumer deposits. *Quarterly Journal of Economics*, 107(2), 657-680.

Özdemir B.K. (2009). Retail bank interest rate pass-through: the Turkish Experience. *International Research Journal of Finance and Economics*, 28, 7-15.

Panzar J. C., & Rosse J. N. (1987). Testing for 'monopoly' equilibrium. *Journal of Industrial Economics*, 25, pp. 443-456.

Payne J.E. (2007). Interest rate pass-through and asymmetries in adjustable rate mortgages. *Applied Financial Economics*, 17(7), 1369-1376.

Phillips, P. C. (1986). Understanding spurious regressions in econometrics. *Journal of econometrics*, 33(3), 311-340.

Phillips, P. C. & Perron, P. (1988). Testing for a unit root in time series regression. *Biometrika*, 75(2), 335-346.

Quoc B.N.K. & Huy N.N.H. (2013). Empirical evidence of asymmetric interest rate pass-through in Vietnam. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 218, 79-93.

Repková I. & Stavárek D. (2014). Concentration and Competition in the banking sector of Turkey, *Economic Interferences*, XVI (36), 625-640.

Rocha M.D. (2012). Interest rate pass-through in Portugal: Interactions, asymmetries and heterogeneities. *Journal of Policy Modeling*, 34, 64-80.

Roelands S. (2012). Asymmetric interest rate pass-through from monetary policy: the role of bank regulation.

Rutayisire M.J. (2020). Modelling interest rate pass-through in Rwanda: Are the interest rate adjustment dynamics symmetric or asymmetric? *African Economic Research Consortium*, No:402.

Sahin S. & Cicek S. (2018). Interest rate pass-through in Turkey during the period of unconditional interest rate pass-through. *Quantitative Finance and Economics*, 2(4), 837-859.

Sander H. & Kleimer S. (2004a). Convergence in Euro-zone retail banking? What interest rate pass-through tells us about monetary policy transmission, competition. *Journal of International Money and Finance*, 23, 461-492.

Sander H. & Kleimer S. (2004b). Interest rate pass-through in a enlarged Europe: The role of banking market structure for monetary policy transmission in transition countries, *Research Memorandum 044*, Maastricht University, Maastricht Research School of Economics and Technology and Organization (METEOR).

Scholnick B. (1999). Interest rate asymmetries in long-term loan deposit markets. *Journal of Financial Services Research*, 16(1), 5-26.

Scholnick B. (1996). Asymmetric Adjustment of commercial bank interest rates: Evidence from Malaysia and Singapore. *Journal of International Money and Finance*, 15(3), 485-496.

Sørensen C.K. & Werner T. (2006). Bank Interest rate pass-through in the Euro area: A cross country comparison, European Central Bank, Working Paper, No:580.

Stiglitz J.E. & Weiss A. (1981). Credit rationing in markets with imperfect information. *The American Economic Review*, 71(3), 393-410.

Su C-W. & Chang H-L. (2010). Asymmetric adjustment in the lending deposit rate spread: Evidence from Eastern European countries. *Romanian Journal of Economic Forecasting* 2, 165-175.

Sznajderska A. (2012), On the empirical evidence of asymmetry effects in the interest rate pass-through in Poland, National Bank of Poland, Working Paper, No:114.

TBB, (2021). Banks in Turkey, The Banks Association of Turkey (TBB), [https://www.tbb.org.tr/modules/banka-bilgileri/banka\\_sube\\_bilgileri.asp](https://www.tbb.org.tr/modules/banka-bilgileri/banka_sube_bilgileri.asp) (Erişim Tarihi: 24.08.2021).

TCA, (2013). Turkish Competition Authority (TCA), Decision No:13-13/198-100, Decision date:08.03.2013, <https://www.rekabet.gov.tr/Karar?karaId=30851aa5-2cf3-4c54-b284-e192ed6ed71b> (Erişim Tarihi: 05.01.2021).

Valadkhani A. & Anwar S. (2012). Interest rate pass-through and asymmetric relationship between the cash rate and mortgage rate, *Economic Record*, 88(282), 341-350.

Van Leuvensteijn M., Sørensen C.K., Bikker J.A. & von Rixtel A.R.J.M., (2007). Impact of bank competition on the interest rate pass-through in the Euro Area, European Central Bank, Working Paper Series, No:768.

Winker P., (1999) Sluggish adjustment of interest rates and credit rationing: an application of unit root testing and error correction modelling, *Applied Economics*, 31:3, 267-277.

Wang K-M. & Lee Y-M. (2009). Market volatility and retail interest rate pass-through. *Economic Modelling*, 26, 1270-1282.

Wang K-M. & Thi T-B-N. (2008). Asymmetric pass-through and risk of interest rate: An empirical exploration of Taiwan and Hong-Kong.

Yıldırım D. (2014). Asymmetric interest rate pass-through to Turkish loan rates, *İktisat, İşletme, Finans*, 29(334), 09-28.

Yüksel E. & Özcan K.M. (2015). Interest rate pass-through in Turkey and impact of the global financial crisis: asymmetric threshold cointegration analysis. *Journal of Business Economics and Management*, 14(1), 98-113.

Zaim, O. (1995) The effects of financial liberalization on the efficiency of Turkish commercial banks, *Applied Financial Economics*, 5, 257-64.

Zhang Z., Tsai S-L. & Chang T. (2017) New Evidence of Interest Rate Pass-through in Taiwan: A Nonlinear Autoregressive Distributed Lag Model, *Global Economic Review*, 46:2, 129-142.





Yayın Geliş Tarihi: 28.04.2021  
Yayına Kabul Tarihi: 14.12.2021  
Online Yayın Tarihi: 31.12.2021  
http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.929247

Dokuz Eylül Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi  
Cilt: 23, Sayı: 4, Yıl: 2021, Sayfa: 1521-1541  
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

*Araştırma Makalesi*

## XVI. YÜZYILDA OSMANLI TAŞRA YÖNETİMİNDE MEHAYİF MÜFETTİŞLERİ

Savaş YILMAZ\*

Öz

*Osmanlılar, yönetim sistemlerini, merkezi yönetim etrafında taşra idari yapısını oluşturarak zamana ve ihtiyaçlara göre kurmuşlardır. Mutlak idarenin, meşruiyet kaynağı ise Divân-ı hümayûn'du. Osmanlılar, mülki yapılarını; eyalet, sancak, kaza ve karye/köy olarak güçlü, birbirleriyle bağlı ve bağımlı bir şekilde oluşturmuşlardır. Zincirin halkaları gibi daimi bir bağ ile örülen yönetim sistemi üzerinde merkezi yönetimin varlığı her zaman aktif ve dinamikti. Merkezi yönetim, ülkenin en ucra köşesine kadar gücünü dinamik ve güçlü yönetim ağı ile sağlamıştı. İdari mekanizmaya işlerlik kazandırmak için teftişi etkin ve etkili kullanılmıştı. Osmanlılar, taşrayı değişik metotlarla denetlemişlerdi. Bunların başında tahrirler gelmekteydi. XVI. yüzyılda halkın; Divân-ı hümayûna şikâyetlerinin genelini, tahrirlerin kanuna ve deftere uygun yapılmaması oluşturmaktaydı. Taşranın teftişinde halkın muhtelif konular hakkındaki şikâyetleri ile önceki idarecilerin, taşra yöneticilerinin suistimallerine dair Divana arzları belirleyici olmuştu. Böylece merkezi yönetim; taşra yönetimini, çoklu denetim ve teftiş mekanizmasıyla kontrol etmeye çalışmıştı. Bu çalışma, XVI. yüzyılda Osmanlı Devleti'nde; taşra idaresinin teftişinde, mühimme defterlerine yansıyan şikâyet konularına dayanmaktadır. Mühimme defterleri bundan dolayı asıl kaynak olarak kullanılmıştır.*

**Anahtar Kelimeler:** XVI. Yüzyıl, Divân-ı Hümayûn, Taşra Yönetimi, Mehâyif Müfettişleri, Tebaa/Halk

### THE INSPECTORS IN PROVINCIAL ORGANIZATION OF OTTOMAN EMPIRE IN SIXTEENTH CENTURY

**Abstract**

*The Ottomans had established their management systems according to the time and needs by forming the provincial administrative structure around the central government. The source of legitimacy of absolute administration was the Imperial Council. The*

*Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):*

Yılmaz, S. (2021). XVI. yüzyılda Osmanlı taşra yönetiminde mehâyif müfettişleri. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (4), 1521-1541.

\* Dr. Milli Eğitim Bakanlığı, ORCID: 0000-0002-6979-6595, syilmaz3840@hotmail.com.

*Ottomans had formed their property structures as provinces, sanjaks, towns and villages in a strong and dependent way. The existence of the central government on the management system, which was knitted with a permanent bond like the links of the chain, was always active and dynamic. The central government, its power to the farthest corner of the country; had provided with a dynamic and strong management network. Had used the inspection effectively to bring the administrative mechanism into force. The Ottomans had inspected the provinces in different methods. Among them, cadastral registers were the first ones. In the sixteenth century, most of the complaints of the people/subjects to the Imperial Council was decisive that the cadastral records were not made in accordance with the law and the book. In the inspection of the provinces, the complaints of the people about various issues and the submissions of the previous administrators to the council about the abuses of the provincial administrators were decisive. Thus, the central government tried to control the provincial administration with multiple control and inspection mechanisms. This study is based on the complaints that were reflected in the Mühimme registers during the inspection of the provincial administration in the Ottoman Empire in the sixteenth century. Mühimme records are therefore used as the main source.*

**Keywords:** *Sixteenth Century, Imperial Court, Provincial Administration, Persecution Inspectors, National Subject.*

## GİRİŞ

Devletlerin, varlıklarını sürdürmelerinde siyasi yapılarının ne kadar önemli olduğu bilinmektedir. Siyasi yapının oluşumunda ise devlet yöneticilerinin irade ve kararları belirleyici olmuştur. Burada, o zaman “devlet nedir, neden devletin varlığına ihtiyaç duyulmuştur?” gibi sorular akla gelebilir. Bu nedenle, konumuz gereği, Osmanlı yönetim yapısı hakkında bilgi vermeden önce yönetim yapısını şekillendiren, devlet kavramı üzerinde kısaca durulması yerinde olur. İbn Haldun; “Devlet, nedensellik (illiyet) kanunıyla belirlenen ve kendi ömrünü bağımsızca sürdüren tabii ve gerekli beşeri bir kurum olmakla kalmaz, devlet medeniyeti mümkün kılan siyasal ve sosyal birimdir.” (Hassan, 1998, s. 58) diyerek siyasi ve sosyal yapının menbaini açıklayıp devletin gerekliliğine ışık tutmuştu. Osmanlılar, bu felsefeden esinlenerek yöneticilerle toplumsal dokunun özgün bileşkesinden kurumsal yapılarını oluşturdular. Osmanlı Devleti’nin, patrimonyal yapısı ise devlet ve toplum ilişkilerinde düzenli bir ahengi sağlamıştı (Barkey, 2011, s. 9). Kamusal ve sosyal alanda ahenk ve düzenin sağlanması için devlet kavramı somutlaştırılarak Divân-ı hümâyûn kurulup işlerlik kazandırıldı. Divân-ı hümâyûn, devlet işlerinin görüşülüp karara bağlandığı en üst karar merkeziydi (Uzunçarşılı, 2011b, s. 501). Bu nedenle devletin, en üst kurumsal yapısı olan Divân-ı hümâyûn ile tebaanın/halkın hak ve sorumlulukları da belirlenmişti. Böyle bir anlayış; halkın, devlete bakış açısını belirlemiş ve devlete “baba” denilmesini sağlamıştı.

Osmanlı yönetim ağı oluşturulurken, sosyal hayatın düzenlenmesinde, hangi ilkelerin dikkate alınması gerektiğine de önem verilmişti. Beylik yıllarından itibaren siyasi ve sosyal hayatın düzenlenmesinde temel ilke olarak adil yönetim anlayışını benimsenmişti. Osman Bey, bunun sağlanması için taşranın yönetimine beyin yanı sıra kadıyı da atamıştı (Matrakçı Nasuh, 2019, s. 127). Yani taşraya yürütme erkini kullanacak beyin yanı sıra kadının da atanması; tebaaya can, mal ve namus güvenliğinin, devletin sorumluluğunda olduğu gösterilmek istenmişti (Yılmaz, 2017, ss. 19-20). Osman Bey bu uygulamasıyla adil yönetim ilkesini ön plana çıkararak halk ile yönetim arasında bir bağ oluşturup devlet ile halkın kaynaşmasını amaçlamıştı.

Devletin siyasi sınırlarının XV. ve XVI. yüzyıllarda genişlemesine bağlı olarak zamana ve ihtiyaçlara göre Osmanlılar, yönetim yapıları üzerinde bazı değişikliklere gittiler. Bunun için merkezi yönetimin, etkinliği ile gücünü artırmak ve taşra yönetimini daha hızlı ve dinamik hale getirmek için eyalet ve sancak sayısını artırdılar (Pitcher, 2019, s. 180). Bu yeni durum; geniş bir coğrafi alanda, siyasi yapı içerisindeki taşra yöneticilerinin suistimallerinin önlenmesi, merkezi yönetimin taşraya gönderdiği kanun ve fermanlara uyulup uyulmadığı ile yayınlanan kanunnâme ve adaletnâmelerin işlerliğine ne kadar dikkat edilip edilmediği gibi hususlara bağlı sorunlara neden olmuştu. Karşılaşılan sorunların çözümü ile taşranın denetlenebilmesi için “reaya/askerî, zimmi/Müslüman, herkese şikâyet için arz...” (İnalçık, 2005, s. 50) hakkı verilmişti. Halk, şikâyet ve isteklerini Divana, toplu halde (mazhar)<sup>1</sup> ya da bireysel (arzuhâl)<sup>2</sup> olarakta yapabilmekteydi (İnalçık, 2010, s. 131). Toplumun çeşitli kesimlerine şikâyet hakkının verilmesi; taşra yönetimi hakkında bilgi edinilmesinde bir araç olduğu gibi halkın hangi konularda, yönetimden rahatsız olduğunun da belirlenmesine imkân vermişti. Halka verilen arzuhâl hakkının ne kadar yerinde bir uygulama olduğu XVI. yüzyılın ortalarına doğru devletin, mülki yapısındaki bozulmalar ile çözümlerin anlaşılması bakımından önemli bilgi sağlamasından da anlaşılabilir. Divana iletilen arzlarının genelinde mülki yapıda baş gösteren bozulmalarda, yöneticilerin görevlerini suistimalleri dikkat çekmekteydi (Cezar, 1965, ss. 47-48).

<sup>1</sup> **Mazhar:** 1. Hakk’ın sıfat, isim ve fiillerinin zuhur ve tecelli ettiği yer anlamında tasavvuf terimi. Ayrıntılı bilgi için bkz: Mehmet Ali Ünal, Paradigma Osmanlı Tarihi ve Sözlüğü, Paradigma Yayıncılık, İstanbul, 2011, s. 451.

<sup>2</sup> **Arzuhâl:** Osmanlı devrinde bir dilek ve şikâyet bildirmek üzere alttan üste yazılan veya bugünkü karşılığı dilekçe olan belge türü. Arzla aynı vazifeyi görmekle beraber gerek sunulan şahıslar ve gerekse şekli itibarıyla aralarında bazı farklar vardır. Arz genellikle devlet görevlilerinin resmi, arzuhâl ise re’âyâ veya askerî sınıfın şahsi dilekçelerine denir. (OBD, 303), Ünal, Osmanlı Tarihi ve Sözlüğü, s. 52.

İşte taşra yöneticilerinin, suistimallerinin önlenip haksızlık ve yolsuzlukları hakkında gerekli idari, cezai işlemlerin yapılabilmesi için mehayif müfettişlerine önemli görev ve sorumluluklar verilmişti. Teftiş ve denetim mekanizmasının çalıştırılmasıyla sorunların çözümünde daha hızlı hareket edilip yöneticilerin üzerinde her zaman kanun gücünün olduğu da gösterilerek suistimalleri ile keyfi uygulamaları önlenmeye çalışılmıştı.

### **OSMANLI DEVLETİ'NDE MÜLKİ YAPI**

Osmanlıların mülki/kurumsal yapılanması uzun bir tarihi süreçten, değişik medeniyetlerin siyasi ve kültürel yapılarının özümsemişiyle yoğrulmasıyla oluşturulmuştu. Osmanlılar, merkezi yönetim etrafında taşra yapılanmasını; beylerbeyliği, sancakbeyliği, kaza ve karye/köy şeklinde oluşturmuşlardı. Bu yönetim birimlerinin, görev ve sorumlulukları da belirlenmişti (Yılmaz, 2019, s. 111). Böyle bir siyasi yapının en önemli unsurları arasında, bürokratik yapı gelmekteydi. Yönetim sistemi içerisinde özgün ağırlıkları olan bürokratların, keyfiliklerinin önlenmesi, kanun ve fermanlara uyup uymadıklarının denetlenmesi ile tebaanın huzurla gündelik işlerini yapabilmeleri için merkezi yönetim gayret etmişti (Yılmaz, 2021, ss. 198-199).

Osmanlılar, dinamik ve disiplinli bir devlet teşkilatı oluşturabilmek için çalışmışlardı. Mülki yapıyı kurarlarken, kendilerinden önce tarih sahnesinde varlık göstermiş, Türk-İslam Devletleri'nin yönetim sistemlerinden de yararlanmışlardı (İpşirli, 2002, s. 1549). Ayrıca kurumsal yapının oluşturulmasında diğer devlet ve milletlerin, siyasi yapılarından da etkilenmişlerdi (Turan, 2003, s. 232). Kurumsal yapılarını zamana ve ihtiyaçlara göre reformize ederek kendilerine has devlet sistemini kurup birebir iktibaslarda bulunmamışlardı (Köprülü, 2004, s. 180). Osman Bey; uç beyi iken, Selçuklu Devlet yapısında etkilenerek beyliğinin siyasi çatısını oluşturmaya çalıştı (Emecen, 2018, s. 16) Devlet teşkilatlanmasını, Türkmen boy sistemine göre meydana getirdi (Emecen, 2002, s. 29). Bu siyasi çatının; tam anlamıyla, işlerliğe kavuşturulup yönetim merkezi haline getirilmesini ise Orhan Bey sağladı. Bunun için devletin ilk idari yapısı olan Divan-ı hümâyûnu kurarak devlet işlerini burada yönetti (Taneri, 2019a, s. 73). Divan; yasama, yürütme ve yargı erkinin kullanıldığı, devlet işlerinin kesin olarak görüşülüp karara bağlandığı, bakanlar kuruluna benzemektedir (Uzunçarşılı, 2011b, s. 501). Burada, devlet işleri görüşülüp karara bağlanarak padişahın onayına sunulması (Halaçoğlu, 2002, s. 1465) da yönetimde istişareye ne kadar önem verildiğini göstermektedir.

Osman Bey ile devletin kurumsallaşma süreci başlamış, oğlu Orhan Bey ile de mülki yapılanmada; idari (Gökbilgin, 1977, s. 18), mali, adli (Ahmet Lütfi,

1979, s. 8) ile eğitim (Uzunçarşılı, 2011b, s. 522) alanlarında, hızlı bir şekilde kurumsallaşmaya gidilmişti. Zamana ve ihtiyaçlara göre padişahlar, devletin teşkilatlanmasına katkı sağlamışlardı. I. Bayezid, merkezi yönetimin kurumsal yapısını, güçlü ve dinamik hale dönüştürmüştü. I. Bayezid'in başlattığı merkezi yapılanma (Akyıldız, 1998, s. 128), Fatih Sultan Mehmet ile asli şeklini almıştı (Kritovulos, 2020, s. 16). Yavuz Sultan Selim döneminde ise devletin sınırlarının oldukça genişlemesiyle farklı kültür ve siyasi yapılarla karşılaşmıştı. Halkın ihtiyaçlarının ivedilikle karşılanması, yönetimin daha aktif olması için kanunnâme hazırlamıştı. Yavuz oldukça tafsilatlı bir kanunnâme hazırlatarak yönetim sistemini ve sosyo-ekonomik yapıyı disiplinize ederek merkezi yönetimi daha güçlü hale getirmişti (Yılmaz, 2021, s. 51). Kanunî Sultan Süleyman'da, devletin yönetim yapısında, çağın gerekleri ile ihtiyaçlara göre düzenlemelere giderek kendi adıyla bilinen kanunnâmesini yayınlamıştı. Bu şekilde Fatih döneminde başlatılan kurumsal yapıdaki reform niteliğindeki yenilikler, Kanunî ile zirveye ulaşmıştı (Yılmaz, 2021, s. 53).

Tarihi süreç içerisindeki gelişmelerden de anlaşılacağı gibi Osmanlı Devlet sisteminin; durağan bir yapıda olmadığı, yeniliklere açık olduğu görülmektedir. Fetihlerle yeni kültür ve devlet sistemleriyle karşılaşılmasının doğal bir sonucu olarak kendi içinde yenilenebilen akla ve bilime dayanan bir yönetim sistemi oluşturulmuştu. Böylece devletin siyasi sınırlarının genişlemesine paralel olarak mülki yapıdaki değişiklikler, sistemli ve planlı bir şekilde ihtiyaçları karşılamaya yönelik olmuştu.

### **Osmanlı Merkezi Yönetimi**

Osmanlılar siyasi örgütlenmelerini, bilge devlet adamı Yusuf Has Hacıp'in Kutadgu Bilig'inde; "Adil kanunlar koyma ve onları tarafsızlıkla uygulama yoluyla bir hükümdar, uzun süre egemenliğini koruyabilir." ve "beylik iyi bir şeydir; fakat daha iyi olan kanundur ve onu tatbik etmek lâzımdır." (İnalçık, 1966, ss. 268-269) ilkesi doğrultusunda kurmuşlardı. Ayrıca siyasi yapılanma ile siyasi kültürü, patrimonial-bürokratik bir anlayışın yanı sıra İslami ve Yakındoğu'ya özgü fikirlerle "Daire-i Adliye" kavramı üzerine oluşturdular. Daire-i Adliye ise sekiz ilkeye dayanmaktaydı. Bunlar; "Bir devletin şeriatı uygulayabilmesi için bir hükümdara sahip olması gerekir; bir hükümdar askersiz hükmedemez; serveti olmadan da asker toplayamaz; serveti ona sağlayan reayasıdır; reayayı hükümdara kul eden adalettir; adalet dünyanın kurtuluşunu sağlayacaktır; dünyanın dayanağı devlettir ..." (Barkey, 2011, s. 28) şeklinde idi. Bu anlayış doğrultusunda; taşra yönetimi; "...beylerbeyliği, sancakbeyliği, kaza ve karye şeklinde düzenlenerek..."

(Uzunçarşılı, 2011b, s. 503) dıştan içe doğru bir sarmal gibi birbirini denetler bir şekilde, dinamik ve güçlü bir yapı üzerine kurulmuştu.

Orhan Bey; beyliğin kurumsal yapıya kavuşması için, mülki, adli ve askerî alanda önemli çalışmalar yaptı (Ahmet Lütfi, 1979, s. 7). Bu amaca ulaşmak için hanedan üyeleri arasında görev dağılımında bulunarak informel bir yönetim biçimini benimsedi. I. Murat ise “ülke hanedanın ortak malıdır” anlayışı yerine “ülke padişah ve oğullarındır” anlayışını benimseyerek merkezi yönetimi güçlendirmeye çalıştı (İmber, 2006, s. 168). Padişah, merkezi yapıyı daha da güçlendirmek için hükümdarın kardeş ve oğullarına ordu komutanlığı görevi vermemiş, Divân-ı hümâyûn toplantılarına katılmalarına da son vermişti (Gökbilgin, 1977, s. 22). Bu bağlamda reformist bir yaklaşımla; Yeniçeri Ocağı (Taneri, 2019b, s. 65), “ebnây-ı Sipâhiyân Bölüğü” adı ile süvari (sipahi) birliğinin (Mustafa Nuri Paşa, 1992, s. 19) yanı sıra devletin ilk maliye teşkilatını da kurarak (Karamursal, 1989, s. 2) hazinenin gelir ve giderlerini kontrol etmişti. Kurumsal yapısının esasını adalet ilkesi belirlediği için kazaskerlik makamını kurup adalet mekanizmasına işlerlik ve bağımsızlık kazandırmıştı (Ahmet Lütfi, 1979, s. 20). Ayrıca şer’î hükümlerin yanı sıra örfî uygulamalara da önem vermişti (Mumcu, 2007a, s. 28).

Fatih ise devletin teşkilatlanması ile merkezi yönetimindeki güç ve otoritesine, kanunnâmesiyle büyük bir ivme kazandırmıştı. Kanunî de kendi adıyla bilinen kanunnâmesini hazırlatarak kurumsal yapıyı daha da güçlendirdi. Bu kapsamda merkezi yönetimin görev ve sorumluluklarını belirledi. Bu görev ve sorumluluklar; “...yerel yönetimlerin denetlenmesi, saray erkânının gözetilmesinin, ...” yanı sıra “... yönetim kurumunu ve devleti düzenleyen kuralların hazırlanması ve özenle geliştirilmesi, yönetim mekanizmasının her bölümünün en iyi durumda sürdürülmesi, yönetimin amaçlarını gerçekleştirmeye yeterli para ve yolların bulunması, bu para ve yöntemlerin gereken yer ve zamanda, uygun kişilere, uygun miktarda sağlanması, hükümet işlerinin yürütülmesi için gerekli yazılı yasaların hazırlanması ve kaydedilmesi, işlev de hükümetle ilintili olmayan vatandaşlar arasındaki anlaşmazlıkların giderilmesi” (Lybyer, 2011, ss. 160-161-162) kapsamaktaydı.

Padişahlar; “... İmparatorluk dâhilinde en yüksek otorite olarak, askerî, mülki ve dini salahiyetlerle, teşrii, icrai ve kazai kuvvetleri nefislerinde cem...” (Barkan, 2001, s. XLIII) ederek iktidarlarını daha da güçlü hale getirdiler. Ancak XVI. yüzyılda “Yüksek Osmanlı” döneminde yavaş yavaş bir durağanlaşma baş göstermiş ve devlet eski gücünü kaybetmeye başlamıştı. Bu durum yüzyılın sonlarına doğru iyice belirginleşmiş, ülke geneline hâkim olunmakta bazı

sorunlarla karşılaşılmıştı (Hütteroth, 2002, ss. 85-86). Merkezi yapıdaki bozulmaların akisleri, kısa bir süre sonra taşra yönetiminde de kendini göstermişti. Beylerbeyi, sancakbeyi gibi üst düzey bürokratlar ile hizmetindekilerin; keyfi davranışları ile kanunsuz ve hukuksuzlukları, Divân-ı hümâyûna şikâyet edilen davaların başında gelmişti (Yılmaz, 2019, s. 120).

### **Osmanlı Taşra Yönetimi**

Osmanlı taşra yönetiminde; beylikten devletleşme sürecine gidilirken, yönetim birimlerinin işlevleri hakkında bir belirsizlik bulunmaktaydı. Eyalet, sancak, kaza ve nahiye gibi yönetim yerleri karıştırılmaktaydı (Halaçoğlu, 2003, s. 83). Osmanlı kurumlarının zamanla oluşmasıyla taşra yönetimi; eyalet, sancak, kaza ve karye/köy şeklinde görev ve sorumluluk alanlarına göre belirlendi. Taşra yönetiminin en yetkili karar merkezi; beylerbeyliği ile sancakbeyliği, askerî-idari yönetim merkezi, kaza ise adli-idari yönetim yeri olmuştu (Yılmaz, 2017, s. 18). Böylece siyasi yapının, taşra yapılanmasındaki belirsizlik giderilerek yönetim yerlerinin görev ve sorumlulukları kesin bir şekilde tanımlanmıştı.

Yönetimin daha kolay ve hızlı sağlanabilmesi için halkın kültürel, dini ve sosyo-ekonomik durumu da göz önünde bulundurulurdu. Bunun için salyaneli, salyanesiz ve ocaklık şeklinde taşranın idari yapısı belirlenirdi. Taşra yönetiminde, birinci derecede sorumlu yönetim yeri eyaletlerdi. Eyaletlerin yönetiminde, beylerbeyleri sorumlu olup merkezi yönetimce atanıp görevden alınabilirlerdi. Bu şekilde; merkezi yönetim, bütün güç ve otoritesini taşra yönetimi üzerine hâkim kılabilmekteydi (Uzunçarşılı, 2011c, s. 323). Padişahı temsilen görevlendirilen beylerbeylerinin; buldukları yerlerin güvenliğinin sağlanmasından (BOA MD 27, h. 838, s. 349), tımarların dağıtılmasına kadar pek çok görevleri vardı (Özçelik, 2016, s. 5) Eyaletlerdeki, idari işlerin yürütülmesinde beylerbeylerine;“...kadı, dizdar, yine yeniçeri kethüdası, kethüda yeri, zeamet sahipleri ...” (Ünal, 2012, s. 13) gibi görevliler yardımcı olurlardı.

Sancaklarda, taşra yönetiminde önemli yönetim yeri olup askerî ve idari işlerin yürütüldüğü yerlerdi (Çakmak, 2019, s. 33). Daha da önemlisi buralarda, devletin iktisadi yapısı belirlenirdi (Özçelik, 2016, s. 30). Sancakbeylerinin asli görevlerinin başında savaş zamanında bağlı oldukları beylerbeyinin sancağı altında sefere katılmaları gelmekteydi (Uslu vd., 1996, s. 248). Sancağa bağlı kazaların; askerî işleri ile asayişinin sağlanmasında subaşılar, hukuki işlerin yürütülmesinde ise kadılar sorumluydu (Uzunçarşılı, 2011b, s. 581). Ancak buralarda, huzur ve emniyetin sağlanması subaşılar eliyle yürütülse de sancakların genelinde huzur ile güvenliğin sağlanmasında birinci derece sancakbeyleri sorumluydu.



Osmanlı idari yapısında, devlet görevlileri ile halk arasında en yoğun ilişkilerin yaşandığı idari yerlerin başında, kazalar gelmekteydi (Yılmaz, 2017, s. 23). Kazaların yönetiminde ise kadılar sorumluydu. Kadılar, yargı görevlerinin yanı sıra kazanın; sosyo-ekonomik yapısını düzenleyerek alt yapı hizmetlerinin yerine getirilmesi, güvenliğin sağlanması gibi görevleri yerine getirirlerdi (Ortaylı, 2016, s. 41). Kazalarda; adli, idari ve mali yönetim işlerinin yürütülmesinde sorumlu olan kadıların (Ekinci, 2017, s. 368) teftişinde kazaskerler sorumluydular (Yılmaz, 2018, ss. 423-424).

### **MEHAYİF MÜFETTİŞLERİ**

Taşrada görevini suistimal edenler hakkında; halkın ya da sabık/önceki yöneticilerin, şikâyetleri değerlendirilerek merkezden özel yetkili müfettişler atanırdı. Bunlara ise mehayif müfettişleri denilirdi. Bunlar merkezi yönetimce, taşranın; idari ve adli işleri ile şikâyetlerin değerlendirilmesi için atanan üst dereceli bürokratlardan olabildikleri gibi bazende taşradaki yöneticiler ile seyfiye mensupları arasındaki çavuşlardan da seçilebilirlerdi (Yazıcı, 2019, s. 449). Merkezi yönetim teftiş ile “...bir vilâyete hâkim tayin olunmaktan murad-ı hümayunum ol vilayetin re’aya ve beraya ve zu’afâçası eyyam-ı adalet encamından amude hal olub zalemeden himayet ...” (BOA MD 69, h. 373, s. 187). olunmasını amaçlamıştı.

Taşranın teftişinde görevlendirilen mehayif müfettişlerinin atanmasında güvenilir kişiler olmasına oldukça önem verilmişti (Yılmaz, 2021, s. 223). Müfettişler, doğrudan merkezi yönetim tarafından görevlendirildikleri için taşrada herhangi bir mülki amire karşı sorumlu değillerdi (Uzunçarşılı, 1988, s. 128). Geniş yetkilerle taşraya gönderilen müfettişler; kritik görevleri yerine getirerek adaletin yerini bulması ile kamu güvenliğinin sağlanması için çalışırlardı. Ayrıca siyasi irade, teftiş erkini kullanarak bürokratların suistimallerini önlemeye, onların verimliliğini artırmayı amaçlardı. Bu bağlamda halkın sorunlarına çözümler aranarak devlet ile halk arasındaki bağın korunmasına da gayret edilirdi (Yılmaz, 2021, s. 200).

### **Taşra İdaresinin Denetiminde Mehayif Müfettişlerinin Rolü ve Önemi**

Geniş bir coğrafyada siyasi güç ve otoritelerini devlet teşkilatlanması ile sürdüren Osmanlılar, ülke genelinde huzurun sağlanıp kamu hizmetlerinin yürütülmesi için teftiş mekanizmasını etkili bir şekilde kullanmışlardı. Merkezi yönetimin çeperinde içten dışa doğru bir yönetim ağıyla taşra yönetimi kurulmuştu. Yetki ve tesir alanı bir üst yönetim yerine bağlı olan taşra yapılanması; köy, kaza, sancak, eyalet şeklinde bir ağ ile örülmüştü. Her bir idari yapı, birbirinin

bütünleyicisi olarak merkezi sisteme bağlanmıştı. Böyle bir idari yapıdaki halkın kaderi, yöneticiler eline bırakılmamıştı.

Taşra idaresinin denetiminde, merkezi yönetim, değişik denetim mekanizmalarına işlerlik kazandırarak halkın güven ve huzur içerisinde gündelik yaşamını sürdürmesini amaçlamıştı. Bunun için halka arzuhâl, devlet memurlarına ise değişik konularda arz hakkını vermişti. Bu şekilde taşra yöneticilerinin başlarına buyruk davranamayacakları ile her zaman denetime tabii tutulacakları gösterilmişti (İnalçık, 2005, ss. 51-52-53). Zira meşruiyetin kaynağı adalet idi. Yavuz Sultan Selim, devletin kurumlarının gelişme çağında, adaletin tecelli etmesi için gece yarılara kadar halkın şikâyetlerini dinleyerek çözümler aramıştı (İnalçık, 1965, ss. 50-51). Bu anlayış, devletin kuruluş felsefesinde yerini bulan; “Adalet mefkûresinin” (Turan, 2003, s. 407), yönetime yansımından başka bir şey değildi. Ancak padişahların; adaletin yerini bulmasındaki gayretleri, bazı taşra yöneticileri tarafından göz ardı edilmişti. Taşra yöneticileri, ellerindeki güç ve yetkileri usulsüz bir şekilde kullanarak zaman zaman halka zulüm yapmışlardı. Zulüm ve suistimallere mani olunması ile kurumsal yapının daha dinamik olması için teftiş etkili bir şekilde kullanılmıştı (Mumcu, 2007b, s. XV).

Taşra denetiminin hareket noktasını; Fatih Sultan Mehmet’in çerçevesini oluşturduğu, II. Bayezid ile Yavuz Sultan Selim’in şekillendirip Kanunî Sultan Süleyman’ın ana hatlarını belirlediği; idari, mali ve askerî mevzuatlara dair kanunlar oluştururdu. Kanunlara uymayarak zorbalık yapan yönetici ve emrindkiler ise cezalandırılırlardı (Emecen, 2009, s. 256). Ancak Divân-ı hümayûna iletilen konuların araştırılıp isnat edilen suçların gerçekleşip gerçekleşmediği teftiş ile tespit edildikten sonra gerekli işlemler yapılırdı (Ekinci, 2017, s. 372).

Mehayif müfettişleri görevlendirilirken, oldukça seçici davranılmıştı. Soruşturmanın mahiyetine göre bir üst dereceli bürokrattan, taşradaki idareciye kadar mehayif müfettişliği görevi verilirdi. Bunlar, soruşturma mahalline vardıkları zaman bir dellal aracılığıyla teftiş yapacaklarını halka duyururlardı. Teftiş sırasında herhangi bir sorunla karşılaşılması için de üst düzey güvenlik önlemlerinin alınmasına dikkat edilirdi (Bostan vd., 1993, s. 425). Güvenliğin sağlanmasında ise timarlı sipahiler sorumlu tutulurlardı. Şayet sipahiler, güvenliğin sağlanmasında ihmalkâr davranırlarsa, timarları mehayif müfettişlerince alınabilirdi. Güvenliğin sağlanmasının ardında haksızlığa uğradıklarını iddia edenler, yargılama sürecine dahil edilerek hak talebinde bulunmaları sağlanırdı. Müşteki ve sanık olarak taraflar mahkemede yerlerini alırlardı (Yazıcı, 2019, ss. 449-450). Müfettişlerin kararlarına hiç kimse müdahalede edemezdi. Teftiş sonucunda elde ettikleri bilgiler

ile nihai kararlarını, Divân-ı hümâyûna arz ederlerdi (Uzunçarşılı, 1988a, s. 128). Devlet düzeninin sürdürülüp halkın mağdur edilmemesinde, bunların, raporları önemliydi. Teftiş raporlarına göre taşra yönetimini görevden el çektirme yetkileri de bulunmaktaydı.

Sipahi Turak oğlu Murat'ın, reâyâdan Şaban'ı öldürüp kaçması üzerine Nova (?) kadısına gönderilen hükümde şer'-î şerife göre davranılması emredilerek emrin yerine getirilip getirilmediğinin anlaşılması (teftiş) için de bir çavuşun görevlendirildiği belirtilmişti (BOA MD 71, h. 28, s. 13). Şer'-î hükümlerin (adli kararların), yerine getirilip getirilmediğinin denetlenmesinde merkezi yönetim, mehayif müfettişi olarak seyfiyeden çavuşları da atamıştı. Çavuşlar, taşrayı; idari, adli olarak teftiş ettikleri gibi ticari faaliyetlerini denetlemek için de görevlendirilirdi. Alasonya kadısı, pazar yerlerinde kalb akçelerin eşkıyalar tarafından kullanıldığını, Divân-ı hümâyûna arz etmişti. Bunun üzerine eşkıyaların durumunun teftişi için Perviz Çavuş görevlendirilmişti (BOA MD 73, h. 510, s. 217). Taşranın teftişinde çavuşların görevlendirilmesi ile taşra yöneticilerine daha çok nüfuz edilip suistimallerine mani olunmak istenmesinden kaynaklanmıştı. Zira bürokratik askerî yapının asli unsuru olan çavuşlar marifetiyle haksızlıkların üzerine gidilerek taşradaki yöneticilere bir gözdağı verilmek istenmişti. Çavuşlar, teftişlerinde taşra idaresinin gücünden etkilenmeden, kanunlar gereğince soruşturmalarını yaparak, nihai kararın verilmesi için Divân-ı hümâyûna raporlarını sunarlardı. Tutulan raporların, Divân-ı hümâyûna sunulmasıyla taşra yönetimi hakkında alınması gereken önlemler ile çözüm odaklı kararlar daha hızlı hayata geçirilebilmekteydi.

Müfettiş raporlarıyla taşranın işleyişi ile yöneticiler hakkında bilgi edinildiği gibi halkın da hangi konularda sorunlar yaşadığı öğrenilmekteydi. Taşranın teftişinde; halkın, Divân-ı hümâyûna sunduğu arzlar da önemli bir kaynak oluşturmaktaydı. Merkezi yönetim, halkın arzlarına binaen şikâyet konularının araştırılmasını sağlayarak huzur ve güven iklimini oluşmasına gayret ederdi. Bu bağlamda yapılan soruşturma ve kovuşturma neticesinde; şikâyet konularının gerçekleşip gerçekleşmediği, mehayif müfettişlerince aydınlığa kavuşturulup gerekli işlemler yapılarak önlemler alınmıştı. Hınıs sancakbeyinin sancak genelinde halkın güvenliğini sağlayamaması; Divana arz edilmesi üzerine, sancakbeyinin sorumluluğunu yerine getirmesi emredilmişti. Aksi takdirde sancağının elinden alınarak cezalandırılacağı belirtilmişti (BOA MD 27, h. 849, s. 355). Yönetim erkini kullanan taşra idarecileri; adli ve askerî yönden tam anlamıyla teşhiz edilmemişlerdi. Her an teftiş edilerek merkezi yönetimin gözetiminde tutulmuşlardı. Bu uygulamayla merkezi yönetim, taşra yöneticileri

üzerinde her zaman muktedir olduğunu göstermek istemişti. Sancakbeylerinden bazıları, taşrada görevlerini kötüye kullanmışlardı. Mora sancakbeyi, ehl-i örf ile işbirliği yaparak halka maddi ve manevi zulüm yapıp sancak genelindeki kalpazanları yakalamayarak görevini suistimal etmişti. Sancakbeyinin, suçlulara karşı kanun gücünü kullanmamasında; adamlarının, bunlarla işbirliği yapmalarının yanı sıra kendisinin de görevini suistimal ederek halktan kanunsuz olarak akçe alıp zulüm ettiği Divân-ı hümayûna arz edilmişti. Bunun üzerine; sancağının elinden alınarak hakkında teftiş yapılmasına karar verilmişti (Bostan, 1993, s. 100).

Taman Kadısı Mevlana, teftiş sonucunda yolsuzluğu belirlenerek görevden azledilip cezalandırılmıştı (BOA MD 12, h. 98). Kırşehir beyi ile Kargu beyine gönderilen hükümde; Kargu kadısının teftiş sonucunda suçlu bulunduğu, Kıbrıs'a sürgüne gönderilmesine karar verildiği halde hükmün yerine getirilmediği gibi Kangırı sancağına bağlı dokuz kadının, Kargu kadısını yeniden teftiş için toplandıkları belirtilmişti. Yeniden teftiş yapılması hakkında bir emrinin olmadığına rağmen neden böyle bir uygulamaya gidildiği de sorulmuştu. Ayrıca kadıların elindeki telhisin<sup>3</sup> alınarak başkente gönderilmesine, suçlu bulunan kadının ise çavuş nezaretinde Kıbrıs'a sürgün edilmesine, çavuşun görevi yerine getirdiğine dair beylerbeyinden temessük<sup>4</sup> alıp başkente gelmesine karar verilmişti (BOA MD 27, h. 820, s. 342). Kaza yönetiminde hem idari hem de adli yetkilere sahip kadıların, adaletten ayrılmamaları için hükümlerin son kısımlarında; "Hak üzere olub tezvîr ve telbisten ve şuhud-u zurdan hazer idüb..." (BOA MD 72, h. 370, s. 194) kesin emirler bulunmasına rağmen kadıların haksız karar vermeleri, halkın adalete olan güvenini sarsmıştı. Merkezi yönetim, halkın yönetime olan güvenini sağlamak için mehâyif müfettişlerini görevlendirerek tahkikat yaptırmıştı. Suçları tespit edilenler hakkında da cezai, idari işlemler yapılarak cezalandırılmışlardı.

Kadıların kararlarında adaletli olmaları için denetimleri farklı usûl ve kurallarla yapılarak haksızlıklarına mani olunmak istenmişti. Bu bağlamda kadılar,

---

<sup>3</sup> **Telhis:** Kısaltılmış, hulasa, haline getirilmiş yazı demektir. Eskiden sadrazamlar herhangi bir mesele hakkında padişahın müsaadesini, mütalâasını veya emrini almak için bunu gayet açık ifade ve güzel yazı ile yazılmış olarak yazıp gönderirlerdi ki, bunun adı telhis idi. Ayrıntılı bilgi için bkz.: Ünal, Osmanlı Tarihi ve Sözlüğü, s. 676-677.

<sup>4</sup> **Temessük:** Senet, hüccet; borç için alınıp verilen kâğıt. Osmanlı diplomatiğinde bir borcun ödenmesinin kabul edilmesi, bir şeyin teslim alındığının gösterilmesi gibi hususlarda karşı tarafa verilen bir nevi senet (OBD, 281), Ünal, Osmanlı Tarihi ve Sözlüğü, s. 677.

doğrudan padişah tarafından görevlendirilen casuslarca denetlenebilirlerdi (İnalçık, 2015, ss. 150-151). Ayrıca görevlerini suistimal eden bazı kadılar hakkında; Divana yapılan şikâyetler, onların teftiş edilmeleri için bir gerekçe oluşturmaktaydı. Rodos beyine ve İstanköy kadısına gönderilen hükümde Rodos kadısının zulmünden ada halkının huzursuz olduğu, kadının zulmünün önlenmesi için, adaya bir kadı ile çavuşu gönderip teftiş etmesine karar verilmişti (BOA MD 69, h. 531, s. 269). Kadılar soruşturmalarında suçlu bulunurlarsa görevden el çektirme cezasını müfettişler veremezdi. Cezalandırılmaları, padişah buyruğuyla yerine getirilirdi (Ekinci, 2017, s. 372).

Yargı erkinin önemli görevlilerinden biri olan naiblerde, suistimalleri nedeniyle teftiş edilerek haklarında kararlar verilmişti. Bunların, bağlı buldukları kadınlara hükümler gönderilerek iddia edilen şikâyet konularının araştırılması, teftiş sonunda suçun sübuta erip ermediği sicil (rapor) edilip Divana gönderilmesi istenirdi. Pogonya kadısına gönderilen hükümde kazaya bağlı Lipanca, Ostanca, Mesarya, Odurcani, Olagi ve Alovista köylüleri, naibin yanına akrabalarını da alarak zorla malları ile akçelerini aldıklarını arz etmişlerdi. Halkın mağduriyetinin giderilmesi için naib ve yanındakilerin teftiş edilmesine, teftiş süresince naibin görevden el çektirilerek yargılamanın adil yapılmasına hükmedilmişti (Bostan vd., 1993, s. 302). Şart (?) mahkeme naibi hakkında da yapılan teftiş sonunda; gayr-i ahlaki davrandığı ile halktan bazılarını suçsuz yere astırdığı anlaşılmıştı. Ayrıca naibin, halkın mülkünü zimmetine geçirip ellerinden zorla akçeler aldığı da teftiş sonunda belirlenmişti. Naibin suçunun kesinleşmesi nedeniyle görevden azline, suç dosyası ile başkente gönderilmesine karar verilmişti (BOA MD 74, h. 294, s. 84). Mehayif müfettişleri böylece adaletin tecelli etmesi için çalışarak toplumsal huzurun sağlanmasına da hizmet etmişlerdi.

Haklarından çeşitli suçlardan dolayı soruşturma yapılanların; teftişlerinde, suçlu olduklarına dair herhangi bir delilin bulunmayışı, merkezi yönetimin, teftişin adil yapılması için ısrarla telkinde bulunmasına neden olmuştu. Bu şekilde mehayif müfettişlerinin, herhangi bir sebeple delil karartmalarına çalışılmıştı. Şam beylerbeyi ile Ramle kadısına gönderilen hükümde Ramle mahkemesi naibinin, hakkında zalim olduğuna dair şikâyette bulunulmasına rağmen naibin; ilim ve irfan sahibi olduğuna dair teftiş sonunda rapor (sicil) edildiği belirtilmişti. Teftişin selahiyeti bakımından; naibin yeniden denetlenmesine, halka zulüm yapıp yapmadığının araştırılarak hazırlanan raporun başkente gönderilmesi emredilmişti (BOA MD 27, h. 825, s. 344).

Sancakbeyleri hakkında özellikle XVI. yüzyılın ikinci yarısında; görevlerini suistimallerine dair, Divana pek çok şikâyetler yapılmıştı. Bağdat

beylerbeyine gönderilen hükümde Refahiye sancakbeyinin, sancağa bağılı beş kazadan ikisinin, 1572 senesinde, 100.000 akçe olan gelirini, zimmetine geçirdiği için azledildiği belirtilmişti (BOA MD 27, h. 695, s. 291). Semendire sancağındaki tahsildarların; ağnam<sup>5</sup> vergisini kanuna ve deftere göre toplamadıkları, Divana şikâyet edilmişti. Yapılan teftiş neticesinde suçlu olduklarına karar verilmişti. (BOA MD 26, h. 228, s. 87). Mora beyi ve kadısı; adaya, ağnam vergisinin tahsili için gelen tahsildarların, naiblerle işbirliği yaparak verginin toplanmasında çeşitli hileler yaptıklarını, halkın bu durumdan muzdarip olduğunu, tahsildarların teftişi için Mora nazırının yanında Mehmet Çavuş ile bir kadının da görevlendirilmesini Divana, arz etmişlerdi. Mora beyine gönderilen hükümde ise kendisi ile beraber kadı ile Mehmet Çavuş'un, mehayif müfettişi olarak görevlendirildikleri ve yapılan kanunsuzluklar ile hilelere mani olmaları gerektiği emredilmişti (BOA MD 24, h. 270, s. 99).

Taşrada yolsuzluğun ve görevi kötüye kullanmanın boyutu değişerek zincirleme ağ haline dönüşmüştü. Sancakbeyi (ehl-i örf) ile kadı (ehl-i şer') gibi yöneticiler, suç örgütü oluşturup çıkar sağlamışlardı. Diyarbekir beylerbeyi ile Amid kadısına gönderilen hükümde Harput sancakbeyinin halka zulüm yaptığı, kendisinden şikâyetçi olanları, falakaya yatırıp dövdürdüğü, sancakta buğdayın kilesini beş ay vade ile yüz akçeye, pamuğun batmanını ise kırkar akçeye satmadığı, buğdayın kilesini yüz seksen akçeye, pamuğun batmanını ise yüzer akçeye satarak haksız kazanç sağladığı belirtilmişti. Ayrıca sancakbeyinin; bazı köylere hububat vermediği halde yanına kadıyı da alarak her köye yüzer kile buğday verdiğini sicil ettirip köylülerden fazlasıyla buğday aldığı da Divana, arz edilen hususlar arasındaydı. Sancakbeyi ile kadının teftiş edilerek haklarında isnat edilen suçların araştırılmasına yargılamanın adil yapılması için sancakbeyi ile kadının azledilmelerine, suçlarının kesinleşmesi halinde suç dosyalarının başkente gönderilmesine karar verilmişti (Bostan vd., 1993, s. 340). Bağdat beylerbeyi ile kadısına gönderilen hükümde ise sancakbeyi, voyvoda gibi yöneticilerin kanun ve deftere uygun hareket etmeyerek halkın mallarını haksız yere alarak zulmetmelerinden dolayı göç ettikleri belirtilmişti. Eyalet sınırlarındaki sorunların çözümü kendisinin sorumluluğunda olduğu hatırlatılıp güven ve huzuru sağlayamaması halinde azledileceği belirtilmişti. Bu durumla karşılaşmaması için halkın şikâyetlerini dinleyerek bahsi geçen yöneticileri teftiş etmesi, teftiş sonucunda suçlu bulunanlardan, halkın mağduriyetinin giderilmesi için haklarının

---

<sup>5</sup> **Ağnam:** Koyunlar demektir. Ancak koyun ve keçilerden alınan vergi anlamında da kullanılmıştır. (bkz. âdet-i ağnam ve ağnam resmi). Ünal, Osmanlı Tarihi ve Sözlüğü, s. 18-19.

alınmasına karar verilmişti (BOA MD 69, h. 415, s. 208). Rum ilindeki sancakbeyleri ile voyvodolar, eşkıyalarla mücadelede yeterli gayreti göstermedikleri gibi eşkıyalardan rüşvet alarak onları salıverdikleri teftiş sonunda belirlenip rapor edilmişti (BOA MD 23, h. 308, s. 150). Sultanöni sancakbeyi; kethüdası ile subaşığı, her ay halkın üzerine göndererek her haneden beşer ve altışar yüz akçe ile küçükbaş hayvanlarını vs aldırıp çeşitli zulümler yaptırmıştı. Anadolu beylerbeyi ile Sultanöni sancağındaki kadıların bu durumu teftiş ederek suçun işlenip işlenmediğine dair raporu hazırlayarak başkente göndermeleri emredilmişti (BOA MD 71, h. 243, s. 120).

Teftişte mağdurların dini ile milliyetine bakılmayarak adaletin tecelli etmesine gayret edilmişti. Eflak voyvodasına gönderilen hükümde Eflak vilayetindeki Müslüman ve zimmîlerden; Bulgar, Sırp, Rum ve Yahudi tüccarlarından bazılarının bal, yağ vs almak için geldikleri belirtilmişti. Eyaletle bağlı köy yerlerinde; zimmîlerin geceleyin konaklarken, altın ve akçelerini çaldırdıkları, hırsızların ise konakladıkları yere yakın köylüler ile kasaba halkından olabilecekleri şeklinde arz da bulduklarına değinilmişti. Kendisinin (Eflak voyvodası) ise adetlerinde; böyle hallerin olmadığını, Müslümanların hırsızlık yapamayacaklarını, tüccarlara söyleyip olay yerinde teftiş yapmayarak görevini kötüye kullandığı yönünde de şikâyette bulunulduğu belirtilmişti. Bu bağlamda yetkili olduğu eyalet sınırlarında gerekli önlemleri alarak buna benzer olayların yaşanmaması için çalışmasına, tüccarların mağduriyetlerinin giderilmesine karar verilmişti (BOA MD 34, h. 608, s. 292).

Beylerbeyleri, taşra yönetiminde birinci derece sorumluydular. Bunlar atanırken; "...eyyam-ı hümayûn-ı adalet-makrunumda bir ferd zulm ve ta'addi olduğu mesmu'-ı hümayunumun ola asla ve kat'a beyan olunacak özrün makbul olmayub..." (BOA MD 69, h. 417, s. 209) bazı sorumluluklar da verilmişti. Rum beylerbeyine gönderilen hükümde eyalette, halkın huzurunu bozan suhte eşkıyalarına aman vermeyerek halkın; can, mal ve namusunu koruması gerektiği emredilmişti. Ayrıca ele geçirilen suhtelerin, mehayif müfettişlerince teftiş edilmelerine, eşkıyalar arasında sipahilerden olanlar varsa hapsedilmelerine, diğerlerinin olay mahallinde haklarından gelinmesine karar verilmişti (BOA MD 23, h. 384, s. 181).

Taşra idarecileri gibi özel statüdeki vakıf yöneticilerinin de teftişine gerek duyulmuştu. Timar (toprak) rejimi içerisinde yer alan malikâne-divani sistemindeki; tapu resmi, malikâne sahiplerine aldırılmayıp sipahilere toplatılmıştı. Devletin böyle bir uygulamaya gitmesinde; teftiş hakkını mahfuz tutarak, hazinenin vergi kaybına bağlı zarar ettirilmemesi amaçlanmıştı (Barkan, 2000, s. 1179).

Devletin, vakıf topraklarında elde ettiği gelirlerin tam olarak belirlenmesinde zorluklar yaşanmaktaydı. Vakıf sahipleri hem idari yönden hem de vergilerin toplanması yönünden serbestlik içerisindeydiler. Yani temlik<sup>6</sup> edilen vakıf toprakları; “bi’l-cümle hukuk-ı şer’iye ve rüsum-ı örfiyesi ile mefruzu’l-kalem ve maktu’u’l kadem” olarak statüleri belirlenen serbest mülkler arasındaydılar. Tahsildarlar, vakıf arazilerine giremeyip vergileri de tahsil edemiyorlardı. Temliknameye göre fazla gelir elde edip etmedikleri denetlenemediği için gelirleri kayıt altına alınamıyordu (Barkan, 2000, s. 1175). Bu durum vakıf köylerinin denetimini zorlaştırmış, vergilerin belirlenen oranda toplanmasında da bazı sorunların çıkmasına neden olmuştu. Yaşanan sorunların çözüme kavuşturulması, hazinenin zarara uğratılmaması için (vakıfların teftişi) özel yetkili müfettişler atanırdı.

Kanunî’nin son döneminde bürokrasideki çözüme emareleri; oğlu II. Selim döneminde iyice hissedilir olmuş, III. Murat döneminde Kanun-ı kadîmin bozulması ile yoğunlaşarak artmış, III. Mehmet döneminde Osmanlı bürokratik yapısı, bir dönem Osmanlı Devlet ve toplum yapısı üzerinde etkili olan eşkıyalık olaylarına bağlı olarak da rüşvet, iltimas gibi kanunsuzlarla anılır olmuştu (Yılmaz, 2021, s. 241). Görevini kötüye kullananlara; adli, idari ve mali nitelikli ağır cezalar verilerek mücadele edilmesine rağmen taşra idaresindeki bazı yöneticiler, yetki ve otoritelerini zenginleşmenin bir aracı olarak görüp görevlerini suistimal etmeye devam etmişlerdi. Mehayif müfettişleri bu nedenle geniş yetkilerle donatılarak soruşturma yerlerine gönderilip kanunsuzluklara mani olmak için çalışmışlardı. Taşra idaresinin çoklu denetim mekanizmaları ile teftişine rağmen Osmanlı bürokrasisinde işlerin yolunda gitmediği, Divân-ı hümayûna yapılan değişik konulardaki şikâyetlerden anlaşılmaktadır.

### **Mehayif Müfettişlerinin de Denetlenmesi**

Taşra yöneticilerinin kanuna ve deftere uymayan davranışları; halk tarafından Divân-ı hümayûna şikâyet edilmesi üzerine görevlendirilen müfettişlerden bazıları da kanun ve adalet bağlamında karar vermeyerek yetki ve sorumluluklarını kötüye kullanmışlardı. Silistre sancağına teftiş için görevlendirilen Süleyman Çavuş hem subaşıya hem de halka zulüm etmişti. Bu durumun; Divân-ı hümayûna arz edilmesi üzerine müfettişin haksızlık yapıp yapmadığının araştırılmasına, suçlu bulunması

---

<sup>6</sup> **Temlikname:** Arazi-i Emiriyye menfaatlerinin bir cihete tahsis veya miktarı şartlarına uygun olarak rakabenin temlikini tazammun eden vesika adıdır. Ayrıntılı bilgi için bkz.: Mehmet Zeki Pakalın, Osmanlı Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü, Milli Eğitim Basımevi, C. III, İstanbul, 1946, s. 455.



halinde ise müfettişlik görevine son verilmesine karar verilmişti (Yazıcı, 2019, s. 451).

Taşrada stratejik öneme sahip kalelerdeki askerlerin, deftere göre teftiş etmesiyle görevlendirilen çavuşlardan bazıları, asli görevlerini yapmayarak Divana şikâyet edilmişlerdi. Gori beylerbeyi; Gori, Ahıska ve Tiflis kalelerindeki gedikliler ile askerlerin; Hüseyin Çavuşça teftişlerinin yapılmadığı Divana arz edilmesi üzerine beylerbeyinin, mahiyetindekilerinin teftişlerini yapmaları, kale hizmetinde olup da görevlerinde bulunmayanların, dirliklerinin alınarak cezalandırılmalarına karar verilmişti (BOA MD 74, h. 330, s. 97). Teftiş için gönderilen çavuşlardan bazıları görevlerini yapmadıkları için o yerin mülki amirlerince; Divân-ı hümâyûna şikâyet edilmeleri üzerine görevlerini yapmaları sağlanmıştı. Bunun yanı sıra mehayif müfettişlerinin dahi kararlarında adil davranmamaları karşısında halk çaresiz kalmamış, hak arama kapısı olarak Divân-ı hümâyûnu görerek zulme rıza göstermemişti. Bu durum; bize, halkın bütün haksızlıklara rağmen devletin yönetim merkezini bir baba gibi görüp ona sığındığını göstermektedir. Ayrıca teftişin de teftişi yaptırılarak adaletin tecelli etmesi için gayret edilmişti. Mehayif müfettişlerinin, teftişinin yapılmasında ise mülki amirler ile tebaanın, Divana yaptıkları arz ve arz-i haller belirleyici olmuştu.

## **SONUÇ**

Osmanlılar, geniş bir coğrafyada; siyasi varlıklarını, güçlü ve dinamik devlet teşkilatlarıyla sürdürmüşlerdi. Böyle bir coğrafyada; taşra yönetiminin, idari kararları ile suistimallerinin saptanmasında teftiş çok önemli bir araçtı. Siyasi irade bu aracı etkili kullanarak taşra yönetimini, teftiş mekanizmasıyla kontrol etmeye çalışmıştı.

Çok kültürlü ve geniş bir coğrafi alanda siyasi kurumlarıyla varlık gösteren Osmanlıların; ilk bakışta girift gibi görünen yönetim yapısının işleyişinde; bir hiyerarşi ile düzenin hassas dokuları görülmekte idi. Merkezi yönetimin iradesi altında taşrada uygulanan değişik yönetim modelleri ile devletin dört bir tarafına hâkim olunmaya çalışılmıştı. Geniş bir coğrafi alanda siyasi yapısıyla var olma gayreti içerisindeki siyasi irade; yöneticilerin adil olmaları ile kurumların işleyişinde oldukça hassas davranmıştı. Ancak yönetim ağ içerisinde zaman zaman işlerin kanuna göre yapılmaması, sorunların ana kaynağını oluşturmuştu. Merkezi yönetim yaşanan olumsuzluklara rağmen halkın, yaşamını sürdürüp gündelik işlerini huzurla yapabilmesi için gayret etmişti. Bunun için taşra yönetiminde sorunların yerinde çözüme kavuşturulması için teftiş erkini önemli bir güç olarak kullanmıştı. Halk, sorunlarına yerinde çözüm bulamadığı zaman mülki yapının

zirvesindeki, Divân-ı hümâyûna müracaat edebilmişti. Bu nedenle taşranın idaresinde; halkın arzları, merkezi yönetim için önemli bir veri oluşturmuştu.

Osmanlılar, teftişin adalet bağlamında yapılmasına dikkat ederek zulme uğrayanların dinine, milliyetine vs. bakmayarak mağduriyetlerin giderilmesine öncelik vermişlerdi. Adil yönetimi ilke edinen Osmanlı padişahları, devletin sürekliliğini; halkın, devlet ile uyumluluğundan görmüşler, kurdukları idari yapı ile bunu gerçekleştirmeyi amaçlamışlardı. Ancak merkezi yönetimce alınan bütün tedbirlere rağmen devletin yönetim yapısında yer alan bürokratlar ile hizmetindekilerden bazıları, görevlerini suistimal etmişlerdi. Siyasi irade, suistimalleri önlemek için teftişe bağlı olarak cezai yaptırımlarla yolsuzlukların ve haksızlıkların önünü almaya çalışmıştı. Mehayif müfettişlerinin raporlarına binaen suçları kesinleşenlere; adli, mali ve idari cezalar verilmişti. Teftişe; siyasi iradenin her an güç ve otoritesi, taşra yöneticilerine gösterilmişti.

Mehayif müfettişlerinin kararlarının bağlayıcı olmasına rağmen sadece bunların kararlarına göre hükümler de verilmemiş, teftişin de teftişi yaptırılmıştı. Böylece teftiş çok yönlü gerçekleştirilerek; kurumların işleyişi, yöneticilerin kanunlara uymaları ile halkın haksızlığa uğramamasına önem verilmişti. Bu durum halkın güveninin kazanılması ile siyasi iradenin meşruiyetinin korunmasında da oldukça önemli bir yere sahip olmuştu.

## **KAYNAKÇA**

### **Arşiv Belgeleri**

BOA, MD (A. DVNS. MHM. d), 23, 24, 26, 27, 32, 34, 69, 71, 72, 73, 74.

### **Yayınlanmış Eserler**

3 Numaralı Mühimme Defteri (966-968/1558-1560) Özet Transkripsiyon, Ankara: Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü Osmanlı Arşivi Daire Başkanlığı Yayınları, 1993.

12 Numaralı Mühimme Defteri (978-979/1570-1572) Özet Transkripsiyon, C. I, Ankara: Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü Osmanlı Arşivi Daire Başkanlığı Yayınları, 1996.

Ahmet Lütfi (1979). *Osmanlı Adalet Düzeni*, (Sadeleştiren: Erdinç Beylem), İstanbul: Fatih Yayınevi.

Matrakçı Nasuh (2019). Rüstem Paşa Tarihi Olarak Bilinen Târîh-i Âl-i Osmân (Osmanlı Tarihi 699-968/1299-1561), Hazırlayan: Göker İnan, Ankara: Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı Yayınları.

Mustafa Nuri Paşa (1992). Netayic ül Vukuat Kurumlarıyla Ve Örgütleriyle Osmanlı Tarihi, C. I-II, (sadeleştiren: Neşet Çağatay), III. Baskı, Ankara: TTK Yayınları.

Akyılmaz, B. (1998). Osmanlı Yönetiminde Merkezden Yönetimin Taşra İdaresi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, IV, 127-156.

Barkan, Ö. L. (2001). XV ve XVI ıncı Asırlarda Osmanlı İmparatorluğunda Ziraî Ekonominin Hukukî ve Malî Esasları Kanunlar, Hazırlayan: Hüseyin Özdeğer, C. I, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.

Barkan, Ö. L. (2000). Osmanlı Devleti'nin Sosyal ve Ekonomik Tarihi Tetkikler-Makaleler, C. II, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.

Barkey, K. (2011). Eşkıyalar ve Devlet (Osmanlı Tarzı Devlet Merkezileşmesi), Çeviren: Zeynep Altok, II. Baskı, İstanbul, Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Cezar, M. (1965). Osmanlı Tarihinde Levendler, İstanbul: İstanbul Güzel Sanatlar Akademisi Yayınları.

Çakmak, B. (2019). Taşra İdaresinde Osmanlı Merkezîyetçiliği Gediz'de Kaza İdaresi ve Sorunları, Ankara: Hitabevi Yayınları.

Ekinci, E. B. (2017). Osmanlı Hukuku Adalet ve Mülk, V. Baskı, İstanbul: Arı Sanat Yayınları.

Emecen, F. M. (2002). Osmanlı Devleti'nin Kuruluşundan Fetret Dönemine, *Türkler Ansiklopedisi*, C. IX, Ankara: Yeni Türkiye Yayınları, 24-55.

Emecen, F. M. (2009). Osmanlı Klasik Çağında Siyaset, İstanbul: Timaş Yayınları.

Emecen, F. M. (2018). Osmanlı Klasik Çağında Devlet ve Toplum, İstanbul: Timaş Yayınları.

Gökbilgin, M. T. (1977). *Osmanlı Müesseseleri Teşkilâtı Ve Medeniyeti Tarihine Genel Bakış*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.

Halaçoğlu, Y. (2003). XIV-XVII. Yüzyıllarda Osmanlılarda Devlet Teşkilâtı ve Sosyal Yapı, V. Baskı, Ankara: TTK Yayınları.

Halaçoğlu, Y. (2002). Klasik Dönemde Osmanlı Devlet Teşkilatı, *Türkler Ansiklopedisi*, C. IX, Ankara: Yeni Türkiye Yayınları, 1462-1548.

Hassan, Ümit (1998). İbn Haldun'un Metodu Ve Siyaset Teorisi, II. Baskı, İstanbul: Toplumsal Dönüşüm Yayınları.

Hütteroth, W. D. (2002). Osmanlı İmparatorluğu'nun Tarihi Coğrafyası, *Türkler Ansiklopedisi*, C. IX, Ankara: Yeni Türkiye Yayınları, 80-94.

İnalcık, H. (1965). Adâletnameler, *Türk Tarih Belgeleri Dergisi*, II, (3-4), 49-142.

İnalcık, H. (1966). Kutadgu Bilig'de Türk ve İran Siyaset Nazariye ve Gelenekleri, Reşit Rahmet Arat için, Ankara, 268-269 (b.2033).

İnalcık, H. (2005). Osmanlı'da Devlet, Hukuk, Adâlet, II. Baskı, İstanbul: Eren Yayınları.

İnalcık, H. (2010). Osmanlılar Fütuhât, İmparatorluk, Avrupa ile İlişkiler, III. Baskı, İstanbul: Timaş Yayınları.

İnalcık, H. (2015). Adâlet Kitabı, II. Baskı, İstanbul: Yeditepe Yayınları.

İpşirli, M. (2002). Osmanlı Esas Yapısının Bozulması Ve Islahı Çalışmaları Üzerine Bazı Gözlemler, *Türkler Ansiklopedisi*, C. IX, Ankara: Yeni Türkiye Yayınları, 1462-1548.

Imber, C. (2006). Osmanlı İmparatorluğu (1300-1650), (çev. Şiar Yalçın), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Karamursal, Z. (1989). Osmanlı Malî Tarihi Hakkında Tetkikler, II. Baskı, Ankara: TTK Yayınları.

Köprülü, F. (2004). Bizans Müesseselerinin Osmanlı Müesseselerine Tesiri, II. Baskı, Ankara: Akçağ Yayınları.

Kritovulos. (2020). Kritovulos Tarihi (1451-1467), IV. Baskı, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Lybyer, A. H. (2011). Kanuni Sultan Süleyman Döneminde Osmanlı İmparatorluğunun Yönetimi, (çev. Seçkin Cılızoğlu), İstanbul: Sarmal Yayınları.

Mumcu, A. (2007a). Osmanlı Devleti'nde Siyaseten Katl, III. Baskı, İstanbul: Phonenix Yayınları.

Mumcu, A. (2007b). Osmanlı Hukukunda Zulüm Kavramı, Ankara: Phonenix Yayınları.

Özçelik, İ. (2016). Devlet-i Aliyye'nin Taşra Yönetimi Sancak Kanunnâmelerinden Örnekler (Rodos, Prizrin, İskenderiye, Çemişgezek, Antep, Kütahya ve Tarsus Kanunnâmeleri), Ankara: Gazi Kitabevi.

Ortaylı, İ. (2016). Hukuk ve İdare Adamı Olarak Osmanlı Devleti'nde Kadı, II. Baskı, İstanbul: Kronik Yayınları.

Pitcher, D. E. (2019). Osmanlı İmparatorluğu'nun Tarihsel Coğrafyası, Çev.: Bahar Tırnakçı, V. Baskı, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Taneri, A. (2019a). Osmanlı Devleti'nin Kuruluş Döneminde Vezîriâzamlık (1299-1453), İstanbul: Bilge Kültür Sanat Yayınları.

Taneri, A. (2019b). Osmanlı Kara ve Deniz Kuvvetleri (Kuruluş Devri), İstanbul: Bilge Kültür Sanat Yayınları.

Turan, O. (2003). Türk Cihân Hâkimiyeti Mefkûresi Tarihi, XX. Baskı, İstanbul: Ötüken Yayınları.

Ünal, M. A. (2012). Osmanlı Sosyal ve Ekonomik Tarihi, İstanbul: Paradigma Yayıncılık.

Ünal, M. A. (2012). *Osmanlı Sosyal ve Ekonomik Tarihi*, İstanbul: Paradigma Yayıncılık. Ünal, M. A. (2011). Paradigma Osmanlı Tarihi ve Sözlüğü, İstanbul: Paradigma Yayıncılık.

Uzunçarşılı, İ. H. (1988). Osmanlı Devleti'nin İlmiye Teşkilâtı, III. Baskı, Ankara: TTK Yayınları.

Uzunçarşılı, İ. H. (2011b). Osmanlı Tarihi, C. I., Ankara, TTK Yayınları.

Uzunçarşılı, İ. H. (2011c). Osmanlı Tarihi, C. III/II, VII. Baskı, Ankara, TTK Yayınları.

Yazıcı, M. (2019). Şam Vilâyeti Mehâyif Teftişi (H. 956/M. 1549), *Çanakkale Araştırmaları Türk Yılığ*, 26, 447-472.

Yılmaz, S. (2017). *III. Murat Döneminde Divân-ı Hümayûn Gündeminde Osmanlı Köyü ve Köylüsü*, (Yayınlamamış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Yılmaz, S. (2018) III. Murat Döneminde Anadolu Ve Rumeli Eyaletlerindeki Kadı Ve Naiplerin Değerlendirilmesi, *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, V, (18), 420-441.

Yılmaz, S. (2019). XVI. Yüzyılda Osmanlı Devletinde Eşkıyalık Bağlamında Bürokratik Kaos, *Ahi Evran Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi (AEÜ. İİBFD)*, 3 (2), 108-128.

Yılmaz, S. (2021). Osmanlı Devleti'nde Bürokrasi Ve Tebaa (Kuruluştan XVI. Yüzyıla Kadar), Ankara, Sonçağ Akademi Yayınları.



Yayın Geliş Tarihi: 29.07.2020  
Yayına Kabul Tarihi: 24.12.2021  
Online Yayın Tarihi: 31.12.2021  
http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.775669

Dokuz Eylül Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi  
Cilt: 23, Sayı: 4, Yıl: 2021, Sayfa: 1543-1588  
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

*Derleme Makalesi*

## **E-POSTA PAZARLAMASI ALANINDA 1950-2019 YILLARI ARASINDA YAPILAN ÇALIŞMALAR YÖNELİK BİR ŞEMATİK YAZIN TARAMASI**

Canberk ÇETİN\*  
Muhammet Ali TİLTAY\*\*

### **Öz**

*E-posta pazarlaması internetin gelişimi ile ortaya çıkan elektronik bir pazarlama aracı olarak literatürde yer almaktadır. Şematik yazın taraması (mapping review) olarak gerçekleştirilen bu çalışmanın amacı, pazarlama aracı olarak ele alınan e-posta pazarlaması alanına dair bir öngörü sağlanmasıdır. Çalışmada 1950-2019 yılları arasında uluslararası akademik dergilerde yer alan pazarlama odaklı 57 e-posta pazarlaması çalışması incelenmiştir. Çalışmaların seçiminde anahtar kelimeler kullanılarak filtreleme gerçekleştirilmiş, doğrudan ilgili alana ve pazarlamaya yönelik olmayan çalışmalar kapsam dışında bırakılmıştır. İncelenen çalışmalar ile e-posta pazarlamasının teorik arka planına, odaklandığı alanlara, ele alındığı sektörler ve çalışmaların yönelimlerine dair sonuçlar elde edilmiştir. İncelenen çalışmaların 42'si ampirik, 15'i ise kavramsaldir. En çok çalışılan alanın tüketici davranışları olduğuna, en fazla sayıda yayının "Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice" dergisinde yer aldığına ve 2016 yılının 11 çalışma ile ilgili literatürde en çok yayının yapıldığı yıl olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada elde edilen sonuçlar ile farklı bir alana yönelmek isteyen akademisyenlere niş bir alan önerisi sunularak, e-posta pazarlaması literatüründe ele alınmamış olan alanlar gösterilmektedir.*

**Anahtar Kelimeler:** *E-posta, E-posta pazarlaması, E-posta pazarlaması literatür taraması, şematik yazın taraması*

---

*Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):*

Çetin, C., Tiltay, M. A. (2021). E-posta pazarlaması alanında 1950-2019 yılları arasında yapılan çalışmalara yönelik bir şematik yazın taraması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (4), 1543-1587.

\* Dr. Öğrencisi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü, ORCID: 0000-0003-0755-2601, canberkcetin@gmail.com.

\* Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, ORCID: 0000-0001-7877-8523, matiltay@gmail.com.



## A MAPPING REVIEW OF STUDIES IN THE FIELD OF E-MAIL MARKETING BETWEEN 1950 AND 2019

### *Abstract*

*E-mail marketing is included in the literature as an electronic marketing tool that emerges with the development of the internet. The purpose of this study, carried out as a mapping review, is to provide an insight into the field of e-mail marketing, which is considered as a marketing tool. In the study, 57 marketing focused e-mail marketing studies in international academic journals between 1950-2019 were examined. In the selection of the studies, filtering was carried out using keywords, and studies not directly related to the field and marketing were excluded. With the studies examined, results were obtained regarding the theoretical background of e-mail marketing, the areas it focuses on, the sectors it is addressed, and the orientations of the studies. 42 of the studies examined are empirical and 15 are conceptual. It has been concluded that the most studied area is consumer behavior, the highest number of publications are included in the journal "Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice" and that 2016 is the year in which the most publications were made in the literature related to 11 studies. With the results obtained in the study, a niche field proposal is presented to academicians who want to move to a different area, and the areas not covered in the e-mail marketing literature are shown.*

*Keywords: E-mail, E-mail marketing, E-mail marketing literature review, Mapping review*

### **GİRİŞ**

Elektronik pazarlama ürün veya hizmetlerin satıcıdan alıcıya elektronik metotlar aracılığıyla medya ile ulaştırılmasını içermektedir. Elektronik pazarlama, 19.yy'da telgrafın kullanılması ile başlamıştır. Ardından telefonun, radyonun ve televizyonun yaygınlaşması ile elektronik medya etkin bir pazarlama gücü haline gelmiştir (Hoge, 1993). Teknolojideki elektronik gelişmeler ile internetin ortaya çıkması ve hızlı bir şekilde yayılması akademik toplulukta büyük bir ilgi yaratmıştır (Pomirleanu vd., 2013). Yıllar içerisinde internetin daha fazla işletme tarafından kullanılması işletmelerin etkililiklerini yükseltmiştir. Elektronik ortamlarda yaratılan pazarlar ise alıcıların ve satıcıların birbirlerine ulaşmalarında büyük bir kolaylık sağlayarak internetin pazarlama, satış ve dağıtım kanalına evrilmesine katkı sağlamıştır (Farhoomand & Lovelock, 2001). Elektronik ortamlarda alıcı ve satıcı arasındaki iletişimin gerçekleşmesini sağlayan araçlardan biri de e-postadır. 2019 yılı itibarıyla günlük ortalama 296 milyar e-postanın gönderilmesi (Statista, 2020), ele alınan aracın kapsamının ne denli geniş olduğunu göstermektedir. E-postanın geniş kitleler tarafından benimsenmesi toplumu ve ticareti büyük ölçüde etkileyerek, bireylerin birbirleri ile kişisel düzeyde kurdukları iletişimle beraber işletmelerin de müşterileri ile kurdukları iletişimlerin şeklini değiştirmiştir (O'Connor, 2008). Günümüzde işletmeler için e-posta, pazarlama stratejisinde önemli bir konumda bulunarak, promosyonların ve hizmet beklentilerinin iletiminde, satışların artırılmasında, yeni müşteri edinmede ve varolan müşteriler ile iletişimlerini

sürdürmede kullanılmaktadır (DeFrene vd., 2005). DMA (2019) verilerine göre işletmeler tarafından e-posta pazarlaması üzerine gerçekleştirilen 1\$'lık harcama ile yaklaşık 42\$'lık bir kazanç sağlanmaktadır. Sahip olduğu yüksek getiri dönüşü e-posta pazarlamasını uygun maliyetli ve verimli bir araç haline getirmektedir. Küçük ve orta ölçekteki işletmeler için ise e-posta pazarlamasının tüketicilere ulaşma noktasında büyük katkıları vardır. %80 geri dönüş oranı sağlayarak, işletmelerin büyümelerine büyük katkıda bulunduğu ifade edilmektedir (Emarsys, 2018). Bu veriler ile e-posta pazarlamasının özellikle küçük ve orta ölçekteki işletmeler için önemi de açıkça görülmektedir.

E-posta pazarlaması, müşteri ilişkilerinde, pazarlama stratejilerinde, iç ve dış iletişimde kullanılan çevrim içi araçlardan biri olarak konumlanmaktadır. İşletmeler ve tüketiciler için büyük katkıları olan, popüler ve önemli bir araç olmasına rağmen e-posta pazarlaması alanında gerçekleştirilmiş şematik bir literatür taraması bulunmamaktadır. Şematik literatür taraması ile e-posta pazarlaması literatüründeki boşlukları tablolar, grafikler ve sayılarla belirleyerek literatürün haritasını çıkarmak sonraki çalışmalar için önem taşımaktadır. Bu çalışma ile e-posta pazarlaması alanında çalışmak isteyen araştırmacılara alana dair açık ve şeffaf bir içgörü sunulmaktadır. Bu doğrultuda gerçekleştirilen şematik yazın taraması (mapping review) ile e-posta pazarlaması alanı incelenerek literatürde yer alan çalışmaların sayıları, yöntemleri, analiz birimleri, yer aldığı dergiler incelenerek ve alandaki boşluklar belirlenerek, tablo ve grafikler aracılığıyla ilgili literatüre dair bir öngörü sağlanmıştır.

## **E-POSTA PAZARLAMASI**

İnternetin icadı ile pazarlama alanında yeni bir iletişim kanalı ortaya çıkmıştır. Oluşan bu yeni kanal sunduğu etkileşim ortamıyla yalnızca bireyler arası iletişimde değil, işletmelerin müşterileri ile olan iletişimlerinde de etkili olmuştur. Değişen iletişim şekli, işletmelerin müşterileri ile olan iletişim stratejilerini güncellemelerini gerektirmiştir. İşletmeler tarafından gerçekleştirilen değişimler özellikle sunulan mesajların ve içeriklerin nasıl iletileceği üzerinde yoğunlaşmıştır. İşletmelerin müşterilerine ulaşmada çevrim içi ortamlarda kullanacağı araçlardan biri olarak e-posta pazarlaması son 25 yılın en hızlı büyüyen iletişim teknolojisi olarak görülmektedir (O'Connor, 2008). 1995 yılında e-posta kullanıcı sayısının 16 milyon olduğu ve Ocak 2020 itibarıyla 4,5 milyara ulaştığı görülmektedir (Internet World Stats, 2020). 4,5 milyar kullanıcı tarafından gerçekleştirilen günlük e-posta trafiğinin 2019 yılı itibarıyla 293 milyar olması (Radicati, 2019), en hızlı büyüyen iletişim teknolojisi olmasının yanı sıra yüksek trafiğe sahip bir araç olduğunu göstermektedir. Trafiğin bu denli yüksek olması aynı zamanda gün içerisindeki aktif kullanımın ve geniş bir ağ üzerindeki yayılımını göstermektedir. E-posta aracılığıyla gerçekleştirilen pazarlama aktivitesi ise "e-posta pazarlaması" olarak isimlendirilmekte ve elektronik ortamdaki pazarlama araçlarından biri olarak ele alınmaktadır (Chittenden & Rettie, 2003).

E-posta pazarlaması, pazarlama iletişiminde firmaların müşterileriyle daha yakın ilişkiler kurmalarına olanak sağlayan bir araçtır (Chaffey vd., 2003; McCloskey, 2006). DuFrene vd., (2005) e-postanın birçok işletmenin; yeni tüketicilere ulaşma, satışları artırma, var olan iletişimi sürdürme ve yeni müşteriler ile ilişkiler kurma gibi pazarlama stratejilerinde anahtar rol oynadığını belirtmektedir. Müşteriler tarafından da e-postaların, ihtiyaçları olan ürünleri bulmalarında oldukça etkili olduğu belirtilmektedir (Gratton, 2003). E-postanın yayılarak daha geniş kitlelere ulaşması ile önemi daha da artarak geleneksel pazarlama metotlarına göre daha avantajlı ve pratik bir araç haline gelmiştir. E-posta pazarlamasına ekonomik açıdan bakıldığında ise hızlı ve düşük maliyetli olarak, hedeflenen kitleye doğrudan erişim sağlaması aracın en büyük avantajı olarak görülmektedir (Kinnard, 2002). Pratikliği ise zaman tasarrufu olarak öne çıkmakla birlikte, yüz bin veya beşyüz bin e-postanın zaman maliyetinin aynı olmasıdır (Krishnamurthy, 2001). Sahip olduğu bir diğer avantaj ise küçük ve orta ölçekli işletmelerde tanıtımlar, indirimler ve kuponlar gibi teşvik edici iletişimin gerçekleşmesini kolay ve etkili bir şekilde sağlamasıdır (Moustakas vd., 2006). Avantajları ve pratikliğinin yanı sıra, e-postaların küresel bir erişime sahip olması ile birlikte anlık ve ölçülebilir özelliklere sahip olması e-postayı çekici bir pazarlama aracı yapmaktadır (Nettleton, 2005).

E-posta birçok farklı sektörde pazarlama aracı olarak kullanılarak, pazarlama stratejilerinin gerçekleştirilmesinde aktif rol oynamaktadır. Uygulamacıların yanı sıra literatürde de akademisyenler tarafından e-posta pazarlamasının kullanıldığı farklı sektörler incelenmiştir. Farklı sektörler literatürde; otelcilik (O'Connor, 2008; Yang vd., 2018), bankacılık sektörü (Nath & Gupta, 2013), yayıncılık (Goff, 2011), perakendecilik (Heiens & Narayanaswamy, 2016) ve emlakçılık (Acharya vd., 2010) olarak görülmektedir. Acharya vd., (2010) tarafından gerçekleştirilen çalışmada emlakçıların performansında e-posta pazarlamasının etkisi incelenmiştir. Acente performansının yeni teknolojilere yönelik algısının ve tutumunun, e-posta pazarlama aracının kullanımında etkili olduğu ve teknoloji kullanımının da ekonomik performans üzerinde etkili olduğu elde edilmiştir. Literatür ile paralellik gösteren sonuçlar e-posta pazarlamasının kullanılmasının işletmelere faydalar sunduğunu teyit etmektedir. Birçok sektörde e-posta pazarlamasının etkin rol almasının sebepleri arasında; kolay kullanılabilirliği, yüksek erişim sahipliği, düşük maliyetli oluşu, hızlı iletişim kurabilmesi ve doğrudan bir etkiye sahip olması gibi faydaları bulunmaktadır.

E-posta pazarlaması literatürü incelendiğinde hem ampirik hem de kavramsal çalışmalara ulaşılmıştır. Literatürde yer alan kavramsal çalışmalar (Tablo 1); tüketicilerin farklı kanallara dair attıkları özellikleri ve bu özelliklerin pazarlama etkinliklerinin edinimindeki davranışlarını e-posta pazarlaması üzerinden teoriye dayandırılması (Jain & Reed, 2013), B2B pazarlamada verimli kullanımı (Dawe, 2015), tüketici güçlendirme için neden, ne zaman ve nasıl kullanılabileceği (Hartemo, 2016), pazarlamacılar için en iyi uygulama seçeneklerini özetlenmesi (Stevens, 2004), yasallık ve mevzuata dair güncellemeleri (Gaskill & Hackett,

2001), yasalara uygun şekilde gerçekleştirilmesini (Malcolm, 2004), istenmeyen ticari e-posta sürecine yönelik kavramsal bir bakış sunulması (Moustakas vd., 2006), e-posta pazarlamasında videoların kullanılmasına yönelik potansiyeli ve nasıl gerçekleştirileceğini (Anderson, 2003), küçük ve orta ölçekli B2B işletmelerin araştırılması (Liu, 2012), ticari e-posta mesajlarının gönderimi ve satış gücüne etkileri (Clarke vd., 2005), entegre değer yaratma süreci (Kucuk, 2011), gelenekselden yeni akıma geçişte araç olarak e-posta pazarlamasının kullanımı (Goff, 2011), online reklamcılıkta bir araç olan e-posta pazarlamasının etkili kullanım metodları (Sankar, 2019), stratejik yönetimdeki etkili internet pazarlaması araçlarının seçimi (Lagodiienko vd., 2019), sürdürülebilir e-posta pazarlama altyapıları (Pavlov vd., 2008), eğilimleri ve kullanım türlerine dair uygulamacıların etkinliklerine (Jain & Garg, 2014) yöneliktir.

**Tablo 1:** E-Posta Pazarlaması Literatüründeki Kavramsal Çalışmalar ve Konuları

<b>Kavramsal Çalışmalar</b>	<b>Odaklanılan Konu</b>	<b>Kaynak</b>
	Farklı platformlara ait tüketici dinamikleri ve özelliklerinin belirlenmesi	Jain & Reed, 2013
	B2B pazarlamada verimli kullanımı	Dawe, 2015
	Tüketici Güçlendirme için neden, ne zaman ve nasıl kullanılabilirliği	Hartemo, 2016
	Pazarlamacılar için en iyi uygulama seçeneklerini özetlenmesi	Stevens, 2004
	Yasalık ve mevzuata dair güncellemeleri	Gaskill & Hackett, 2001
	Yasalara uygun şekilde gerçekleştirilmesini	Malcolm, 2004
	İstenmeyen ticari e-posta sürecine yönelik kavramsal bir bakış sunulması	Moustakas vd., 2006
	E-posta pazarlamasında videoların kullanılmasına yönelik potansiyeli ve nasıl gerçekleştirileceğine dair kavramsal bir çerçeve oluşturulması	Anderson, 2003
	Küçük ve orta ölçekli B2B işletmelerin araştırılması	Liu, 2012
	Ticari e-posta mesajlarının gönderimi ve satış gücüne etkileri	Clarke vd., 2005
	Entegre değer yaratma süreci	Kucuk, 2011
	Gelenekselden yeni akıma geçişte araç olarak e-posta pazarlamasının kullanımı	Goff, 2011
	Çevrimiçi reklamcılıkta bir araç olan e-posta pazarlamasının etkili kullanım metodları	Sankar, 2019
	Stratejik yönetimdeki etkili internet pazarlaması araçlarının seçimi	Lagodiienko vd., 2019
	Sürdürülebilir e-posta pazarlama altyapıları	Pavlov vd., 2008
	Eğilimleri ve kullanım türlerine dair uygulamacıların etkinliklerine	Jain & Garg, 2014

Yazında yer alan ampirik çalışmalara bakıldığında ise nicel yöntem kullanılan çalışmaların baskınlığı görülmektedir. Literatürde yer alan nitel yöntemli olan tek çalışma Utkarsh & Gupta (2018) tarafından gerçekleştirilmiştir. Nitel içerik

analizi yapılarak gerçekleştirilen çalışma, tanıtım e-postalarındaki reklam içeriğinin pazarlamaya dair sunduğu öngörülerin analiz edilmesine odaklanmıştır. 698 adet tanıtım e-postası incelenen çalışmada e-posta pazarlamasının etkinliğinin ölçümü bu araçla gerçekleştirilmiştir. Sonucunda ise literatüre, içeriğinde yüksek seviyede bilgi sunan, yalnızca metinden oluşmayan ve duygusal bağ kurabilen e-posta içeriklerinin daha etkili olduğuna ulaşılarak, doğrudan uygulamaya yönelik sonuçlar ortaya konulmuştur.

Karma yöntemli ve işletme odaklı gerçekleştirilen çalışma ise Watjatrakul & Drennan (2005) tarafından gerçekleştirilmiştir. E-postada odaklanılan alan, tasarım, içeriğin oluşturulması, test edilmesi, dağıtımı, izlenmesi, raporlanması ve analiz edilmesi gibi faaliyetlerden oluşan yerleşik yedi işlev sınıflandırması kullanılmıştır. İşlevlerin test edilmesinde, üç farklı analiz düzeyi kullanılarak, iki işlevin değerini ve belirsizliğini izlemek için vaka çalışmalarından yararlanılmıştır. Araştırmanın sonucu, işlevlerin yönetiminde kullanılan becerilerin ve örtük bilginin karar verme sürecinde önemli olarak, belirsizliği aştığını göstermektedir. Bu durum ise incelenen yedi işlevin e-posta pazarlaması için önemini ortaya koymaktadır.

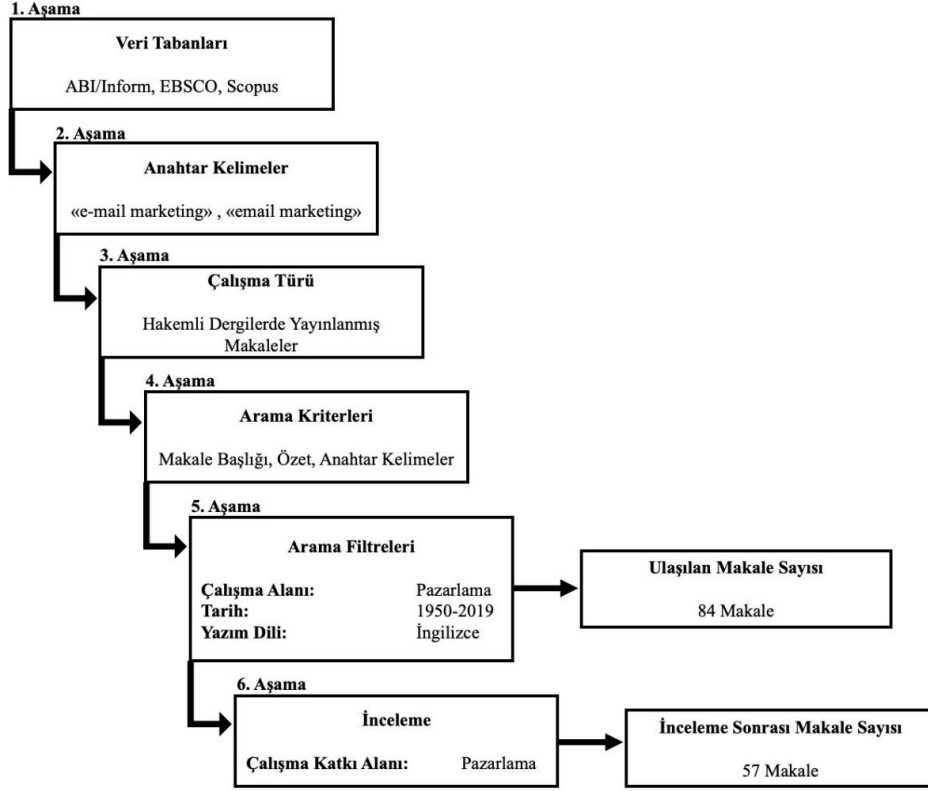
Pazarlama iletişimlerinde birden fazla platformun aynı anda kullanılmasına yönelik Hamilton vd., (2016) tarafından gerçekleştirilen çalışma tüketici odağına sahiptir. Çalışmada, farklı platformlardaki marka-tüketici etkileşimleri incelenerek, tüketicilerin hangi platformlardan marka ile iletişim kuracağına dair motivasyonları ele alınmıştır. Karma yöntem ile gerçekleştirilen çalışmanın sonucunda promosyon veya teşvik talebinde olan tüketicilerin çoklu platformlarda aktif olduğu görülmüştür. E-postalarda, yeni ürün tanıtımları, mağaza açılışları gibi içeriklerin kullanılarak platformlar arasında bağ oluşturulabileceği belirtilmiştir. Tüketiciler ile iletişimlerde eğlenceli, zamana duyarlı içeriklerin iletilmesinin ve ilgili içeriklerin önemi aktarılmıştır. Odaklanılan platformların işletme ve sektör özelinde farklılıklar taşıyarak etkili olduğu görülmektedir.

Literatür incelemelerinden de görüldüğü üzere, e-posta pazarlaması çalışmaları tek bir sektör, yöntem veya analiz düzeyi üzerinde gerçekleşmeyerek farklı şekillerde ele alınmıştır. Gerçekleştirilen çalışma ile literatürde yer alan e-posta pazarlaması çalışmalarına dair genel bir öngörü sağlanmıştır.

## **ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ**

Şematik yazın taraması olarak tasarlanan bu çalışma e-posta pazarlaması alanında var olan literatürü haritalandırma ve sınıflandırma amacıyla gerçekleştirilmiştir. Literatürü haritalandırma ve sınıflandırma kriterleri Grant & Booth (2009) ve Gough ve arkadaşları (2006) tarafından önerilen süreç izlenerek gerçekleştirilmiştir. İlgili süreçte arama ve tarama yoluyla ilgili çalışmaların bulunması, araştırmanın yönlendirilmesi için anahtar kelimelerin kullanılması, literatürün sayısal değerlerinin aktarılması, araştırma desenlerinin sunulması önerilmektedir. Gelecekte yapılacak olan çalışmalara yol gösterici olması, var olan çalışmaların tanımlanarak bağlamsallaştırılması ve literatürdeki boşlukların

sunulması şematik yazın taramasının odağıdır (Grant & Booth, 2009). İlgili odak çerçevesinde çalışmanın arama süreci 4 basamakta gerçekleştirilmiştir (Görsel 1). İlk aşamada e-posta pazarlaması literatürünü taramak adına elektronik veri tabanları belirlenmiştir. İkinci aşamada anahtar kelimelerin seçimi ile elektronik veri tabanlarında tarama sürecine başlanmıştır. Üçüncü aşamada tarama sonucunda ulaşılan çalışmalardan yalnızca hakemli dergilerde yayınlanmış olan makaleler kapsam dahiline alınmıştır. Pazarlama alanına geniş bir bakış sağlanması adına herhangi bir dergi kısıtı uygulanmamıştır. Tezler, bildiriler ve kitaplar ise kapsama dahil edilmemiştir. Dergilerin barındırdıkları makaleler ile en yüksek araştırma düzeyini temsil etmesi (Nord & Nord, 1995) yalnızca makalelerin incelenmesini nedenselleştirmiştir. Dördüncü aşamada makalelerin seçimi anahtar kelimelerin makalenin isminde, özetinde veya anahtar kelimelerinde yer almasına göre gerçekleştirilmiştir. Beşinci aşamada arama sonuçları yalnızca pazarlama alanında olanlar, 1950-2019 yılları arasında yayınlananlar ve yazım dili İngilizce olanlarla sınırlandırılmıştır. Altıncı aşamada sınırlamalar sonucunda ulaşılan makaleler incelenerek çalışma katkı alanlarına göre filtrelenmiştir. Ardından çalışmalar Grant & Booth (2009) ve Gough ve arkadaşları (2006) tarafından sunulan öneriler dikkate alınarak Littell ve arkadaşlarının (2008) kullandığı yol izlenerek yöntemlerine, veri toplama araçlarına, analiz birimlerine, yayımlandıkları dergilere ve yer aldıkları elektronik veri tabanlarına göre sınıflandırılmış ve raporlanmıştır.

**Görsel 1: Arama Aşamaları****Veri Tabanları**

Literatür taraması çalışması gerçekleştirilirken birden fazla veri tabanının incelenerek, geniş bir çerçeve yaratılması gerekmektedir (Green vd., 2006). İncelenmiş olan elektronik veri tabanlarının seçiminde Schibrowsky vd., (2007) incelenecek elektronik veri tabanlarının seçiminde iki karar kriterinin göz önüne alınması gerektiğini belirtmektedir. İlk kriter sahip olduğu dergi kapsamının geniş olması ve ikinci kriter de uzun bir zaman diliminin incelenebilmesidir. Kriterler ve pazarlama literatüründe gerçekleştirilmiş diğer çalışmaların (Alalwan vd., 2017; Knight, 1999; Tafesse & Skallerud, 2017) ele aldığı elektronik veri tabanları dikkate alınarak gerçekleştirilen seçim ile ABI/Inform, EBSCO (Business Source Premier), Scopus elektronik veri tabanlarından yararlanılmıştır. Yararlanılan veri tabanları literatürde ana veri tabanları olarak görülmektedir (Alalwan vd., 2017). ABI/INFORM veri tabanı ise önde gelen bir elektronik veri tabanı olarak görülmektedir (Knight, 1999). Önde gelen veri tabanlarının kullanılmasının sebebi olabildiğince geniş bir bakış açısı kazanmak olarak belirtilebilir. Literatürde yer alan diğer çalışmaların araştırma yöntemleri de incelenerek amaçlanan geniş bakış

açısının kazanılmasında ana veri tabanlarının kullanımının fayda sağlayacağı düşünülmüştür.

### **Dergi Dizini**

E-posta pazarlaması araştırmalarını içeren dergilerde yayınlanmış olan çalışmalar incelenerek, pazarlama odaklı yayınları içeren dergilerin seçilmesi haricinde bir kısıtlamaya gidilmemiştir. Kısıtlama gerçekleştirilmemesinin sebebi ise “e-posta pazarlaması” üzerine bir literatür taraması çalışması bulunmaması ve bu çalışmanın alanı ele alan ilk çalışma olacak olmasıdır. Dergi alanında bir kısıtlama gerçekleştirilirse dahi taramada yalnızca hakemli akademik dergiler incelenmiştir. Çalışmada yalnızca İngilizce dilinde yayın yapan dergiler ele alınmıştır. Tarama sonucunda ulaşılan dergiler ise şu şekildedir: “*Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Asian Journal of Business Research, Baltic Journal of Management, Contemporary Logistics, Cornell Hospitality Quarterly, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Electron Markets, Industrial Marketing Management, Int. J. Electronic Customer Relationship Management, Int. J. Sport Management and Marketing, Interactive Marketing, International Journal of Applied Business and Economic Research, International Journal of Electronic Commerce, International Journal of Electronic Marketing and Retailing, International Journal of Enterprise Information Systems, International Journal of Recent Technology and Engineering, International Journal on Customer Relations, Internet Research, Journal of Business & Economic Statistics, Journal of Business Economics and Management, Journal of Business Research, Journal of Consumer Marketing, Journal of Database Marketing, Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, Journal of Electronic Commerce in Organizations, Journal of Global Information Management, Journal of Marketing Channels, Journal of Marketing Communications, Journal of Marketing Management, Journal of Marketing Research, Journal of Personal Selling & Sales Management, Journal of Product & Brand Management, Journal of Promotion Management, Journal of Real Estate Literature, Journal of Research in Interactive Marketing, Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing, Journal of Vacation Marketing, Management Science, Managerial and Decision Economics, Market-Tržište, Marketing Science, Economic Sciences Series, Publishing Research Quarterly, The Psychological Record*”.

### **Tarama İşlemi**

Elektronik veri tabanlarındaki taramaların gerçekleştirilmesinde makalelere erişim için anahtar kelimeler kullanılmıştır. Ulaşılmak istenen makalelere erişimde anahtar kelimeler kullanılması ve araştırma konusuyla doğrudan ilişkili olması gerekmektedir (Synder, 2019). İlgili anahtar kelimeler “e-mail marketing” ve “email marketing” olarak seçilmiştir. Bu doğrultuda anahtar kelime aracılığıyla veri tabanlarında; başlık, özet ve anahtar kelimeler için tarama gerçekleştirilmiştir. Literatürde yer alan birçok farklı alanda e-posta pazarlaması çalışması bulunsa dahi başlığında, özetinde ve anahtar kelimelerinde istenilen kritere sahip olmayan



çalışmalar araştırmaya dahil edilmemiştir. Kriterler uygulandıktan sonra ulaşılan makalelerin çalışma katkı alanlarının tespiti adına inceleme gerçekleştirilmiştir. İstenilen kriterleri (başlıkta, özetle, anahtar kelimesinde arama terimlerinin bulunması) sağlamasına rağmen:

- Doğrudan e-posta pazarlaması ile ilgili olmayan çalışmalar,
  - Pazarlama alanına katkıda bulunmayan çalışmalar,
  - Bildiriler, yüksek lisans ve doktora tezleri, ders kitapları, akademik dergilerde yayınlanmamış olan makaleler,
- literatür taramasına dahil edilmemiştir.

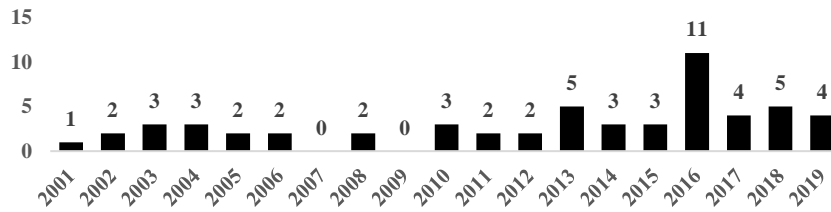
## BULGULAR

Bulgular çalışmaların miktarlarına, odaklandığı konularına ve Littell vd., (2008) önerileri doğrultusunda yöntemlerine, veri toplama araçlarına, analiz birimlerine, yayınladıkları dergilere ve yer aldıkları elektronik veri tabanlarına göre tasnif edilmiştir.

### Yayınlanan E-posta Pazarlaması Araştırması Miktarı

Tarama kapsamında belirlenen 1950-2019 yılları arasında yayınlanmış toplam 84 adet e-posta pazarlaması çalışmasına ulaşılmıştır. Anahtar kelime, başlık, özet odaklı taramalar ve incelemeler sonrasında erişilen çalışma sayısı 57'dir. Elektronik veri tabanlarında 1950'den 2001 yılına kadar bu konu üzerine gerçekleştirilmiş bir çalışma bulunmamaktadır. Grafik 1 incelendiğinde 2007 ve 2009 yıllarında e-posta pazarlaması üzerine çalışma gerçekleştirilmediği, 2016 yılının ise 11 adet ile en yüksek sayıda çalışmanın gerçekleştirildiği yıl olarak görülmektedir.

**Grafik 1:** Yıllara göre E-Posta Pazarlaması Üzerine Gerçekleştirilen Makale Sayıları



### E-posta Pazarlaması Çalışmalarının Yayınlandığı Dergiler

E-posta pazarlaması çalışmalarının birçok farklı alanda gerçekleştiğine ulaşılmıştır. Arama filtreleri dahilinde taranan dergilerde çalışma alanının pazarlama olarak seçilmesi belirli alanın dışında kalan dergileri kapsam dışında bırakmıştır. Belirlenen sınırların dışında yer alan dergilerin de e-posta pazarlaması konusunda çalışmalar içerdiği bilinmektedir. E-posta pazarlamasını pazarlama alanında inceleyen çalışmalara yer veren 43 akademik ve hakemli dergi tespit edilmiştir

(Tablo 2). Dergilerin 27'si Web of Science veri tabanında yer alırken (Tablo 3), geriye kalan 16 dergi ise Web of Science kapsamında değildir.

Tablo 2, e-posta pazarlaması alanındaki çalışmaların yayınlandığı akademik dergilere dair bir görünüm sunmaktadır. Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, 7 e-posta pazarlaması çalışması ile toplam 57 makalenin %12'sini oluşturarak en fazla makale içeren akademik dergidir. Ardından içerdiği 4 adet çalışma ile Interactive Marketing kapsam dahiline alınan makalelerin %7'sini oluşturmaktadır. İncelenen kapsamda makale sayısı bazında baskın olan bir akademik dergi bulunmamaktadır

**Tablo 2:** E-Posta Pazarlaması Çalışmalarının Yayınlandığı Akademik Dergiler ve Dergi Başına Yayın Sayısı

Dergi Adı	Yayınlanmış Olan E-Posta Pazarlaması Çalışma Sayısı	Dizin	Dergi Adı	Yayınlanmış Olan E-Posta Pazarlaması Çalışma Sayısı	Dizin
Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics	1	"Permission Email Marketing and Its Influence on Online Shopping", Raimers vd., 2016	Journal of Consumer Marketing	1	"Hashtags and Handshakes: Consumer Motives and Platform use in Brand-Consumer Interactions", Hamilton vd., 2016
Asian Journal of Business Research	1	"Optimal Ways for Companies to Use Facebook Messenger Chatbot as a Marketing Communication Channel", Balasudarsun vd., 2018	Journal of Database Marketing	1	"Ethical Customer Relationships: a Comparative Analysis of US and French Organisations Using Permission-Based E-mail Marketing", Waring & Martinez, 2002
Baltic Journal of Management	1	"Achieving Consumers' Attention Through Emerging Technologies The Linkage Between E-marketing and Consumers' Exploratory Buying Behavior Tendencies", Waheed & Jianhua, 2018	Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice	7	"A Multi-Industry, Longitudinal Analysis of the Email Marketing Habits of the Largest United States Franchise Chains", Abrahams vd., 2010 "Towards Integrated E-marketing Value Creation Process", Kucuk, 2011 "National Email Benchmarking Report 2013", Jain & Gang, 2014 "DMA Print Tracking: Attributes of Media Channels", Jain & Reed, 2013 "DMA Insight: Consumer Email Tracking Report 2015", Ridley-Siebert, 2016

						<p>"DMA Email Tracking Report 2014", Reed &amp; Jain, 2015</p> <p>"Best Practice in Business- to-Business Email", Dawe, 2015</p> <p>"Towards Improved Performance: A Model for Testing Email Newsletter Design", Hartemo vd., 2016</p> <p>"Permission-Based E-Mail Marketing Websites Success: An Integrated Perspective", Lin vd., 2015</p> <p>"Less is More: An Exploratory Analysis of Optimal Visual Appeal and Linguistic Style Combinations in a Salesperson's Initial-Contact E-mail to Millennial Buyers Within Marketing Channels", Dapko &amp; Artis, 2014</p> <p>"Effects of Link Placements in Email Newsletters on Their Click-Through Rate", Kumar &amp; Salo; 2018</p> <p>"Factors Affecting E-Mail Marketing Sourcing Decisions: A Transaction Cost Perspective", Wajjatrakul &amp; Drennan, 2005</p> <p>"Modeling Customer Opt-In and Opt-Out in a Permission-Based Marketing Context", Kumar, Zhang ve Luo, 2014</p>
Contemporary Logistics	1	"The Researches on E-mail Marketing of Small and Medium-sized B2B Enterprises", Liu, 2012	Journal of Electronic Commerce in Organizations	1		
Cornell Hospitality Quarterly	1	"E-Mail Marketing by International Hotel Chains An Industry-Practices Update", O'Connor, 2008	Journal of Global Information Management	1		
Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly	1	"Permission E-mail Marketing as a Means of Targeted Promotion", Marinova vd., 2002	Journal of Marketing Channels	1		
Electron Markets	1	"A Comparison of the Effectiveness of E-mail Coupons and Mobile Text Message Coupons for Digital Products", Reichhart vd., 2013	Journal of Marketing Communications	1		
Industrial Marketing Management	1	"The CAN-SPAM Act: New Rules for Sending Commercial E-mail Messages and Implications for the Sales Force", Clarke vd., 2005	Journal of Marketing Management	1		
International Journal Electronic Customer	1	"An Examination of the E-mail and Electronic Relationship Marketing Practices of the USA's top 500 Online	Journal of Marketing Research	2		

Relationship Management		Retailers", Heiens & Narayanaswamy, 2016			"Dynamically Managing a Profitable Email Marketing Program", Zhang vd., 2017
International Journal Sport Management and Marketing	1	"Permission to Promote: A Conjoint Investigation of E-newsletter Preferences", Klenosky & Brey, 2010	Journal of Personal Selling & Sales Management	1	"Generating Leads with Sequential Persuasion: Should Sales Influence Tactics be Consistent or Complementary?", Pöyry vd., 2017
Interactive Marketing	4	"Legal & Regulatory Update: E-mail and Text Message Marketing", Gaskill & Hackett, 2001; "Legal & Regulatory Update: E-mail Marketing: How to do it Lawfully", Malcolm, 2004; "Best Practice Technology Options for Optimal E-mail Marketing", Stevens, 2004 "Video E-mail- the Next Generation of E-mail Marketing?", Anderson, 2003	Journal of Product & Brand Management	1	"The Impact of E-mail Marketing on Brand Loyalty", Merisavo & Raulas, 2004
International Journal of Applied Business and Economic Research	1	"Influence of Gender and Nationality on Consumers' Perception Towards Email Marketing: An Exploratory Study in Oman", Khan vd., 2016	Journal of Promotion Management	1	"Internet Marketing Communications in the Selling Process A Global Study of Advertising Agencies' Use of E-Mail and Websites", Perry & Shao, 2003
International Journal of Electronic Commerce	1	"Unsolicited Commercial E-Mail: Empirical Analysis of a Digital Commons", Melville vd., 2006	Journal of Real Estate Literature	1	"Influence of Email Marketing on Real Estate Agent Performance", Acharya vd., 2010

International Journal of Electronic Marketing and Retailing	1	"Message Strategy of Promotional E-mails in India: A Content Analysis", Utkarsh & Gupta, 2019	Journal of Research in Interactive Marketing	3	"Email Marketing in the Era of the Empowered Consumer", Hartemo, 2016 "A Mixed-Method Approach to Examining Brand-Consumer Interactions Driven by Social Media", Rohm vd., 2013 "Email is Evil!: Behavioural Responses Towards Permission-Based Direct Email Marketing and Gender Differences", Mahmud vd., 2019
International Journal of Enterprise Information Systems	1	"The Effect of Mobile Marketing and Email Marketing on Exploratory Information Seeking (EIS) Behavior of the Consumers: Communication Through Wireless Technologies", Waheed & Yang, 2017	Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing	1	"An Evaluation of E-mail Marketing and Factors Affecting Response", Chittenden & Rettie, 2003
International Journal of Recent Technology and Engineering	2	"Online Advertising and Its Effective Methods", Sankar, 2019 "Choosing Effective Internet Marketing Tools in Strategic Management", Lagoditienko vd., 2019	Journal of Vacation Marketing	1	"Post-stay Email Marketing Implications for the Hotel Industry: Role of Email Features, Attitude, Revisit Intention and Leisure Involvement Level", Yang vd., 2019
International Journal on Customer Relations	1	"Bank Email Marketing: Creating Customer Relations with Permission", Nath & Gupta, 2013	Management Science	1	"Do Targeted Discount Offers Serve as Advertising? Evidence from 70 Field Experiments", Sahni vd., 2016
Internet Research	1	"E-mail Marketing at the Crossroads A Stakeholder Analysis of Unsolicited Commercial E-mail (spam)", Moustakas vd., 2006	Managerial and Decision Economics	1	"Operant Behavioral Economics for E-mail Marketing: An Experiment Based on the Behavioral Perspective Model Testing the Effectiveness of Motivational Operation, Utilitarian and Informational Stimuli", Sigurdsson vd., 2016

Journal of Business & Economic Statistics	1	"Bayesian Inference for Assessing Effects of Email Marketing Campaigns", Wu vd., 2016	Market-Tržište	1	"Open-Rate Controlled Experiment in E-mail Marketing Campaigns", Biloš vd., 2016
Journal of Business Economics and Management	1	"Interactive Digital Media and Impact of Customer Attitude and Technology on Brand Awareness: Evidence from the South Asian Countries", Ahmed vd., 2017	Marketing Science	1	"Personalization in Email Marketing: The Role of Noninformative Advertising Content", Sahni vd., 2018
Journal of Business Research	2	"Web Advertising: The Role of e-mail Marketing", Ellis-Chadwick ve Doherty, 2012 "Toward a Sustainable Email Marketing Infrastructure", Pavlov vd., 2008	Publishing Research Quarterly	1	"Direct-Response Bookselling: How it Died, Why it is Alive Again, and Why it will Become Even More Important in the Future", Goff, 2011
			The Psychological Record	1	"A Test of the Behavioral Perspective Model in the Context of an E-mail Marketing Experiment", Sigurdsson vd., 2013



**Tablo 3:** Web of Science’da Taranan Akademik Dergiler Bazında Yayınlanmış Çalışmalar

Yayınlanmış Çalışma Sayıları	Web of Science Dergileri	Kaynak Dizini
1	<i>Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics</i>	Raimers vd., 2016
1	<i>Baltic Journal of Management</i>	Waheed & Jianhua, 2018
1	<i>Cornell Hospitality Quarterly</i>	O’Connor, 2008
1	<i>Industrial Marketing Management</i>	Clarke vd., 2005
4	<i>Interactive Marketing</i>	Anderson, 2003; Gaskill & Hackett, 2001; Malcolm, 2004; Stevens, 2004
1	<i>International Journal of Electronic Commerce</i>	Melville vd., 2006
1	<i>International Journal of Enterprise Information Systems</i>	Waheed & Yang, 2017
1	<i>Internet Research</i>	Moustakas vd., 2006
1	<i>Journal of Business &amp; Economic Statistics</i>	Wu vd., 2016
1	<i>Journal of Business Economics and Management</i>	Ahmedi vd., 2016
2	<i>Journal of Business Research</i>	Ellis-Chadwick & Doherty, 2012; Pavlov vd., 2008
1	<i>Journal of Consumer Marketing</i>	Hamilton vd., 2016
1	<i>Journal of Electronic Commerce in Organizations</i>	Hartemo vd., 2016
1	<i>Journal of Global Information Management</i>	Lin vd., 2015
1	<i>Journal of Marketing Channels</i>	Dapko & Artis, 2014
1	<i>Journal of Marketing Management</i>	Watjatrakul & Drennan, 2005
2	<i>Journal of Marketing Research</i>	Kumar vd., 2014; Zhang vd., 2017
1	<i>Journal of Personal Selling &amp; Sales Management</i>	Pöyry vd., 2017
1	<i>Journal of Product &amp; Brand Management</i>	Merisavo & Raulas, 2004
3	<i>Journal of Research in Interactive Marketing</i>	Hartemo, 2016; Rohm vd., 2013; Mahmoud vd., 2019
1	<i>Journal of Vacation Marketing</i>	Yang vd., 2019
1	<i>Management Science</i>	Sahni vd., 2016
1	<i>Managerial and Decision Economics</i>	Sigurdsson vd., 2016
1	<i>Market-Tržište</i>	Biloš vd., 2016
1	<i>Marketing Science</i>	Sahni vd., 2018
1	<i>Publishing Research Quarterly</i>	Goff, 2011
1	<i>The Psychological Record</i>	Sigurdsson vd., 2013

Grafik 1'den görülebildiği üzere, e-posta pazarlaması çalışmalarının yıl bazında doğrusal bir şekilde arttığı veya azaldığı söylenememektedir. Düzenli bir eğriye sahip değildir. Verilen grafiğe dair detaylı bir görünüm Tablo 4'te görülmektedir. Araştırmamızda ele alınan ilk tarih 1950 iken 2001 yılına kadar e-posta pazarlamasına dair bir çalışma gerçekleştirilmemiştir. İlk çalışma ise Gaskill & Hackett (2001) tarafından gerçekleştirilmiştir. Takip eden yıllarda çalışmalar görülmekle birlikte, 2007 ve 2009 yıllarında incelenen alanda çalışmaya rastlanılmamıştır. En fazla çalışma ise 11 adet ile 2016 yılında gerçekleşmiştir.

**Tablo 4:** Yıllara Göre Akademik Dergiler Bazında Yayınlanan E-Posta Pazarlaması Çalışmaları

Yıllar	Yıllara Göre Sayılar	Dergiler	Dizin
2001	1	Interactive Marketing	Gaskill ve Hackett, 2001
2002	2	Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly	Marinova, Murphy ve Massey, 2002
		Journal of Database Marketing	Waring ve Martinez, 2002
2003	3	Interactive Marketing,	Anderson, 2003
		Journal of Promotion Management,	Perry ve Shao, 2003
		Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing	Chittenden ve Rettie, 2003
2004	3	Interactive Marketing,	Stevens, 2004
		Journal of Product & Brand Management	Malcolm, 2004
2005	2	Industrial Marketing Management,	Chittenden ve Rettie, 2003
		Journal of Marketing Management	Watjatrakul ve Drennan, 2005
2006	2	International Journal of Electronic Commerce,	Melville, Stevens, Plice ve Pavlov, 2006
		Internet Research	Moustakas, Ranganathan ve Duqueno, 2006
2007	<i>2007 Yılında e-posta pazarlaması üzerine gerçekleştirilmiş bir çalışma bulunmamaktadır.</i>		
2008	2	Cornell Hospitality Quarterly,	O'Connor, 2008
2009		Journal of Business Research	Pavlov, Melville ve Plice, 2008
		<i>2009 Yılında e-posta pazarlaması üzerine gerçekleştirilmiş bir çalışma bulunmamaktadır.</i>	

		International Journal Sport Management and Marketing,	Klenosky ve Brey, 2010
2010	3	Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice,	Abrahams, Chaudhary ve Deane, 2010
		Journal of Real Estate Literature	Acharya, Kagan ve Zimmerman, 2010
2011	2	Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice,	Kucuk, 2011
		Publishing research quarterly	Goff, 2011
2012	2	Contemporary Logistics,	Liu, 2012
		Journal of Business Research,	Ellis-Chadwick ve Doherty, 2012;
		Electron Markets,	Reichhart, Pescher ve Spann, 2013
2013	5	International Journal on Customer Relations,	Nath ve Gupta, 2013
		Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice,	Jain ve Reed, 2013
		Journal of Research in Interactive Marketing,	Rohm, Kaltcheva ve Milne, 2013
		The Psychological Record	Sigurdsson, Menon, Sigurdarson, Foxall ve Kristjansson, 2013
2014	3	Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice,	Jain ve Garg, 2014
		Journal of Marketing Channels,	Dapko ve Artis, 2014
		Journal of Marketing Research	Kumar, Zhang ve Luo, 2014
2015	3	Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice,	Reed ve Jain, 2015
		Journal of Global Information Management	Lin, Li ve Wangi 2015
2016	11	Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics,	Raimers, Chao ve Gorman, 2016
		International Journal Electronic Customer Relationship Management,	Heiens ve Narayanaswamy, 2016
		International Journal of Applied Business and Economic Research,	Khan, Rehman, Khan ve Khan, 2016
		Journal of Business & Economic Statistics,	Wu, Li ve Liu, 2016

---

		Journal of Consumer Marketing,	Hamilton, Kaltcheva ve Rohm, 2016
		Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice,	Ridley-Siegert, 2016
		Journal of Electronic Commerce in Organizations,	Hartemo, Suomi ve Hakala, 2016
		Journal of Research in Interactive Marketing,	Hartemo, 2016
		Management Science,	Sahni, Zou ve Chintagunta, 2016
		Managerial and Decision Economics,	Sigurdsson, Hinriksson ve Menon, 2016
		Market-Tržište	Biloš, Turkalj ve Kelić, 2016
		International Journal of Enterprise Information Systems,	Waheed ve Yang, 2017
		Journal of Business Economics and Management,	Ahmed, Vveinhardt ve Streimikiene, 2017
2017	4	Journal of Marketing Research,	Zhang, Kumar ve Cosguner, 2017
		Journal of Personal Selling & Sales Management	Pöyry, Parvinen ve McFarland, 2017
		Asian Journal of Business Research,	Balasudarsun, Sathish ve Gowtham, 2018
		Baltic Journal of Management,	Waheed, Jianhua, 2018
2018	5	Journal of Marketing Communications,	Kumar ve Salo, 2018
		Journal of Vacation Marketing,	Yang, Min ve Garza-Baker, 2019
		Marketing Science	Sahni, Wheeler ve Chintagunta, 2018
		International Journal of Recent Technology and Engineering,	Lagodiienko, Karyy, Ohiienko, Kalaman, Lorvi ve Herasimchuk, 2019
2019	4	International Journal of Electronic Marketing and Retailing,	Utkarsh ve Gupta, 2019
		Journal of Research in Interactive Marketing	Mahmoud, Grigoriou ve Hack-Polay, 2019

---

*\*Her dergi karşı sırasında yer alan dizin ile eşleşmektedir.*

### **E-Posta Pazarlaması Çalışmalarının İncelendiği Elektronik Veri Tabanları**

Dergi kapsamlılığı ve incelenecek zamana uygunluk açısından seçilerek, akademik dergilere erişimde kullanılan elektronik veri tabanları kapsamındaki dağılım Tablo 5'ten görülebilmektedir. En fazla çalışmaya 36 ile Scopus elektronik veri tabanından erişilirken, 18 çalışmaya ABI/INFORM aracılığıyla ve 3 çalışmaya ise EBSCO ile erişim sağlanmıştır.

**Tablo 5:** Veri Tabanları Bazında Akademik Dergiler ve Yer Alan E-Posta Pazarlaması Çalışmaları

	ABI/ INFORM	EBSCO	SCOPUS		ABI/ INFORM	EBSCO	SCOPUS
<b>Dergi İsimleri</b>							
Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics	1			Journal of Consumer Marketing			1
Asian Journal of Business Research			1	Journal of Database Marketing	1		
Baltic Journal of Management			1	Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice	1		6
Contemporary Logistics	1			Journal of Electronic Commerce in Organizations			1
Cornell Hospitality Quarterly			1	Journal of Global Information Management			1
Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly			1	Journal of Marketing Channels			1
Electron Markets			1	Journal of Marketing Communications			1
Industrial Marketing Management			1	Journal of Marketing Management	1		
International Journal Electronic Customer Relationship Management			1	Journal of Marketing Research	1		1
International Journal Sport Management and Marketing			1	Journal of Personal Selling & Sales Management			1

Interactive Marketing	4			Journal of Product & Brand Management			1
International Journal of Applied Business and Economic Research			1	Journal of Promotion Management			1
International Journal of Electronic Commerce			1	Journal of Real Estate Literature	1		
International Journal of Electronic Marketing and Retailing			1	Journal of Research in Interactive Marketing	1		2
International Journal of Enterprise Information Systems	1			Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing	1		
International Journal of Recent Technology and Engineering			2	Journal of Vacation Marketing	1		
International Journal on Customer Relations	1			Management Science			1
Internet Research		1		Managerial and Decision Economics			1
Journal of Business & Economic Statistics		1		Market-Tržište			1
Journal of Business Economics and Management			1	Marketing Science	1		
Journal of Business Research	1		1	Publishing Research Quarterly			1
				The Psychological Record		1	
Dergilere Göre Toplam Sayılar	18	3	36	Toplam Makale Sayısı: 57			



### **E-Posta Pazarlaması Çalışmalarının Odaklandığı Konular**

E-posta pazarlaması çalışmaları kapsamında (Tablo 6), 11 çalışma ile en fazla odaklanılan alan “tüketici davranışları”dır. 8’er adet çalışma ile “pazarlama stratejileri” ve “pazarlama iletişimi” en çok yayın gerçekleştirilen diğer başlıklar olmuştur.

Çalışma kapsamında ele alınan makalelerin bir kısmının odağı pazarlama ile doğrudan olmasa dahi dolaylı yollarla ilişkilidir. E-posta pazarlaması odağında bu çalışmaların alana dair geniş bir görüş sağlayacağı düşünüldüğünden çalışmaya dahil edilmiştir. Bahsi geçen çalışmaların odakları ise şu şekildedir:

- Çevrim içi perakendecilik (Heiens & Narayanaswamy, 2016)
- Davranışsal ekonomi (Sigurdsson vd., 2013)
- Davranışsal perspektif (Sigurdsson vd., 2013)
- Dinamik programlama (Zhang vd., 2017)
- Emlakçılık (Acharya vd., 2010)
- Fiyat elastikiyeti (Reichhart vd., 2013)
- Karlılık (Zhang vd., 2017)
- Marka sadakati (Merisavo & Raulas, 2004)
- Marka farkındalığı (Ahmed vd., 2017)
- Marka ilişkisi (Hamilton vd., 2016)
- Misafirperverlik yönetimi (Yang vd., 2018)
- Müşteri tutumları (Yang vd., 2018)
- Müşteri sınıflama (Yang vd., 2018)
- Otel endüstrisi (O’Connor, 2008)
- Satın alma (Wu vd., 2016)
- Satış yönetimi (Clarke vd., 2005)
- Sistem dinamikleri (Pavlov vd., 2008)
- Spamming (Pavlov vd., 2008)
- Stratejik yönetim (Lagodiienko vd., 2019)
- Veri gizliliği (O’Connor, 2008)
- Veri gizliliği düzenlemeleri (Malcolm, 2004)
- Veri tabanlı pazarlama (Reed ve Jain, 2015; Stevens, 2004)

**Tablo 6:** Odaklanılan Konulara Göre Akademik Dergilerde Yayınlanmış Olan E-Posta Pazarlaması Çalışmaları

<b>Odaklanılan Konular</b>	<b>Konulara Ait Çalışma Sayıları</b>	<b>Dergiler</b>	<b>Dizin</b>
<b>Ağ Pazarlaması</b>	1	Contemporary Logistics	Liu, 2012
<b>B2B Pazarlama</b>	1	Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice	Dawe, 2015
<b>Çevrimiçi Alışveriş</b>	1	Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics	Reimers, Chao ve Gorman, 2016
<b>Çevrimiçi Pazarlama İletişimi</b>	1	Journal of Marketing Channels	Dapko ve Artis, 2014
<b>Çoklu Kanal Pazarlaması</b>	1	Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice	Ridley-Siegert, 2016
<b>Dijital Pazarlama</b>	6	Asian Journal of Business Research, Baltic Journal of Management International Journal of Applied Business and Economic Research Journal of Consumer Marketing Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice Journal of Marketing Communications Journal of Research in Interactive Marketing	Balasudarsun, Sathish ve Gowtham, 2018 Khan, Rehman, Khan ve Khan, 2016 Hamilton, Kaltcheva ve Rohm, 2016 Abrahams, Chaudhary ve Deane, 2010 Kumar ve Salo, 2018 Rohm, Kaltcheva ve Milne, 2013
<b>Dijital Reklamcılık</b>	2	International Journal of Electronic Commerce International Journal of Recent Technology and Engineering	Melville, Stevens, Plice ve Pavlov, 2006 Sankar, 2019
<b>Doğrudan Pazarlama</b>	4	Interactive Marketing Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing Publishing research quarterly	Gaskill ve Hackett, 2001 Jain ve Reed, 2013 Chittenden ve Rettie, 2003 Goff, 2011

<b>E-Ticaret</b>	3	Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics	Reimers, Chao ve Gorman, 2016
		Journal of Business Research	Ellis-Chadwick ve Doherty, 2012
		Journal of Global Information Management	Lin, Li ve Wang, 2015
<b>Elektronik İletişim</b>	1	Interactive Marketing	Malcolm, 2004
<b>Hedef Odaklı Promosyon</b>	1	Management Science	Sahni, Zou ve Chintagunta, 2016
<b>İlişkisel Pazarlama</b>	3	Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly	Marinova, Murphy ve Massey, 2002
		International Journal of Sport Management and Marketing	Klenosky ve Brey, 2010
		Journal of Global Information Management	Lin, Li ve Wang, 2015
<b>İlişkisel Pazarlama Stratejileri</b>	1	International Journal Electronic Customer Relationship Management	Heiens ve Narayanaswamy, 2016
<b>İnteraktif Pazarlama</b>	1	Journal of Marketing Research	Kumar, Zhang ve Luo, 2014
<b>İnternet Pazarlaması</b>	5	International Journal of Recent Technology and Engineering	Lagodienko, Karyy, Ohienko, Kalaman, Lorvi ve Herasimchuk, 2019
		Internet Research	Moustakas, Ranganathan ve Duquenoy, 2006
		Journal of Database Marketing	Waring ve Martinez, 2002
		Journal of Research in Interactive Marketing	Hartemo, 2016
		Management Science	Sahni, Zou ve Chintagunta, 2016
<b>İnternet Pazarlaması Stratejileri</b>	4	Contemporary Logistics	Liu, 2012
		International Journal of Electronic Marketing and Retailing	Utkarsh ve Gupta, 2019
		Journal of Marketing Channels	Dapko ve Artis, 2014
		Journal of Marketing Management	Watjatrakul ve Drennan, 2005

<b>İznil Pazarlama</b>	2	International Journal Sport Management and Marketing Journal of Marketing Research	Klenosky ve Brey, 2010 Kumar, Zhang ve Luo, 2014
<b>Mobil Pazarlama</b>	4	Electron Markets International Journal of Enterprise Information Systems Journal of Business Economics and Management Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice	Reichhart, Pescher ve Spann, 2013 Waheed ve Yang, 2017 Ahmed, Vveinhardt ve Streimikiene, 2017 Ridley-Siegert, 2016
<b>Müşteri İlişkileri</b>	2	International Journal on Customer Relations Journal of Marketing Research	Nath ve Gupta, 2013 Zhang, Kumar ve Cosguner, 2017
<b>Müşteri İlişkileri Yönetimi</b>	1	Journal of Global Information Management	Lin, Li ve Wang, 2015
<b>Müşteri İlişkileri Pazarlaması</b>	1	International Journal on Customer Relations	Nath ve Gupta, 2013
<b>Pazarlama İletişimi</b>	8	Asian Journal of Business Research Cornell Hospitality Quarterly Industrial Marketing Management Interactive Marketing Journal of Electronic Commerce in Organizations Journal of Promotion Management Journal of Real Estate Literature Market-Tržište	Balasudarsun, Sathish ve Gowtham, 2018 O'Connor, 2008 Clarke, Flaherty ve Zugelderc, 2005 Anderson, 2003 Hartemo, Suomi ve Hakala, 2016 Perry ve Shao, 2003 Acharya, Kagan ve Zimmerman, 2010 Biloš, Turkalj ve Kelić, 2016
<b>Pazarlama Stratejileri</b>	8	Journal of Business Research Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice	Pavlov, Melville ve Pllice, 2008 Kucuk, 2011 Jain ve Garg, 2014

		Journal of Marketing Management	Watjatrakul ve Drennan, 2005
		Journal of Product & Brand Management	Merisavo ve Raulas, 2004
		Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing	Chittenden ve Rettie, 2003
		Managerial and Decision Economics	Sigurdsson, Hinriksson ve Menon, 2016
		Publishing Research Quarterly	Goff, 2011
<b>Pazarlama Yönetimi</b>	1	Journal of Marketing Management	Watjatrakul ve Drennan, 2005
<b>Reklamcılık</b>	1	Marketing Science	Sahni, Zou ve Chintagunta, 2016
<b>Sosyal Medya Pazarlaması</b>	3	Asian Journal of Business Research	Balasudarsun, Sathish ve Gowtham, 2018
		Journal of Business Economics and Management	Ahmed, Vveinhardt ve Streimikiene, 2017
		Journal of Research in Interactive Marketing	Rohm, Kaltcheva ve Milne, 2013
<b>Sosyal Pazarlama</b>	1	International Journal of Recent Technology and Engineering	Sankar, 2019
<b>Ticari İletişim</b>	1	Internet Research	Moustakas, Ranganathan ve Duqueno, 2006
<b>Tüketici Davranışı</b>	11	Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics	Reimers, Chao ve Gorman, 2016
		International Journal of Applied Business and Economic Research	Khan, Rehman, Khan ve Khan, 2016
		International Journal of Electronic Marketing and Retailing	Utkarsh ve Gupta, 2019
		International Journal of Enterprise Information Systems	Waheed ve Yang, 2017
		Journal of Business & Economic Statistics	Wu, Kate ve Liu, 2016
		Journal of Product & Brand Management	Merisavo ve Raulas, 2004
		Journal of Research in Interactive Marketing	Mahmoud, Grigoriou ve Hack-Polay, 2019
		Journal of Vacation Marketing	Yang, Min ve Garza-Baker, 2019

		Managerial and Decision Economics	Sigurdsson, Hinriksson ve Menon, 2016
		Marketing Science	Sahni, Wheeler ve Chintagunta, 2018
		The Psychological Record	Sigurdsson, Menon, Sigurdarson, Foxall ve Kristjansson, 2013
<b>Tüketici Deneyimi</b>	1	Journal of Consumer Marketing	Hamilton, Kaltcheva ve Rohm, 2016
<b>Tüketici Güçlendirme</b>	1	Journal of Research in Interactive Marketing	Hartemo, 2016
<b>Tüketici İlgörüsü</b>	1	Baltic Journal of Management	Waheed ve Jianhua, 2018
<b>Tüketici İletişimi</b>	2	Journal of Database Marketing Journal of Research in Interactive Marketing	Waring ve Martinez, 2002 Rohm, Kaltcheva ve Milne, 2013
<b>Veri Tabanlı Pazarlama</b>	2	Interactive Marketing Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice	Stevens, 2004 Reed ve Jain, 2015
<b>Viral Pazarlama</b>	1	Interactive Marketing	Anderson, 2003
<b>Web Reklamcılığı</b>	1	Journal of Business Research	Ellis-Chadwick ve Doherty, 2012

**Tablo 7: E-Posta Pazarlaması Çalışmalarına Genel Toplu Bir Bakış**

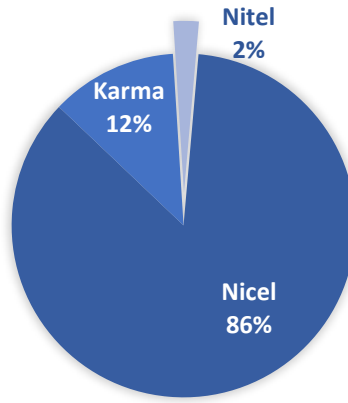
Kavramsal	Karma	Toplam Çalışma	Ampirik	Nitel
15	3	57	42	15
<b>Kullanılan Anahtar Kelimeler</b> B2B pazarlama, Pazarlama Stratejileri, Tüketici Güçlendirme (Consumer empowerment), Tüketici Davranışı, İnternet Pazarlaması, Veri Odaklı Pazarlama, Doğrudan Pazarlama, Pazarlama İletişimi, Elektronik İletişim, Gizlilik Yönetmeliği, İnternet Pazarlaması, Ticari İletişim, Pazarlama İletişimi, Güvenlik, Viral Pazarlama, Ağ Pazarlaması, İnternet Pazarlaması Stratejileri, Pazarlama İletişimi, Satış Yönetimi, Pazarlama Stratejileri, Pazarlama stratejileri, Doğrudan Pazarlama, Sosyal Pazarlama, Çevrimiçi Reklamcılık, Stratejik Yönetim, İnternet Pazarlaması, Sistem Dini-amığı, Spam, Pazarlama Aracı Stratejileri, Pazarlama Stratejileri	<b>Kullanılan Anahtar Kelimeler</b> Dijital Pazarlama, Doğrudan Pazarlama, Elektronik Pazarlama Stratejisi, İnternet Pazarlaması, Marka İlişkisi, Pazarlama Stratejisi, Pazarlama Yönetimi, Sosyal Medya Pazarlaması, Tüketici Davranışı, Tüketici Deneyimi, Tüketici İletişimi	<b>İşletme Odaklı</b> 12	<b>Kullanılan Anahtar Kelimeler</b> Consumer Insights, Customer Relations, Customer Relationship, Customer Segmentation, Customers Attitudes, Çevrimiçi Alışveriş, Çevrimiçi İletişim Stratejileri, Çevrimiçi Pazarlama İletişimi, Çevrimiçi Reklamcılık, Çözümlü Kanal İletişim, Davranışsal Ekonomi, Davranışsal Perspektif, Dijital Pazarlama, Dijital Reklamcılık, Doğrudan Pazarlama, Dynamic Programming, E-Commerce Strategy, E-Ticaret, Electronic Commerce, Electronic Marketing, Fiyat Esnekliği, Hospitality Marketing, İşletme Odaklı Pazarlama, İnternet Pazarlaması, İnternet Pazarlaması, İnteraktif Pazarlama, İnteraktif Pazarlama, İnternet Pazarlaması, İzn Odaklı Pazarlama, Karılıklı Marka Farkındalığı, Marka Sadakati, Mobil Pazarlama, Müşteri İlişkileri Yönetimi, Online Retailing, Oteli Endüstrisi, Pazarlama İletişimi, Pazarlama Stratejisi, Permission Marketing, Privacy, Real Estate, Reklamcılık, Relationship Marketing Strategies, Satın Alma, Satın Alma Davranışı, Satış Yönetimi, Sosyal Medya Pazarlaması, Targeted Promotions, Tüketici Davranışı, Veri Odaklı Pazarlama, Web Reklamcılığı	<b>Tüketici Odaklı</b> 30
<b>En Çok Kullanılan Anahtar Kelimeler</b> 4 - Pazarlama Stratejileri (Jain ve Garg, 2014; Goff, 2011; Kucuk, 2011; Merisavo ve Raulas, 2004) 3 - İnternet Pazarlaması (Waring ve Martinez, 2002; Moustakas vd., 2006; Lagodienko vd., 2019) 3 - Pazarlama İletişimi (Clarke vd., 2005; Anderson, 2003; Gaskill ve Hackett, 2001)	<b>En Çok Kullanılan Anahtar Kelimeler</b> 2 - Pazarlama Stratejisi 2 - Tüketici İletişimi	<b>En Çok Kullanılan Anahtar Kelimeler</b> 10 - Tüketici Davranışı 6 - Pazarlama İletişimi 5 - Dijital Pazarlama 3 - İşletme Odaklı Pazarlama 3 - Müşteri İlişkileri Yönetimi 2 - Pazarlama Stratejisi 2 - Sosyal Medya Pazarlaması	<b>En Çok Kullanılan Anahtar Kelimeler</b> 10 - Tüketici Davranışı 6 - Pazarlama İletişimi 5 - Dijital Pazarlama 3 - İşletme Odaklı Pazarlama 3 - Müşteri İlişkileri Yönetimi 2 - Pazarlama Stratejisi 2 - Sosyal Medya Pazarlaması	<b>Dergiler</b> Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Asian Journal of Business Research, Baltic Journal of Management, Cornell Hospitality Quarterly, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Electron Markets, International Journal of Electronic Customer Relationship Management, International Journal of Sport Management and Marketing, International Journal of Applied Business and Economic Research, International Journal of Electronic Commerce, International Journal of Enterprise Information Systems, International Journal on Customer Relations, Journal of Business & Economic Statistics, Journal of Business Economics and Management, Journal of Business Research, Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, Journal of Electronic Commerce in Organizations, Journal of Global Information Management, Journal of Marketing Characteristics, Journal of Marketing Communications, Journal of Marketing Research, Journal of Personal Selling & Sales Management, Journal of Product & Brand Management, Journal of Promotion Management, Journal of Real Estate Literature, Journal of Research in Interactive Marketing, Journal of Vacation Marketing, Management Science, Managerial and Decision Economics, Market- Tržište, Marketing Science, The Psychological Record
<b>Dizin</b> Sahni vd., 2018; Merisavo ve Raulas, 2004; Waneed ve Jianhua, 2016; Nath ve Gupta, 2013; Yang vd., 2018; Dapko ve Arts, 2014; Reed ve Jain, 2015; Abrahams vd., 2018; Kumar ve Salo, 2018; Balasudarsun vd., 2018; Meville vd., 2006; Ellis-Chadwick ve Doherty, 2012; Marinova vd., 2002; Kumar vd., 2014; Ahmed vd., 2017; Ridley-Siebert, 2016; Reichhart vd., 2013; Lin vd., 2015; Heiens ve Narayanaswamy, 2016; Reimers vd., 2016; O'Connor, 2008; Hartemo vd., 2016; Perry ve Shao, 2003; Bloosa vd., 2016; Zhang vd., 2017; Acharya vd., 2010; Klenosky ve Brey, 2010; Pöyry vd., 2017; Sahni vd., 2016; Sigurdsson vd., 2013; Mahmoud vd., 2019; Waneed ve Yang, 2017; Sigurdsson vd., 2016; Wu vd., 2016; Khan vd., 2016; Jain ve Reed, 2013	<b>Dizin</b> Chittenden vd., 2003; Tajatrakul ve Drennan, 2005; Waring ve Martinez, 2002; Hamilton vd., 2016; Rohm vd., 2013	<b>Dizin</b> Chittenden vd., 2003; Tajatrakul ve Drennan, 2005; Waring ve Martinez, 2002; Hamilton vd., 2016; Rohm vd., 2013	<b>Dizin</b> Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Asian Journal of Business Research, Baltic Journal of Management, Cornell Hospitality Quarterly, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Electron Markets, International Journal of Electronic Customer Relationship Management, International Journal of Sport Management and Marketing, International Journal of Applied Business and Economic Research, International Journal of Electronic Commerce, International Journal of Enterprise Information Systems, International Journal on Customer Relations, Journal of Business & Economic Statistics, Journal of Business Economics and Management, Journal of Business Research, Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, Journal of Electronic Commerce in Organizations, Journal of Global Information Management, Journal of Marketing Characteristics, Journal of Marketing Communications, Journal of Marketing Research, Journal of Personal Selling & Sales Management, Journal of Product & Brand Management, Journal of Promotion Management, Journal of Real Estate Literature, Journal of Research in Interactive Marketing, Journal of Vacation Marketing, Management Science, Managerial and Decision Economics, Market- Tržište, Marketing Science, The Psychological Record	
<b>En Çok Kullanılan Anahtar Kelimeler</b> 4 - Pazarlama Stratejileri (Jain ve Garg, 2014; Goff, 2011; Kucuk, 2011; Merisavo ve Raulas, 2004) 3 - İnternet Pazarlaması (Waring ve Martinez, 2002; Moustakas vd., 2006; Lagodienko vd., 2019) 3 - Pazarlama İletişimi (Clarke vd., 2005; Anderson, 2003; Gaskill ve Hackett, 2001)	<b>En Çok Kullanılan Anahtar Kelimeler</b> 2 - Pazarlama Stratejisi 2 - Tüketici İletişimi	<b>En Çok Kullanılan Anahtar Kelimeler</b> 10 - Tüketici Davranışı 6 - Pazarlama İletişimi 5 - Dijital Pazarlama 3 - İşletme Odaklı Pazarlama 3 - Müşteri İlişkileri Yönetimi 2 - Pazarlama Stratejisi 2 - Sosyal Medya Pazarlaması	<b>En Çok Kullanılan Anahtar Kelimeler</b> 10 - Tüketici Davranışı 6 - Pazarlama İletişimi 5 - Dijital Pazarlama 3 - İşletme Odaklı Pazarlama 3 - Müşteri İlişkileri Yönetimi 2 - Pazarlama Stratejisi 2 - Sosyal Medya Pazarlaması	<b>Dergiler</b> Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Asian Journal of Business Research, Baltic Journal of Management, Cornell Hospitality Quarterly, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Electron Markets, International Journal of Electronic Customer Relationship Management, International Journal of Sport Management and Marketing, International Journal of Applied Business and Economic Research, International Journal of Electronic Commerce, International Journal of Enterprise Information Systems, International Journal on Customer Relations, Journal of Business & Economic Statistics, Journal of Business Economics and Management, Journal of Business Research, Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, Journal of Electronic Commerce in Organizations, Journal of Global Information Management, Journal of Marketing Characteristics, Journal of Marketing Communications, Journal of Marketing Research, Journal of Personal Selling & Sales Management, Journal of Product & Brand Management, Journal of Promotion Management, Journal of Real Estate Literature, Journal of Research in Interactive Marketing, Journal of Vacation Marketing, Management Science, Managerial and Decision Economics, Market- Tržište, Marketing Science, The Psychological Record
<b>Dizin</b> Sahni vd., 2018; Merisavo ve Raulas, 2004; Waneed ve Jianhua, 2016; Nath ve Gupta, 2013; Yang vd., 2018; Dapko ve Arts, 2014; Reed ve Jain, 2015; Abrahams vd., 2018; Kumar ve Salo, 2018; Balasudarsun vd., 2018; Meville vd., 2006; Ellis-Chadwick ve Doherty, 2012; Marinova vd., 2002; Kumar vd., 2014; Ahmed vd., 2017; Ridley-Siebert, 2016; Reichhart vd., 2013; Lin vd., 2015; Heiens ve Narayanaswamy, 2016; Reimers vd., 2016; O'Connor, 2008; Hartemo vd., 2016; Perry ve Shao, 2003; Bloosa vd., 2016; Zhang vd., 2017; Acharya vd., 2010; Klenosky ve Brey, 2010; Pöyry vd., 2017; Sahni vd., 2016; Sigurdsson vd., 2013; Mahmoud vd., 2019; Waneed ve Yang, 2017; Sigurdsson vd., 2016; Wu vd., 2016; Khan vd., 2016; Jain ve Reed, 2013	<b>Dizin</b> Chittenden vd., 2003; Tajatrakul ve Drennan, 2005; Waring ve Martinez, 2002; Hamilton vd., 2016; Rohm vd., 2013	<b>Dizin</b> Chittenden vd., 2003; Tajatrakul ve Drennan, 2005; Waring ve Martinez, 2002; Hamilton vd., 2016; Rohm vd., 2013	<b>Dizin</b> Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Asian Journal of Business Research, Baltic Journal of Management, Cornell Hospitality Quarterly, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Electron Markets, International Journal of Electronic Customer Relationship Management, International Journal of Sport Management and Marketing, International Journal of Applied Business and Economic Research, International Journal of Electronic Commerce, International Journal of Enterprise Information Systems, International Journal on Customer Relations, Journal of Business & Economic Statistics, Journal of Business Economics and Management, Journal of Business Research, Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, Journal of Electronic Commerce in Organizations, Journal of Global Information Management, Journal of Marketing Characteristics, Journal of Marketing Communications, Journal of Marketing Research, Journal of Personal Selling & Sales Management, Journal of Product & Brand Management, Journal of Promotion Management, Journal of Real Estate Literature, Journal of Research in Interactive Marketing, Journal of Vacation Marketing, Management Science, Managerial and Decision Economics, Market- Tržište, Marketing Science, The Psychological Record	
<b>En Çok Kullanılan Anahtar Kelimeler</b> 4 - Pazarlama Stratejileri (Jain ve Garg, 2014; Goff, 2011; Kucuk, 2011; Merisavo ve Raulas, 2004) 3 - İnternet Pazarlaması (Waring ve Martinez, 2002; Moustakas vd., 2006; Lagodienko vd., 2019) 3 - Pazarlama İletişimi (Clarke vd., 2005; Anderson, 2003; Gaskill ve Hackett, 2001)	<b>En Çok Kullanılan Anahtar Kelimeler</b> 2 - Pazarlama Stratejisi 2 - Tüketici İletişimi	<b>En Çok Kullanılan Anahtar Kelimeler</b> 10 - Tüketici Davranışı 6 - Pazarlama İletişimi 5 - Dijital Pazarlama 3 - İşletme Odaklı Pazarlama 3 - Müşteri İlişkileri Yönetimi 2 - Pazarlama Stratejisi 2 - Sosyal Medya Pazarlaması	<b>En Çok Kullanılan Anahtar Kelimeler</b> 10 - Tüketici Davranışı 6 - Pazarlama İletişimi 5 - Dijital Pazarlama 3 - İşletme Odaklı Pazarlama 3 - Müşteri İlişkileri Yönetimi 2 - Pazarlama Stratejisi 2 - Sosyal Medya Pazarlaması	<b>Dergiler</b> Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Asian Journal of Business Research, Baltic Journal of Management, Cornell Hospitality Quarterly, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Electron Markets, International Journal of Electronic Customer Relationship Management, International Journal of Sport Management and Marketing, International Journal of Applied Business and Economic Research, International Journal of Electronic Commerce, International Journal of Enterprise Information Systems, International Journal on Customer Relations, Journal of Business & Economic Statistics, Journal of Business Economics and Management, Journal of Business Research, Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, Journal of Electronic Commerce in Organizations, Journal of Global Information Management, Journal of Marketing Characteristics, Journal of Marketing Communications, Journal of Marketing Research, Journal of Personal Selling & Sales Management, Journal of Product & Brand Management, Journal of Promotion Management, Journal of Real Estate Literature, Journal of Research in Interactive Marketing, Journal of Vacation Marketing, Management Science, Managerial and Decision Economics, Market- Tržište, Marketing Science, The Psychological Record
<b>Dizin</b> Sahni vd., 2018; Merisavo ve Raulas, 2004; Waneed ve Jianhua, 2016; Nath ve Gupta, 2013; Yang vd., 2018; Dapko ve Arts, 2014; Reed ve Jain, 2015; Abrahams vd., 2018; Kumar ve Salo, 2018; Balasudarsun vd., 2018; Meville vd., 2006; Ellis-Chadwick ve Doherty, 2012; Marinova vd., 2002; Kumar vd., 2014; Ahmed vd., 2017; Ridley-Siebert, 2016; Reichhart vd., 2013; Lin vd., 2015; Heiens ve Narayanaswamy, 2016; Reimers vd., 2016; O'Connor, 2008; Hartemo vd., 2016; Perry ve Shao, 2003; Bloosa vd., 2016; Zhang vd., 2017; Acharya vd., 2010; Klenosky ve Brey, 2010; Pöyry vd., 2017; Sahni vd., 2016; Sigurdsson vd., 2013; Mahmoud vd., 2019; Waneed ve Yang, 2017; Sigurdsson vd., 2016; Wu vd., 2016; Khan vd., 2016; Jain ve Reed, 2013	<b>Dizin</b> Chittenden vd., 2003; Tajatrakul ve Drennan, 2005; Waring ve Martinez, 2002; Hamilton vd., 2016; Rohm vd., 2013	<b>Dizin</b> Chittenden vd., 2003; Tajatrakul ve Drennan, 2005; Waring ve Martinez, 2002; Hamilton vd., 2016; Rohm vd., 2013	<b>Dizin</b> Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Asian Journal of Business Research, Baltic Journal of Management, Cornell Hospitality Quarterly, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Electron Markets, International Journal of Electronic Customer Relationship Management, International Journal of Sport Management and Marketing, International Journal of Applied Business and Economic Research, International Journal of Electronic Commerce, International Journal of Enterprise Information Systems, International Journal on Customer Relations, Journal of Business & Economic Statistics, Journal of Business Economics and Management, Journal of Business Research, Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, Journal of Electronic Commerce in Organizations, Journal of Global Information Management, Journal of Marketing Characteristics, Journal of Marketing Communications, Journal of Marketing Research, Journal of Personal Selling & Sales Management, Journal of Product & Brand Management, Journal of Promotion Management, Journal of Real Estate Literature, Journal of Research in Interactive Marketing, Journal of Vacation Marketing, Management Science, Managerial and Decision Economics, Market- Tržište, Marketing Science, The Psychological Record	

Tablo 7’den, gerçekleştirilmiş literatür taramasında yer alan çalışmaların yöntemlerine, analiz seviyelerine ve dizinlerine dair genel bir görünüm elde edilebilmektedir.

### **Ampirik E-Posta Pazarlaması Çalışmalarının Yöntemleri, Veri Toplama Araçları ve Analiz Birimleri**

İncelenen çalışmalar ampirik ve kavramsal olarak iki sınıfa ayrılmıştır. Ampirik çalışmaların %86’sı nicel, %12’si karma ve %2’si nitel yöntemle gerçekleştirilmiştir.

**Grafik 2:** Ampirik E-Posta Çalışmalarının Yöntem Türlerine Göre Yüzdelik Dağılımı

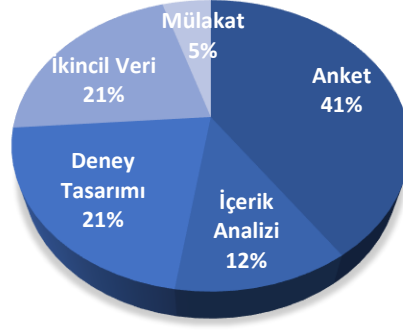


Grafik 2’den de görüldüğü üzere, taranan alanda nicel çalışmalar yoğunluktadır. Hanson & Grimmer (2007) tarafından 1993-2002 yılları arasındaki pazarlama çalışmalarında kullanılan yöntemlerin yoğunluklarının incelendiği çalışmada, literatürdeki çalışmaların %70’ten fazlasının nicel yöntem ile gerçekleştirildiği görülmüştür. Kapsam dahilinde ulaştığımız ilk e-posta pazarlama araştırmasının 2001 yılında olması, Hanson & Grimmer’in çalışmasındaki tarih aralığının devamını niteliğinde, e-posta pazarlaması ölçeğinde genişletilebilecektir. Ulaşılan %86’lık nicel araştırma yoğunluğu ise pazarlama alanının genel incelenmesinde ve özele inildiğinde nicel araştırmaların popülerliğini koruduğunu göstermektedir.

Ampirik çalışmalar ele alındığında kullandıkları veri toplama yöntemlerinin de birbirinden farklılaştığı görülmüştür. Grafik 3’ten görüldüğü üzere çalışmaların %41’inde veriler anket ile toplanmışken, %21’i ikincil veri ve deney tasarımı ile elde edilmiştir.

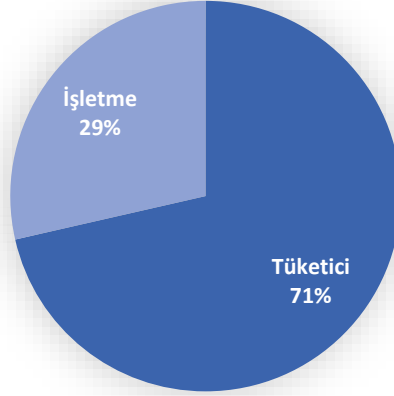


**Grafik 3:** E-Posta Pazarlaması Çalışmalarının Veri Toplama Araçlarına Göre Yüzdelerle Dağılımı



%86 oranında öne çıkan nicel yöntemle gerçekleştirilen çalışmaların veri toplama araçları incelendiğinde; anketin öne çıkan veri toplama yöntemidir. Anketle veri toplama, pazarlama çalışmalarında en çok kullanılan yöntemdir (Hair vd., 2008). Bu durumun sebepleri arasında internet üzerinden kolay ve hızlıca verinin toplanabilmesi de yer almaktadır (Gosling vd., 2004). Deney tasarımı ise bir yapının başka bir yapının oluşumuna dahil olma veya olmama durumunu araştırmanın en iyi yolu olduğundan (Aronson vd., 1990), deney tasarımının nedensel ilişkileri ortaya çıkarmak için geliştirildiği söylenebilmektedir (Doğan, 2019). İncelediğimiz literatürdeki çalışmaların %21'inin deney tasarımı ile gerçekleştirilmesi, bu araştırmaların nedensellik üzerine gerçekleştirildiğini göstermektedir. %21 oranında yer alan ikincil veri kullanımı ise hem nicel hem de nitel yöntemler ile kullanılabilir (Witkowski & Jones, 2006). Pazarlama araştırmalarında ikincil veri, pazarlama stratejilerinin tasarlanmasında, tüketici alışkanlıklarında ve geçmiş deneyimler hakkında bilgi edinmek üzere kullanılmaktadır (Harrison & Reilly, 2011). Literatürde ele alınan e-posta pazarlaması çalışmalarına bakıldığında ikincil verinin kullanımının daha çok pazarlama stratejileri ve tüketici alışkanlıkları üzerine gerçekleştirildiği görülebilmektedir.

**Grafik 4:** E-Posta Pazarlaması Çalışmalarının Analiz Birimlerine Göre Yüzdeler Dağılımı



Literatürde gerçekleştirilen ampirik çalışmaların analiz birimlerine göre incelenmelerinin sonucunda (Grafik 4.) %71'e eşdeğer olan 30 çalışmanın tüketici odaklı, geri kalan 12 çalışmanın oluşturduğu %29'un ise işletme odaklı olduğuna ulaşılmıştır. Grafik ve alandaki çalışmalar ele alındığında, tüketicilere dair öngörünün sağlanmasına daha çok odaklanıldığı, işletmelere yönelik çalışmalarda yasalar, güvenlik ve verimlilik artışının sağlanabilmesine değinildiği söylenebilmektedir. E-posta pazarlaması ile elde edilen %80'in üzerinde geri dönüş oranına sahip olunabilmesi (Emarsys, 2018) ile literatürde gerçekleştirilmiş olan tüketiciye yönelik çalışmalar arasında bir bağlantı kurulması da mümkündür.

**Tablo 8:** Analiz Birimlerine Göre E-Posta Pazarlaması Çalışmaları

**İşletme Odaklı:**

Abrahams vd., 2010; Acharya vd., 2010; Chittenden & Rettie, 2003; Ellis-Chadwick & Doherty, 2012; Heiens & Narayanaswamy, 2016; Melville vd., 2006; Nath & Gupta, 2013; Ahmedi vd., 2016; O'Connor, 2008; Perry & Shao, 2003; Waring & Martinez, 2002; Watjatrakul & Drennan, 2005; Zhang vd., 2017.

**Tüketici Odaklı:**

Ahmedi vd., 2016; Balasudarsun vd., 2018; Biloš vd., 2016; Dapko & Artis, 2014; Hamilton vd., 2016; Hartemo vd., 2016; Jain & Reed, 2013; Khan vd., 2016; Klenosky & Brey, 2010; Kumar & Salo, 2018; Kumar vd., 2014; Lin vd., 2015; Mahmoud vd., 2019; Marinova vd., 2002; Pöyry vd., 2017; Reed & Jain, 2015; Reichhart vd., 2013; Reimers vd., 2016; Ridley-Siegert, 2016; Rohm vd., 2013; Sahni vd., 2016; Sahni vd., 2016; Sigurdsson vd., 2016; Sigurdsson vd., 2013; Utkarsh & Gupta, 2019; Waheed & Yang, 2017; Wu vd., 2016.

## **SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER**

Yazın taramaları en genel kapsamıyla halihazırda literatürde yer alan çalışmaların değerlendirmeleridir (Bem, 1995). Şematik yazın taraması olarak gerçekleştirilen bu çalışma, yazın taramalarının hedeflerinden biri olan: “konu çerçevesinde mevcut duruma ilişkin sentezlenmiş bir genel bakış sağlamak” (Palmatier vd., 2018) adına gerçekleştirilmiştir. Şematik literatür taraması ile e-posta pazarlaması literatüründeki boşlukların tablolar, grafikler ve sayılarla belirlenmesi bu alanda çalışmak isteyen araştırmacılara içgörü sağlayacaktır. Araştırma alanını tanımlamanın yanı sıra, tüm çalışmaların veya sadece bir alt grubun incelenmesine olanak sağlar. Aynı zamanda alanın incelemeye değer olup olmadığına dair mevcut kaynakları yansıtarak önizleme sunar. Bu nedenle literatürün haritasını çıkarmak sonraki çalışmalar için önem taşımaktadır. Çalışma ile e-posta pazarlaması alanında çalışmak isteyen araştırmacılara alana dair detaylı ve alanı anlamalarına yardımcı olacak bir içgörü sunulmaktadır.

E-posta pazarlaması literatürü 1950-2019 yılları ve yalnızca pazarlama çalışmaları kapsamında ele almıştır. İncelenmiş olan literatürün seçiminde, çevrim içi pazarlamanın en etkin iletişim araçlarından biri olan e-posta pazarlaması (Hudák vd., 2017) ele alınarak alana dair genel bir bakışın oluşturulması hedeflenmiştir. Otelcilikten (O’Connor, 2008; Yang vd., 2018), perakendeciliğe (Heiens & Narayanaswamy, 2016), bankacılık (Nath & Gupta, 2013), yayıncılık (Goff, 2011), emlakçılığa (Acharya vd., 2010) kadar birçok sektörde çalışmaların yer alması e-posta pazarlamasının kapsamının büyüklüğü hakkında bir ipucu niteliğindedir.

Araştırma, belirlenen anahtar kelimeler (“e-mail marketing”, “email marketing”) aracılığıyla ulaşılmış olan e-posta pazarlaması çalışmalarının kapsamlı bir literatür taramasını ve 1950-2019 yılları arasında yayınlanmış olan 57 çalışmaya dair bir sınıflandırma sistemi sunmaktadır. Çalışmalar Grant & Booth (2009) ve Gough ve arkadaşları (2006) tarafından sunulan öneriler dikkate alınarak Littell ve arkadaşlarının (2008) kullandığı yol izlenerek konularına, yöntemlerine, veri toplama araçlarına, analiz birimlerine, yer aldıkları elektronik veri tabanlarına ve yayınlandıkları dergilere göre sınıflandırılmıştır.

İlk e-posta pazarlamasına dair çalışmanın 2001 yılında görülmüş olması tüm dünyada 1995 yılında yalnızca 2 milyon e-posta hesabının bulunması ve 2001 yılının başında ise 891 milyon hesaba yükselmiş olması (Chittenden & Rettie, 2003) ile ilişkilendirilebilmektedir. Hızlı artan e-posta kullanıcı sayısı ve kullanımı, yeni ortaya çıkan ve hızlı büyüyen bir iletişim kanalı olarak dikkatleri üzerine çekerek cazip bir alan oluşturmuştur.

Ele alınan literatürde yer alan kavramsal çalışmalar; değer yaratma (Kucuk, 2011), tüketicilerin tanınması (Jain & Reed, 2013), B2B odağında kullanım (Dawe, 2015), uygulamacıların aracı verimli kullanmaları için öneriler (Stevens, 2004), yasalar ve mevzuat (Gaskill & Hackett, 2001) ve satış gücüne etkileri (Clarke vd.,

2005) gibi alanlara değinerek e-posta pazarlaması kavramının güçlenmesine katkıda bulunmuştur.

Ampirik çalışmalar; e-ticaret (Ellis-Chadwick & Doherty, 2012; Lin vd., 2005; Reimers vd., 2016), müşteri ilişkileri (Nath & Gupta, 2013; Zhang vd., 2017), sosyal medya pazarlaması (Rohm vd., 2013; Ahmed vd., 2017; Balasudarsun vd., 2018) ve ilişkiyel pazarlama (Marinova vd., 2002; Klenosky & Brey, 2010; Lin vd., 2015) gibi alanlara yönelik gerçekleştirilerek genişlemeye yardımcı olmuştur. Kavramsal çalışmaların ampirik çalışmalara oranla daha az sayıda olması, kavramın güçlendirilmesi gerektiğinin göstergesi olabilirken akademisyenlere odaklanabilecekleri bir alan imkanı sunmaktadır.

Nicel araştırmaların literatürde baskın olmasının sebepleri; Kuhn (1973)'un belirttiğı üzere pazarlama akademisyenlerin benzer eğitimlerden geçmeleri, aynı yöntem literatürünü benimsemeleri ve ortak bir yoldan ilerlemeleri ile ilişkilendirilebilmektedir. Hanson & Grimmer (2007)'in nicel araştırmaları pazarlama disiplinde meşru görmesi, literatürdeki nicel araştırma yoğunluğunu açıklamaktadır. Elde edilen %86'lık nicel araştırma yoğunluğu bu şekilde açıklanabilmektedir. Nitel çalışmaların araştırma sınırlarının daha geniş olması, sonuçların raporlanmasının uzun olması, savunulmasının ve güvenilirliğın sağlanmasının zorluğu (Martinsuo, 2001) gibi nedenler nitel araştırmaların nicel araştırmalardan daha az kullanılır olduğunun göstergesi olarak kabul edilebilir.

Sunulan sonuçların önemli etkileri bulunmaktadır:

- E-posta pazarlamasında en çok incelenen alan “tüketici davranışı”dır. “Pazarlama stratejileri” ve “pazarlama iletişimi” ise odaklanılan diğerkonulardır. Günümüzde geleneksel medyanın önemini ve etkisini kaybetmesi kaybetmesi (Angelides, 1997), internet ve internet erişiminin önemini arttırmıştır. E-posta pazarlamasının internet kanalı ile gerçekleşmesi de dolaylı olarak e-posta pazarlamasının önemini yüksek oranda yükseltmektedir.
- E-posta pazarlaması halen akademisyenler ve uygulamacılar için üzerine fazla düşülmemiş bir alandır. Oluşturulan tablolardan e-posta pazarlaması alanında az sayıda çalışma bulunan niş konulara dair çıkarımlar yapılabilmektedir. Çalışılmış olan konuların farklılığı ve sayılarına bakılarak, incelenerek özellikle kavramsal çalışmalar ile geliştirilmeye açık olduğu görülmektedir. Az sayıda çalışma gerçekleştirilen konular ile ilgili alana katkı sağlama imkânı fazla olmaktadır.
- Gerçekleştirilmiş olan çalışmaların yayımlandığı akademik dergilerin statüsü göz önüne alındığında bu alanda yapılacak olan çalışmaların üst seviye dergilerde yer almaya açık olduğu çıkarımı yapılabilmektedir.
- Az sayıda ve birçok farklı konu özelinde çalışmanın gerçekleştirilmiş olması e-posta pazarlamasının yüzeysel olarak ele alındığını, derinlemesine ele alınması durumunda olumlu çıktılar verebileceğinin göstergesi olarak yorumlanabilmektedir.

Çalışmanın bulguları ve sonuçları bu alanda çalışmak isteyen araştırmacılara bazı öneriler sunmaktadır. B2B, çevrim içi alışveriş, çevrim içi pazarlama iletişimi,

çoklu kanal pazarlaması, dijital reklamcılık, elektronik iletişim, hedef odaklı promosyon, interaktif pazarlama stratejileri, interaktif pazarlama, müşteri ilişkileri yönetimi, müşteri ilişkileri pazarlaması, pazarlama yönetimi, reklamcılık, sosyal pazarlama, ticari iletişim, tüketici deneyimi, tüketici güçlendirme, tüketici içgörüsü, viral pazarlama, web reklamcılığı konularında az sayıda çalışma gerçekleştirilmiş olması e-posta pazarlaması alanında çalışmak isteyen araştırmacılara bu çalışmanın ilk önerisidir.

Yöntemlerine göre çalışmalara bakıldığında nicel çalışmaların ezici üstünlüğü araştırmacılara nitel çalışmaların bu alanda eksik olduğunu göstermekte ve çalışmalarını nitel yöntemlerle gerçekleştirmelerini önermektedir.

Analiz birimleri bazında e-posta pazarlaması çalışmalarının büyük oranda tüketici odaklı gerçekleştirilmiş olması, işletme odaklı çalışma sayısının az olması, B2B kapsamında pratiğe yönelik çalışmaların gerçekleştirilmesini önerme noktasında etkili bir destektir.

E-posta pazarlamasının e-ticaretin en kritik araçlarından biri olması (Fariborzi ve Zahedifard, 2012) bu alanda çalışmanın ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda e-ticaret faaliyetlerindeki büyük payı, firmalara olumlu geri dönüşler sağlaması (Hudak vd., 2017) bu alanda çalışacak araştırmacıların hem literatüre hem de pratiğe katkıda bulmalarını sağlayacaktır.

E-posta pazarlaması alanını ele alan bu şematik yazın tarama çalışması ile 1950-2019 yılları arasındaki e-posta pazarlaması çalışmalarına dair genel bir bakış sağlanması amaçlanmıştır. E-postaların kullanılmaya devam edilmesi sürdükçe bu alanın önemini kaybetmeyeceği ve özellikle e-ticaretteki öneminin sürecektir. Bu konu üzerine gerçekleştirilecek olan çalışmaların hem araştırmacıların hem de uygulamacıların dikkatini çekeceği ve iki alana da katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

### **Araştırma Kısıtları**

Çalışma geçmiş ve geleceğe dönük e-posta pazarlamasına dair bakış açıları sunmakla birlikte bahsedilmesi gereken bazı kısıtlara sahiptir. İlk olarak incelenmiş olan elektronik veri tabanlarının bütün akademik dergilere erişime sahip olmamasıdır. Bu nedenle çalışma ABI/Inform, EBSCO (Business Source Premier) ve Scopus elektronik veri tabanlarının sunduğu içerik ile kısıtlı bir şekilde gerçekleştirilmiştir. İkinci olarak arama terimlerinin kapsayıcılığının sınırlılığı bulunmaktadır. Kullanılan anahtar kelimelerinin haricinde yer alan e-posta pazarlaması alanında gerçekleştirilmiş olan çalışmaların yer alması muhtemeldir. Üçüncüsü ise elektronik veri tabanında ele alınan dergilerin genelinin pazarlama odağında olmaları tercih edilmiş ve başka alanların odağında çalışmalara yer veren akademik dergiler ele alınmamıştır.

### **Araştırma, Yayın Etiği ve Telif Hakları Beyanı**

Gerçekleştirilen çalışmadaki tüm bilgi ve belgeler akademik kurallar çerçevesinde elde edilmiştir. Yararlanılan kaynaklara bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunularak, etik kurallara dayanarak gösterilen durumlar haricindeki tüm içerik özgün bir şekilde, fikir ve sanat eserleri için telif hakları düzenlemelerine uyularak üretilmiştir.

### **KAYNAKÇA**

Abrahams, A. S., Chaudhary, T. & Deane, J. K. (2010). A multi-industry, longitudinal analysis of the email marketing habits of the largest United States franchise chains. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 11 (3), 187-197.

Acharya, R., Kagan, A. & Zimmerman, T. (2010). Real estate information technology: Influence of email marketing on real estate agent performance. *Journal of Real Estate Literature*, 18 (2), 329-343.

Ahmed, R. R., Vveinhardt, J. & Streimikiene, D. (2017). Interactive digital media and impact of customer attitude and technology on brand awareness: evidence from the South Asian countries. *Journal of Business Economics and Management*, 18 (6), 1115-1134.

Alalwan, A. A., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Algharabat, R. (2017). Social media in marketing: A review and analysis of the existing literature. *Telematics and Informatics*, 34 (7), 1177-1190.

Anderson, J. (2003). New Technology Briefing: Video e-mail—The next generation of e-mail marketing?. *Interactive Marketing*, 4 (3), 281-284.

Balasudarsun, N. L., Sathish, M. & Gowtham, K. (2018). Optimal ways for companies to use Facebook Messenger Chatbot as a Marketing Communication Channel. *Asian Journal of Business Research*, 8 (2), 1.

Bem, D. J. (1995). Writing a review article for psychological bulletin. *Psychological Bulletin*, 118 (2), 172-177.

Biloš, A., Turkalj, D. & Kelić, I. (2016). Open-rate controlled experiment in e-mail marketing campaigns. *Market-Tržište*, 28 (1), 93-109.

Chaffey, D., Mayer R., Johnston K. & Ellis-Chadwick FE (2003). Business-to-business Internet marketing. D. Chaffey (Der.), *Internet marketing: strategy, implementation and practice*. Harlow, Essex: Pearson Education – China Machine Press.

Chittenden, L. & Rettie, R. (2003). An evaluation of e-mail marketing and factors affecting response. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 11 (3), 203-217.

Cho, C. H. & Khang, H. (2006). The state of Internet-related research in communications, marketing, and advertising: 1994–2003. *Journal of Advertising* 35 (3), 143–163.

Clarke III, I., Flaherty, T. B. & Zugelder, M. T. (2005). The CAN-SPAM Act: New rules for sending commercial e-mail messages and implications for the sales force. *Industrial Marketing Management*, 34 (4), 399-405.

Dapko, J. L. & Artis, A. B. (2014). Less is more: An exploratory analysis of optimal visual appeal and linguistic style combinations in a salesperson's initial-contact e-mail to millennial buyers within marketing channels. *Journal of Marketing Channels*, 21 (4), 254-267.

Dawe, K. (2015). Best practice in business-to-business email. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 16 (4), 242-247.

DMA (2019). *Marketer email tracker 2019*. <https://dma.org.uk/uploads/misc/marketers-email-tracker-2019.pdf> (Erişim: 08.05.2020).

Doğan, V. (2019). Pazarlama araştırmacıları için deneysel tasarım: felsefi arka plan ve metodolojik tartışı. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 5 (1), 123-160

DuFrene, D. D., Engelland, B. T., Lehman, C. M. & Pearson, R. A. (2005). Changes in consumer attitudes resulting from participation in a permission e-mail campaign. *Journal of Current Issues and Research in Advertising* 27 (1), 65-77.

Ellis-Chadwick, F. & Doherty, N. F. (2012). Web advertising: The role of e-mail marketing. *Journal of Business Research*, 65 (6), 843-848.

Emarsys (2018). *Adapting to the pace of omnichannel commerce*. <https://emarsys.com/wp-content/uploads/2018/01/eTail-Emarsys-WBR-SMB-Report.pdf> (Erişim: 08.05.2020).

Farhoomand, A. & Lovelock, P. (2001). *Global e-Commerce*. Singapore: Prentice-Hall.

Fariborzi, E., & Zahedifard, M. (2012). E-mail Marketing: Advantages, Disadvantages and Improving Techniques. *International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning*, 2(3), 232.

Gaskill, S. & Hackett, A. (2001). E-mail and text message marketing. *Interactive Marketing*, 3 (2), 160-165.

Goff, N. (2011). Direct-response bookselling: How it died, why it is alive again, and why it will become even more important in the future. *Publishing Research Quarterly*, 27 (3), 259.

Gosling, S. D., Vazire, S., Srivastava, S. & John, O. P. (2004). Should we trust web-based studies? A comparative analysis of six preconceptions about internet questionnaires. *American Psychologist*, 59 (2), 93-104.

Gough, D., Kiwan, D., Suttcliffe, K., Simpson, D., & Houghton, N. (2006). A systematic map and synthesis review of the effectiveness of personal development planning for improving student learning. *EPPI-Centre*, 1 (1), 1-127.

Gratton, E. (2003). *Internet and wireless privacy: a legal guide to global business practices*. Toronto: CCH Canadian Limited.

Green, B. N., Johnson, C. D., & Adams, A. (2006). Writing narrative literature reviews for peer-reviewed journals: secrets of the trade. *Journal of chiropractic medicine*, 5 (3), 101-117.

Gupta, N. (2019). Message strategy of promotional e-mails in India: a content analysis. *International Journal of Electronic Marketing and Retailing*, 10 (4), 351-367.

Hair, J. F., Celsi, M., Ortinau, D. J. & Bush, R. P. (2008). *Essentials of marketing research*. New York, NY: McGraw-Hill/Higher Education.

Hamilton, M., Kaltcheva, V. D. & Rohm, A. J. (2016). Hashtags and handshakes: consumer motives and platform use in brand-consumer interactions. *The Journal of Consumer Marketing*, 33 (2), 135.

Harrison, R. L. & Reilly, T. M. (2011). Mixed methods designs in marketing research. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 14 (1), 7-26.

Hartemo, M. (2016). Email marketing in the era of the empowered consumer. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 10 (3), 212-230.

Hartemo, M., Suomi, R. & Hakala, U. (2016). Towards Improved Performance: A Model for Testing Email Newsletter Design. *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO)*, 14 (3), 1-16.

Heiens, R. A. & Narayanaswamy, R. (2016). An examination of the e-mail and electronic relationship marketing practices of the USA's top 500 online retailers. *International Journal of Electronic Customer Relationship Management*, 10 (2-4), 125-137.

Hoge, C.C. (1993). *The Electronic Marketing Manual*. New York, NY: McGraw-Hill.



Hudák, M., Kianičková, E., & Madleňák, R. (2017). The importance of e-mail marketing in e-commerce. *Procedia engineering*, 192, 342-347.

Internet World Stats (2020). Internet Users Distribution in the World 2020 Q1. <https://www.internetworldstats.com/stats.htm> (Erişim: 14.04.2020).

Jain, Y. & Garg, R. (2014). National email benchmarking report 2013. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 16 (2), 92-97.

Jain, Y. & Reed, D. (2013). DMA print tracking: Attributes of media channels. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 15 (1), 56-63.

Khan, S. F., Rehman, S., Khan, M. K. & Khan, M. A. (2016). Influence of gender and nationality on consumers' perception towards email marketing: an exploratory study in Oman. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 14 (1), 457-464.

Kinnard, S. (2002). *Marketing with e-mail: a spam-free guide to increasing sales, building loyalty, and increasing awareness*. Toronto: Maximum Press.

Klenosky, D. B. & Brey, E. T. (2010). Permission to promote: a conjoint investigation of e-newsletter preferences. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 7 (3-4), 173-189.

Knight, G. (1999). International services marketing: review of research, 1980-1998. *Journal of Services Marketing*, 13 (4-5), 347-360.

Krishnamurthy, S. (2001). A comprehensive analysis of permission marketing. *Journal of Computer Mediated Communication* 6 (2): JCMC623.

Kucuk, S. U. (2011). Towards integrated e-marketing value creation process. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 12 (4), 345-363.

Kuhn, T. (1973). *The Structure of Scientific Revolutions*. Chigago, IL: University of Chicago Press.

Kumar, A. & Salo, J. (2018). Effects of link placements in email newsletters on their click-through rate. *Journal of Marketing Communications*, 24 (5), 535-548.

Kumar, V., Zhang, X. & Luo, A. (2014). Modeling customer opt-in and opt-out in a permission-based marketing context. *Journal of Marketing Research*, 51(4), 403-419.

Lagodiienko V., Karyy O., Ohiienko, M., Kalaman, O., Lorvi, I. & Herasimchuk, T. (2019). Choosing Effective Internet Marketing Tools in Strategic Management. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8 (3), 5220-5225.

Lin, H. H., Li, H. T. & Wang, Y. S. (2015). Permission-based e-mail marketing websites success: An integrated perspective. *Journal of Global Information Management (JGIM)*, 23 (2), 1-23.

Littell, J. H., Corcoran, J., & Pillai, V. (2008). *Systematic reviews and meta-analysis*. New York: Oxford University Press.

Liu, H. (2012). The researches on e-mail marketing of small and medium-sized B2B enterprises. *Contemporary Logistics*, 6 (24).

Mahmoud, A., Grigoriou, N. & Hack-polay, D. (2019). Email is Evil! Behavioural Responses towards Permission based Direct Email Marketing and Gender Differences. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 213 (2), 227-248.

Malcolm, W. (2004). Legal and Regulatory Update: E-mail marketing: How to do it lawfully. *Interactive Marketing*, 6 (2), 179-183.

Marinova, A., Murphy, J. & Massey, B. L. (2002). Permission e-mail marketing as a means of targeted promotion. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 43 (1), 61-69.

Martinsuo, M. (2001), "Balancing large scope and project manageability in a qualitative research design", *Management Decision*, 39 (7), 539-550.

McCloskey W. (2006). E-mail data source. New York: Retail White Paper.

Melville, N., Stevens, A., Plice, R. K. & Pavlov, O. V. (2006). Unsolicited commercial e-mail: Empirical analysis of a digital commons. *International Journal of Electronic Commerce*, 10 (4), 143-170.

Merisavo, M. & Raulas, M. (2004). The impact of e-mail marketing on brand loyalty. *Journal of Product & Brand Management*, 13 (7), 498-505.

Moustakas, E., Ranganathan, C. & Duquenoy, P. (2006). E-mail marketing at the crossroads: A stakeholder analysis of unsolicited commercial e-mail (spam). *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 16 (1), 38-52.

Nath, V. & Gupta, N. (2013). Bank E-mail Marketing: Creating Customer Relations with Permission. *International Journal on Customer Relations*, 1 (2), 41.

Nettleton, E. (2005). Getting tough on spam? *Database Marketing & Customer Strategy Management*, 12 (4), 357-61.

O'Connor, P. (2008). E-mail marketing by international hotel chains: An industry-practices update. *Cornell Hospitality Quarterly*, 49 (1), 42-52.

Pavlov, O. V., Melville, N. & Plice, R. K. (2008). Toward a sustainable email marketing infrastructure. *Journal of Business Research*, 61 (11), 1191-1199.

Perry, M. L. & Shao, A. T. (2002). Internet Marketing Communications in the Selling Process: A Global Study of Advertising Agencies' Use of E-Mail and Websites. *Journal of Promotion Management*, 9 (1-2), 17-29.

Pomirleanu, N., Schibrowsky, J. A., Peltier, J. & Nill, A. (2013). A review of internet marketing research over the past 20 years and future research direction. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 7 (3), 166-181.

Pöyry, E., Parvinen, P. & McFarland, R. G. (2017). Generating leads with sequential persuasion: should sales influence tactics be consistent or complementary?. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 37 (2), 89-99.

Reed, D. & Jain, Y. (2015). DMA email tracking report 2014. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 16 (3), 184-192.

Reichhart, P., Pescher, C. & Spann, M. (2013). A comparison of the effectiveness of e-mail coupons and mobile text message coupons for digital products. *Electronic Markets*, 23 (3), 217-225.

Reimers, V., Chao, C. W. & Gorman, S. (2016). Permission email marketing and its influence on online shopping. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 28 (2), 308-322.

Ridley-Siegert, T. (2016). DMA Insight: Consumer email tracking report 2015. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 17 (3), 163-169.

Rohm, A., Kaltcheva, V. D. & Milne, G. R. (2013). A mixed-method approach to examining brand-consumer interactions driven by social media. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 7 (4), 295-311.

Sahni, N. S., Wheeler, S. C. & Chintagunta, P. (2018). Personalization in email marketing: The role of noninformative advertising content. *Marketing Science*, 37 (2), 236-258.

Sahni, N. S., Zou, D. & Chintagunta, P. K. (2017). Do targeted discount offers serve as advertising? Evidence from 70 field experiments. *Management Science*, 63 (8), 2688-2705.

Sankar, V. S. (2019). Online Advertising and Its Effective Methods. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8 (2S6), 735-737.

Sigurdsson, V., Hinriksson, H., & Menon, R. V. (2016). Operant behavioral economics for e-mail marketing: An experiment based on the behavioral perspective model testing the effectiveness of motivational operation, utilitarian and informational stimuli. *Managerial and decision economics*, 37 (4-5), 337-344.

Sigurdsson, V., Menon, R. V., Sigurdarson, J. P., Kristjansson, J. S. & Foxall, G. R. (2013). A test of the behavioral perspective model in the context of an e-mail marketing experiment. *The Psychological Record*, 63 (2), 295-308.

Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333-339.

Statista (2020). *Number of e-mail users worldwide from 2017 to 2024*. <https://www.statista.com/statistics/255080/number-of-e-mail-users-worldwide/>(Erişim: 08.05.2020).

Statista (2020). *Number of sent and received e-mails per day worldwide from 2017 to 2023*. <https://www.statista.com/statistics/456500/daily-number-of-e-mails-worldwide/>(Erişim: 08.05.2020).

Stevens, G. (2004). New Technology Briefing: Best practice technology options for optimal e-mail marketing. *Interactive Marketing*, 6 (1), 62-70.

Tafesse, W., & Skallerud, K. (2017). A systematic review of the trade show marketing literature: 1980–2014. *Industrial Marketing Management*, 63, 18-30.

Waheed, A. & Jianhua, Y. (2018). Achieving consumers' attention through emerging technologies: The linkage between e-marketing and consumers' exploratory buying behavior tendencies. *Baltic Journal of Management*, 13 (2), 209-235.

Waheed, A. & Yang, J. (2017). The effect of mobile marketing and email marketing on exploratory information seeking (EIS) behavior of the consumers: Communication through wireless technologies. *International Journal of Enterprise Information Systems (IJEIS)*, 13 (4), 76-89.

Waring, T. & Martinez, A. (2002). Ethical customer relationships: A comparative analysis of US and French organisations using permission-based e-mail marketing. *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*, 10 (1), 53-69.

Watjatrakul, B. & Drennan, J. (2005). Factors affecting e-mail marketing sourcing decisions: A transaction cost perspective. *Journal of Marketing Management*, 21 (7-8), 701-723.

Witowski, T. H. & Jones, D. B. (2006). Qualitative historical research in marketing. *Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing*, 70-82.

Wu, J., Li, K. J. & Liu, J. S. (2018). Bayesian inference for assessing effects of email marketing campaigns. *Journal of Business & Economic Statistics*, 36 (2), 253-266.

Yang, K., Min, J. H. & Garza-Baker, K. (2019). Post-stay email marketing implications for the hotel industry: Role of email features, attitude, revisit intention and leisure involvement level. *Journal of Vacation Marketing*, 25 (4), 405-417.

Zhang, X., Kumar, V. & Cosguner, K. (2017). Dynamically managing a profitable email marketing program. *Journal of marketing research*, 54 (6), 851-866.



Yayın Geliş Tarihi: 26.11.2021

Yayına Kabul Tarihi: 27.12.2021

Online Yayın Tarihi: 31.12.2021

http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1028748

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

Cilt: 23, Sayı: 4, Yıl: 2021, Sayfa: 1589-1615

ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

*Araştırma Makalesi*

## TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTSİZLİĞİ BAĞLAMINDA KADIN YOKSULLUĞU VE SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA: TÜRKİYE ÖLÇEĞİNDE BİR İNCELEME

Sevgi TOKGÖZ GÜNEŞ\*

Gül BİNBOĞA\*\*

### Öz

*Dünya ekonomilerinde yükselen eşitsizliklerin ve krizlerin temelinde sürdürülebilir olmayan üretim ve tüketim modelinin yer aldığı artık kabul edilen bir gerçektir. Bu noktada sürdürülebilir kalkınma; bugünün ihtiyaçlarını karşılarken gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneğini tehlikeye atmayan, sadece nicel bir büyümeyi değil çevre ve sosyal sürdürülebilirliği gözetilen bir model olarak ülkelerce benimsenmeye başlanmıştır. Hiç kimseyi geride bırakmamak sloganıyla Birleşmiş Milletlerce deklare edilen 2030 yılı sürdürülebilir kalkınma amaçlarından ikisi; yetersiz beslenmeden sosyal dışlanma ve kararlara katılamamaya değin çeşitli şekillerde tezahür eden yoksulluğun sona erdirilmesi ve toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasıdır. Yoksulluğu deneyimleyen spesifik gruplardan birisi de toplumda bulunduğu dezavantajlı pozisyonuyla kadınlardır. Sürdürülebilir gelişmenin sağlanmasında, toplumun yarısını oluşturan kadın nüfusunun sahip olduğu bilgisini, emeğini, duyarlılığını ve yaratıcı gücünü yaşama aktarabilmesi için toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ve kadın yoksulluğunun giderilmesi kritik önemdedir. Türkiye özelinde toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yarattığı kadın yoksulluğunun sürdürülebilir kalkınma ekseninde incelendiği bu çalışmada; eğitime erişim, işgücüne katılım ve parlamentoda temsil oranları açısından kadınların dezavantajlı durumlarında yeterli düzeyde bir iyileşmeye ulaşamadığı sonucu elde edilmiştir. Bu kapsamda, sürdürülebilir kalkınma politikalarının daha yoğun bir şekilde uygulanmaya başladığı 1999 yılından itibaren toplumsal cinsiyet eşitsizliği dolayısıyla kadın yoksulluğunun giderilmesi amacıyla atılan adımların ekonomi ve kamu politikalarındaki düzenlemelerle daha üst bir boyuta taşınması gerektiği söylenebilir.*

*Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):*

Tokgöz Güneş, S., Binboğa, G. (2021). Toplumsal cinsiyet eşitsizliği bağlamında kadın yoksulluğu ve sürdürülebilir kalkınma: Türkiye ölçeğinde bir inceleme. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (4), 1589-1615.

\* Dr. Öğr. Üyesi., Dokuz Eylül Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Çevre Mühendisliği Bölümü, ORCID: 0000-0001-7901-5982, sevgi.tokgoz@deu.edu.tr.

\* Endüstri Müh. & Sosyolog, Tarım ve Orman Bakanlığı, ORCID: 0000-0001-9437-0544, gulbinboga@yahoo.com.

**Anahtar Kelimeler:** Sürdürülebilir kalkınma, yoksulluk, kadın yoksulluğu, cinsiyet eşitsizliği, Türkiye.

## WOMEN'S POVERTY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF GENDER INEQUALITY: A STUDY SPANNING TURKEY'S SCOPE

### Abstract

*It is an accepted reality that an unsustainable production and consumption model is at the root of rising inequalities and crises in world economies. At this point, sustainable development has started to be adopted by countries as a model that does not compromise the ability to meet the needs of future generations' while at the same time fulfilling the needs of our day, that takes not only the quantitative growth but also environmental and social sustainability into account. Two of the goals for sustainable development declared by the United Nations for the year 2030 with the slogan of leaving no one behind are to end poverty manifesting itself in various ways from malnutrition to social ostracism and inability to participate in decisions and to actualize gender equality. One of the specific groups experiencing poverty is women with their disadvantageous position in society. It is of critical importance to eliminate gender inequality and women's poverty in order to transfer the knowledge, labor, sensitivity and creative power of the women's population, which makes up half of the society, into life to ensure sustainable development. In this study, women's poverty created by gender inequality in Turkey is examined on the bases of sustainable development. It has been concluded that a sufficient level of improvement has not been achieved in the disadvantaged situations of women in terms of access to education, labor force participation and representation in parliament. In this context, it can be said that the steps taken to eliminate women's poverty due to gender inequality since 1999, when sustainable development policies began to be implemented more intensively, should be carried to a higher level with regulations in economy and public policies*

**Keywords:** Sustainable development, poverty, women's poverty, gender inequality, Turkey

## GİRİŞ

Sanayi devrimiyle başlayan süreçte sınırsız insan ihtiyaçlarını sınırlı doğal kaynaklarla karşılamaya çalışan ekonomiler ciddi sorunlarla karşı karşıya kalmıştır. Artan tüketime bağlı olarak doğal kaynakların kendini yenileme hızları ile tüketim hızları arasındaki makasın giderek daralması enerji, gıda ve su güvenliği başta olmak üzere birçok sorunun ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu doğrultuda, artan dünya nüfusu ve refah talebi karşısında sürdürülebilir olmayan üretim ve tüketim modeli karşısında çevre, ekonomi ve sosyal bileşenler üzerinde yükselen sürdürülebilir kalkınma anlayışı benimsenmeye başlanmıştır. Gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılayabilme kabiliyetini tehlikeye atmaksızın bugünün ihtiyaçlarını karşılayan kalkınma olarak Birleşmiş Milletler tarafından deklare edilen ve nesiller arası adaleti öngören sürdürülebilir kalkınma anlayışının başarılı olabilmesi ülkelerin bu konudaki kararlı adımlarına bağlıdır.

193 ülkenin üye olduğu Birleşmiş Milletlerce, sürdürülebilir bir gelecek için 2030 yılına kadar ulaşılması amaçlanan; yoksulluğun ve açlığın sona erdirilmesi, toplumsal cinsiyet eşitliği, sağlıklı ve kaliteli yaşam, nitelikli eğitim, insana yakışır iş ve ekonomik büyüme, iklim eylemi, temiz su ve sanitasyon, erişilebilir ve temiz enerji, sorumlu üretim ve tüketim şeklinde devam eden 17 ana başlıktan oluşan sürdürülebilir kalkınma hedefleri ile refah, barış ve adalet içinde yaşayan bir dünyaya ulaşma ideali ortaya konulmuştur. Birbirine bağlı bu hedeflerde amaç hiç kimseyi geride bırakmamaktır. Bu bağlamda, sürdürülebilir kalkınmayı benimseyen ve oluşturulan uluslararası sözleşmelere taraf olan Türkiye’de bu politikaların uygulanması, 1999 yılında hızlanan Avrupa Birliği’ne üyelik sürecinde daha fazla önem kazanmaya başlamıştır. 2012’de yayınlanan sürdürülebilir kalkınma raporuna göre Türkiye’de yoksullukla mücadele edilerek gelir dağılımının iyileştirilmesi, dezavantajlı kesimlerin gözetilmesi ve fırsat eşitliğinin sağlanması hedeflenmiştir (Kalkınma Bakanlığı, 2012).

Tarihsel olarak küresel bir sorun olan yoksulluk kavramı, bir grup insanın gelir sıkıntısı ile karşı karşıya olduğu kavramına dayanmaktadır (Bazán vd., 2011). Ancak, bu kavram yıllar içinde değişikliklere uğramıştır. Zira yoksulluk yaşamı devam ettirebilmek için gerekli olan gelir ve kaynaktan yoksunluktan daha fazlasını içermektedir. Yoksulluk, açlık ve yetersiz beslenmeden karar alma süreçlerine katılmadaki eksikliklere varan dolayısıyla çok çeşitli şekillerde tezahür eden bir olgudur. Dolayısıyla günümüzde yoksulluk, bu kavrama çok boyutlu bir nitelik kazandıran sosyal refah ile ilişkilendiren daha genel bir bakış açısıyla incelenmektedir (Ponce, 2013). Bu noktada, toplumdaki konumuyla maruz kaldığı cinsiyet ayrımcılığına bağlı olarak yeterli güce sahip olmayan ve yoksulluğu daha fazla yaşayan ise kadınlardır. Kadınların yoksulluğu deneyimleme ve yoksullukla baş etme becerileri, kadın olarak içinde yaşadıkları ailede ve toplumda nasıl konumlan(dır)ı(dıkları ile yakından ilgilidir. Bu bağlamda, kadın yoksulluğunun kavranmasında toplumsal cinsiyet rolleri ile toplumsal cinsiyete dayalı eşitsizliklerin önem arz ettiği söylenebilir (Altay & Aslanpay, 2016).

1990’lı yıllardan başlayarak, “yoksulluğun kadınlaşması” araştırmacılar ve politika yapıcılar arasında yoğun bir şekilde tartışılmaktadır (Chant, 1997; Chant, 2008; Klasen vd., 2013). Temelde toplumsal cinsiyet eşitsizliğine bağlı olarak yoksulluğun kadınlaşmasının önlenmesinde uygulanan politikaların etkinliğinin izlenmesi ve daha kararlı adımların atılması kritik önemdedir. Sürdürülebilir kalkınmaya ancak tüm toplum kesimlerinin ortak mutluluğu sağlandığı takdirde ulaşılabilir. Bu çalışmada, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada toplumsal cinsiyet eşitsizliği ile kadın yoksulluğu arasındaki ilişkinin Türkiye özelinde ortaya konulması amaçlanmaktadır.

## **YOKSULLUK VE KADIN YOKSULLUĞU**

Yoksulluk konusu, 1990’lı yıllardan bu yana ulusal ve küresel düzeyde büyüme ve kalkınma alanlarının önemli bir eksenini konumundadır. Ekonomik, sosyal, politik ve kültürel yönleri ile pek çok ülkenin çeşitli biçimlerde karşılaştığı

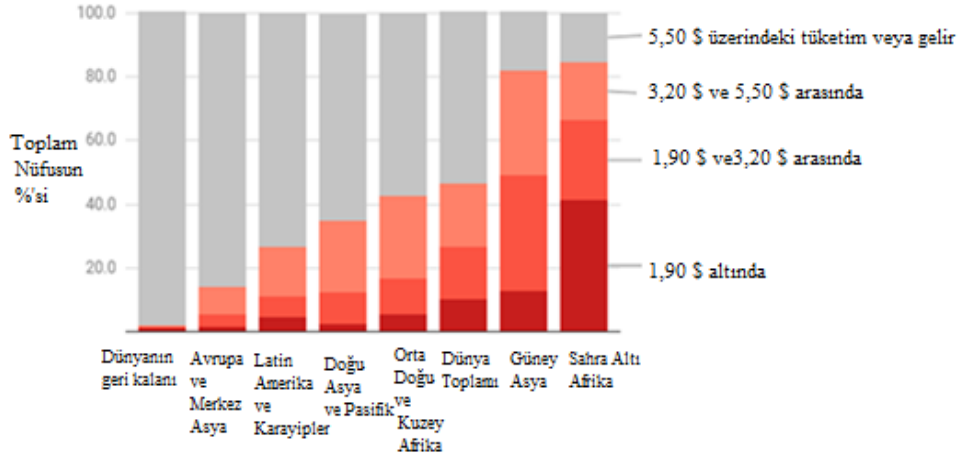


yoksulluk sorunu, zaman içinde uluslararası kamuoyunun önemli bir gündemi haline gelmiştir (Altay, 2005).

Küresel boyutta önemli bir sorun olan yoksulluğun birçok boyutu bulunmaktadır. Açlık ve yetersiz beslenmenin yanı sıra eğitim ve diğer temel hizmetlere sınırlı erişim veya erişememe, sosyal ayrımcılık, dışlanma ve karar alma süreçlerine katılım sağlayamama yoksulluğun diğer boyutlarıdır. Yoksulluğun giderilmesi insanlığın ahlaki, sosyal, politik ve ekonomik zorunluluğu olarak tanımlanmaktadır (UN, 2018a). Dünya Bankası'nın 1990'da gerçekleştirdiği çalışmada; günlük geliri kişi başına 2.400 kcal besini alamayan insanları mutlak yoksul olarak belirtmiştir (DPT, 2001). Daha sonraki süreçte, 2015 yılında yoksulluk sınırı revize edilerek günde 1,90 ABD Dolarının altında yaşayan bir insan aşırı yoksulluk içinde kabul edilmiştir. Birleşmiş Milletlerin rakamlarına göre; 783 milyon insan (dünya nüfusunun yaklaşık %11'i) bu uluslararası yoksulluk sınırının altında yaşamaktadır. Bu yoksulluk ölçümü, kişi başına tüketimin parasal değerine dayanmaktadır (Roser & Ortiz-Ospina, 2017). Küresel olarak, aşırı yoksulluk içinde yaşayan 25-34 yaş grubundaki her 100 erkeğe karşılık 122 kadın bulunmaktadır. Diğer bir anlatımla, 25-34 yaş grubundaki yoksulluk sınırının altındaki kadınların sayısı erkeklere göre %22 daha fazladır. Yoksulluk sınırının altında yaşayan insanların çoğunluğu Güney Asya ve Sahra altı Afrika'da yer almaktadır ve dünyada beş yaşın altındaki dört çocuktan biri yetersiz beslenmeye bağlı olarak düşük kiloya sahiptir (UN, 2018a). Fiziksel olarak her yaşta kadın, erkeklerden daha fazla kalori eksikliğine sahiptir ve bu durum, kötü fiziksel sağlığa ve felaketlerden kaynaklanan kaynak kıtlığına karşı savunmasızlığa ve sonuçta yoksulluğa neden olur. İlave olarak, kötü temel beslenme durumu ve fiziksel sağlık, bir felaketin akut aşamasında kaçmayı ve hayatta kalmayı önleyebilmektedir (Cannon vd., 2003; Chowdhury vd., 1993; Dankelman, 2008).

Dünya Bankası'nın (UN, 2018b) yoksulluk araştırmasına göre, birçok ekonomide aşırı yoksulluk %3'ten az olsa da, yüksek standartlarla tanımlandığında dünya genelinde yoksulluk prevalansı çok daha yüksektir (Şekil 1).

**Şekil 1: Dünya'daki Yoksulluk (Kişi Başı Günlük Tüketim veya Gelir-2011 Yılı Satın Alma Gücü Paritesi ABD Doları)**



Kaynak: World Bank, 2018b.

Birleşmiş Milletlerin 2009-2013 yıllarını kapsayan 2018 araştırma raporunda, aşırı yoksulluk içinde yaşayan 654,9 milyon insanın yaklaşık 330 milyonu kadın, 325 milyonu erkek olarak belirtilmiştir. Yoksul hanelerde yaşayan kadınların oranı (%12,5) erkeklerden (%12,3) biraz daha yüksektir. Yoksul kadınlar, resmi eğitim almamış 15 yaş ve üstündeki yoksul nüfusun %62,3'ünü ve orta öğretim almış olanların %40'ını temsil etmektedir. Boşanan, ayrılan veya dul kalan yoksulların en büyük payını da kadınlar oluşturmaktadır (UN Women, 2018a). Kadın yoksulluğun belli başlı nedenleri aşağıda verilmektedir;

**a) Aile içindeki geleneksel bakım ve su temin rolü:** Kadınların ailedeki bireylerin özellikle çocukların, yaşlıların, engellilerin ve hastaların bakımından esas sorumlu tutulmasına dayalı rolleri (UNDP, 2012) toplumsal cinsiyet ayrımcılığına katkıda bulunmaktadır. Özellikle aşırı yoksulluk oranlarındaki cinsiyet farklılıkları, kısmen ücretsiz bakım ve ev işi nedeniyle kadınların ve kız çocukların hane içinde üstlendikleri orantısız yüke bağlanabilir. Kadınlar ve kız çocuklar, sözü edilen sorumluluklar nedeniyle yeteneklerini geliştirmek ve insana yaraşır işlere erişmek konusunda daha az zamana ve olanağa sahiptirler (UN Women, 2019). 89 ülke ve bölgeden 2001-2018 yılları arasında sağlanan son verilere göre; kadınlar bir günde ortalama olarak ücretsiz ev ve bakım işlerine erkeklere oranla 3 kat daha fazla zaman harcamaktadırlar (UN, 2020). Bununla birlikte araştırmalar, 5 yaş altı çocuğu bulunan 25-34 yaş aralığında olan kadınların aşırı yoksulluk içinde yaşama ihtimallerinin, hiç çocuğu olmayanlara oranla, %4,8 puan daha yüksek olduğunu göstermektedir (UN Women, 2019). Ömür boyu bakım rolü kadınların beceri geliştirme, çalışma ve emeklilik gibi haklardan yararlanma fırsatlarını azaltmaktadır (Evandrou & Glaser, 2003). Diğer bir anlatımla, toplumsal cinsiyet temelinde

şekillenen aile içi iş bölümü kadınların eğitim ve işgücüne katılım fırsatlarını engelleyerek yoksulluğun kadınlaşmasına neden olmaktadır.

İklim değişikliği kaynaklı su kıtlığının çevrenin fiziksel, biyolojik ve sosyo-ekonomik yönleri üzerinde önemli olumsuz etkileri olduğu bilinmektedir (Davis vd., 1993). BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi, kadınların iklim değişikliğinde daha yüksek risklerle karşı karşıya olduklarını ve etkilerin daha büyük bir yükünü yaşadıklarını belirtmektedir (Sorensen vd., 2018). Dünya Sağlık Örgütü (WHO) ve Amerikan Kadın Hastalıkları ve Doğum Uzmanları Enstitüsü (ACOG) de bu görüşü destekleyerek kadınların biyolojik, politik ve kültürel faktörler nedeniyle daha yüksek risk altında olduklarını ifade etmektedir (Chauhan & Kumar, 2016; WHO, 2014; ACOG, 2016). Gelişmekte olan ülkelerin çoğunda kırsal kesimde yaşayan ailelerde su ihtiyacının sağlanmasında birincil sorumluluğun kadınlar ve özellikle kız çocuklarının üzerinde olduğu belirlenmiştir (Saunders & Warford, 1976; Nyemba vd., 2010). Kuraklık dönemlerinde, kadınlar ve çocuklar üzerindeki iş yükü önemli ölçüde artmaktadır. Kuraklık, yetersiz beslenme ve anemi gibi ciddi sağlık sorunlarının yanı sıra kadınların geçim kaynaklarının azalmasına neden olmaktadır (Algura, vd., 2021). Bu durum, sonuçta kadın yoksulluğunu arttırmaktadır. Su kıtlığı aynı zamanda su hasadı için daha fazla zaman harcanırken diğer geçim kaynağı faaliyetleri için daha az zaman harcanması anlamına gelir. Örneğin Hindistan'da kurak mevsimde, su sıkıntısı çeken bölgelerde, bir kadının günlük enerji harcamasının %30'unun veya daha fazlasının su hasadı için harcandığı tahmin edilmektedir (WHO, 2014).

**b) Eşit olmayan ekonomik durum:** Ekonomik kaynaklara eşit olmayan erişim ve kontrol kadın yoksulluğun önemli nedenlerinden biridir. Ayrımcı yasalar, gelenek ve töreler nedeniyle kadınların miras, arazi ve mülk edinme hakları kısıtlanarak gelir elde etmeleri engellenmektedir (UN Women, 2018b). Kadınların ekonomik kaynaklara erişim sorunu, yoksulluğun bir nedeni olmakla birlikte, yoksullukla mücadelenin önündeki engellerden de birini oluşturmaktadır (Altay & Aslanpay, 2016).

Diğer taraftan kadının, yasal sınırlamaların kaldırıldığı yerlerde de işgücü piyasasında karşı karşıya kaldığı ücret ve istihdam koşullarındaki eşitsizlikler ve ayrımcılık yoksulluktan kurtulmalarının önüne set çekmektedir. Ayrıca, kadın aile içi ücretsiz bakım rolü üstlenmesinden dolayı daha düşük bir ekonomik duruma sahiptir. Dünyada kadın istihdamında artış olmasına rağmen kadınlar çoğunlukla 5Cs olarak da tanımlanan the caring (bakım), catering (yiyecek-içecek hizmeti), cashiering (kasiyer), clerical (sekreterlik) ve cleaning (temizlik) gibi genellikle düşük ücretli ve yarı zamanlı işlerde çalışmaktadır (OECD, 2020). Bu durum kadınları ekonomik açıdan güçsüzleştirmektedir.

Dünya genelinde çalışanların %39'unu ve çalışma çağındaki nüfusun yarısını oluşturan kadınlar, 2019 yılı verilerine göre yönetici pozisyonlarının yalnızca %28'ini temsil etmektedir. Bu oranın, 2000 yılında %25 olduğu düşünüldüğünde ilerlemenin çok yavaş gerçekleştiği söylenebilir (UN, 2020).

**c) Hane içi yoksulluk:** Yoksul hanelerde yaşayan birçok kadın, çocuklarını ve/veya eşlerini korumak için yiyecek ve kıyafet gibi temel ihtiyaçlarını feda etme eğilimindedir. Bu nedenle, yoksul hanelerde yaşayan kadınlar, diğer aile üyelerine göre daha şiddetli bir yoksulluk ile karşı karşıya kalabilmektedir.

**d) Sosyal dışlanma:** Yoksulluk ve sosyal dışlanma birlikte yaşanan bir süreçtir. Yoksulluk genellikle bireyin kendine güvenini olumsuz yönde etkilediğinden yoksul kadınlar da genellikle sosyal ve politik faaliyetlere katılmayı göze alamamaktadırlar.

**e) Hükümet politikalarında kadına yönelik bakış açısının eksikliği:** Birçok hükümet yoksulluğu azaltmak için politikalar oluştursa da genellikle kadınların özel koşullarını ele almada başarısız olabilmektedir. Örneğin, erkeklerin yoksulluk riski, öncelikle işgücü piyasasına dahil edilmemeleriyle ilişkiyken, kadınların yoksullukları ise bakım rolleriyle bağlantılıdır. Bu nedenle de yoksulluğa çare olarak artan istihdam fırsatlarını vurgulayan politikalar, hanelerine bakan kadınları yoksulluktan kurtarmakta yeterli olmayabilmektedir (LCS, 2006). Kadın yoksulluğu ile mücadele politikalarının, kadınların yoksulluğu deneyimleme biçimlerini dikkate alması gerektiği söylenebilir. Bu kapsamda, kadın yoksulluğuna neden olan yoksunluk kaynakları ile ekonomik, sosyal ve politik yaşama katılımları önündeki engellerin kaldırılması esasına dayalı kamu politikaları önem arz etmektedir (Altay & Aslanpay, 2016).

**f) Kadınların karar vermeye katılımındaki eşitsizlikler:** Kadınların dünya çapında yasama meclisi sandalyelerindeki payı %23,4'tür ki bu oran temsilde kadınların sesinin kayda değer bir etki yapamayacak kadar zayıf olmasına neden olmaktadır (UN Women, 2018b).

## **SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA VE KADIN YOKSULLUĞU**

Niceliksel büyümeyi hedef alan klasik kalkınma anlayışının aksine, sosyal-ekonomik ve çevresel boyutları dikkate alan hem niceliksel hem de nitel gelişmeyi amaçlayan sürdürülebilir kalkınmaya ulaşmada kadın nüfusunun potansiyelinin yaşama aktarılmasının gerekliliği açıktır. Bu kapsamda, ekonomik krizden, çatışmalardan ve sağlık ve eğitim hizmetlerine erişimde yaşanan güçlüklerden iklim değişikliğine kadar birçok sorundan toplumdaki konumu ve üstlendiği roller gereği en fazla etkilenen kesim kadınlardır.

Dünya Ekonomik Forum'unda 149 ülkenin dahil olduğu 2018 raporuna göre, küresel toplumsal cinsiyet uçurumu % 68'dir. Uçurumun en yüksek olduğu alanlar, % 23 ile siyasi güçlenme ve % 58 ile ekonomik katılım ve fırsat alt endekslerindedir. Eğitime erişim ve sağlık alt endekslerinde ise oranlar sırasıyla % 95 ve % 96'dır (WEF, 2018).

Bununla birlikte, Dünya Bankası verilerine göre günümüzde ülkelerdeki gelir dağılımındaki eşitsizlik 25 yıl öncesinden daha yüksek bir seviyededir. Örneğin, 2009 yılında nüfusun en zengin % 1'i küresel servetin % 44'üne sahipken

2016 yılında bu oranın % 50'ye ulaştığı belirtilmektedir (UN Women, 2018b). Söz konusu ekonomik ve çevresel birçok olumsuz eğilimin özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerdeki kadın nüfusu üzerindeki etkisinin daha büyük olduğu bilinmektedir.

Daha öncede belirtildiği üzere, kadının hane içinde daha fazla üstlendiği bakım rolü, çalışma hayatında karşılaştığı cinsiyet ayrımcılığı, yönetimde ve siyasette yeterli yer bulamaması kadının güçlenmesini engellemekte ve kadın yoksulluğunu tetiklemektedir. “Yoksulluğun Kadınlaşması” kavramını ilk kez kullanan Pearce, yoksulluğu toplumsal cinsiyetin bir fonksiyonu olarak ifade etmiştir (Pearce, 1983).

2015 yılında 193 dünya liderleri tarafından onaylanan 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarından (SKA) üçü kadın yoksulluğunun ve cinsiyet ayrımcılığının giderilmesini içermektedir. Bunlar; SKA 1 “Her türlü yoksulluğun sona erdirilmesi”, SKA 5 “Cinsiyet eşitliğinin sağlanması ve kadınların güçlendirilmesi” ve SKA 10 “Ülkeleri içindeki ve arasındaki eşitsizliklerin azaltılması”dır. Günümüz ve gelecek nesiller için sürdürülebilir bir yaşamın anahtarı, tüm insanların haklarını eşit bir şekilde güvence altına alacak adaletin ve katılımın sağlanması ile mümkündür.

Bu doğrultuda, sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında hedeflenen amaçların başarısı kadın yoksulluğunun temel nedenlerinden biri olan toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin giderilmesine bağlıdır. Bu kapsamda, kadınların güçlenmesi için kadın yoksulluğuna neden olan etkenlerin ortaya konularak bunlara karşı hükümetlerin, sivil toplum örgütlerinin, kanaat önderlerinin ve ilgili tarafların kararlı politikalar yürütmesi elzemdir.

## **YÖNTEM**

Türkiye'nin sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşarak daha iyi bir gelecek inşa edebilmesinin önündeki engellerden biri de toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve buna bağlı olarak derinleşen kadın yoksulluğudur. Bu noktada, kadınların sahip olduğu bilgi, yetenek ve yaratıcılığın tümüyle yaşama aktarılabilmesinin önündeki engellerin ortadan kaldırılması gerekmektedir. Bu çalışma ile sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada toplumsal cinsiyet eşitsizliği ile kadın yoksulluğu arasındaki ilişkinin Türkiye ölçeğinde ortaya konulması hedeflenmektedir. Bu doğrultuda çalışmada; Birleşmiş Milletler tarafından geliştirilen Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği Endeksi'nde yer alan eğitime erişim, iş gücüne katılım ve kararlara katılımı gösteren parlamentoda temsil oranı ele alınarak Türkiye'deki durum analiz edilmiştir. Araştırma yöntemi olarak ikincil analiz tekniği kullanılmıştır. Verilerin analizinde ise tanımlayıcı istatistik yöntemlerinden yararlanılmıştır.

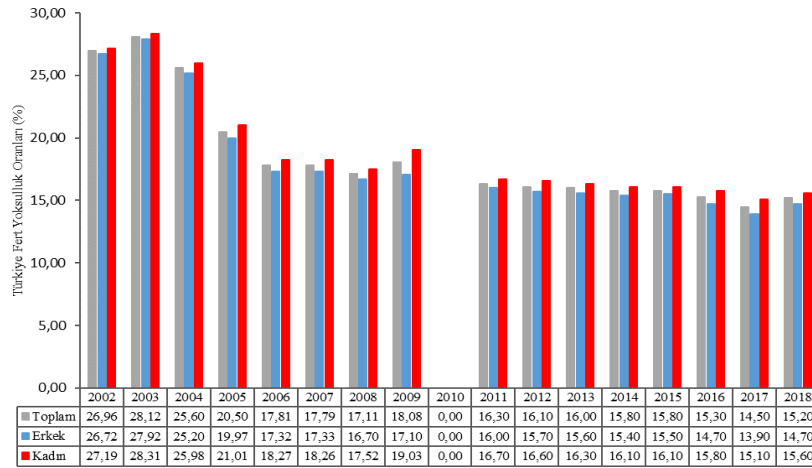
Araştırmanın kapsamını, kadınların sosyal ve ekonomik durumunu ortaya koymak amacıyla Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yayınlanan “İstatistiklerle Kadın” veri seti oluşturmaktadır. Araştırmanın en önemli kısıtı ise TÜİK'in veri setinin içeriğinde ve zamanında yaptığı değişiklikler nedeniyle bazı

verilerin güncel haline ulaşılabilmesidir. Bu kapsamda, araştırmada halihazırda yayınlanan en güncel veriler kullanılmıştır.

## BULGULAR VE TARTIŞMA

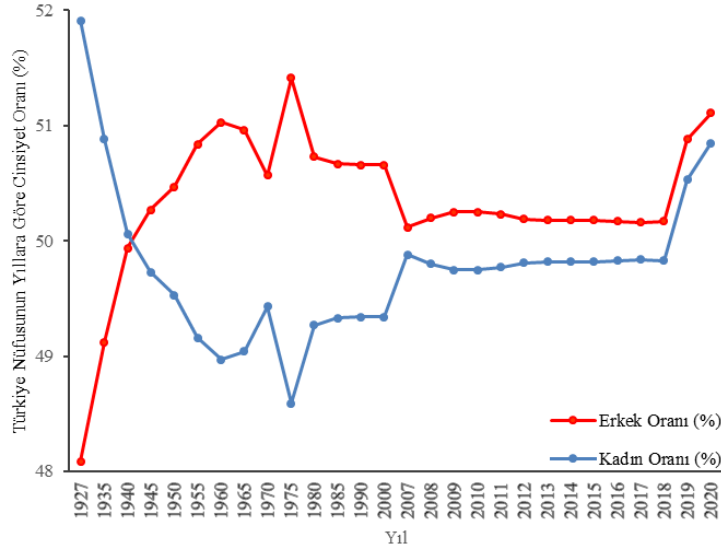
Toplam yoksulluğun içinde kadın yoksulluğunun mevcut durumunu ortaya koymak amacıyla Şekil 2’de yer alan TÜİK yoksulluk araştırması verileri değerlendirildiğinde; 2002 yılında % 26,96 olan kadın yoksulluğunun 2009 yılında (TÜİK tarafından güncel veriler henüz yayınlanmamıştır) %18,08’e gerilmesi olumlu bir durumdur. Diğer taraftan, kadın yoksulluğu oranının erkeklere oranla daha yüksek olması ve yıllar itibariyle yoksulluğun düşme eğiliminin daha az bir oranda gerçekleşmesi (erkeklerde yaklaşık %36’lık bir iyileşme meydana gelirken kadınlarda %30’luk bir iyileşme olmuştur) ise olumsuz bir göstergedir (TÜİK, 2009).

**Şekil 2: Türkiye Fert Yoksulluk Oranları (%)**



Kaynak: TÜİK, 2009; TÜİK, 2020a (TÜİK raporlarında 2010 yılına ait veri bulunmamaktadır.).

Demografik olarak da mevcut durumu ortaya koymak amacıyla nüfus verilerine bakıldığında (Şekil 3); kadın ve erkek nüfusunun %50 mertebelerinde birbirine oldukça yakın seyrettiği görülmektedir (TÜİK, 2017a). Ayrıca, 1927–1940 yılları arasında kadın nüfusu erkek nüfusundan yüksek iken 1945 yılından itibaren nüfustaki erkek oranının kadın oranını aştığı görülmektedir. 1927–1940 yılları arasındaki bu farklılıkta, I. Dünya Savaşında kaybedilen erkek nüfusun etkili olduğu tahmin edilmektedir.

**Şekil 3: Türkiye Nüfusunun Yıllara Göre Cinsiyet Oranı (%)**

Kaynak: TÜİK, 2020b.

Yaş gruplarına göre nüfus yapısı incelendiğinde ise (Tablo 1); 0-64 yaş aralığındaki her bir yaş grubunda kadın ve erkek nüfusları arasındaki oran erkek nüfusu lehine iken 65 üstünde ise kadınların lehine bir artış gözlenmektedir (TÜİK, 2020b).

**Tablo 1: Yaş Grubu ve Cinsiyete Göre Nüfus**

Yıl	Yaş grubu	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın
2015	Toplam	78 741 053	39 511 191	39 229 862	100,0	100,0	100,0
	0-14	18 886 220	9 695 191	9 191 029	24,0	24,5	23,4
	15-64	53 359 594	26 972 558	26 387 036	67,8	68,3	67,3
	65 +	6 495 239	2 843 442	3 651 797	8,2	7,2	9,3
2016	Toplam	79 814 871	40 043 650	39 771 221	100,0	100,0	100,0
	0-14	18 925 782	9 715 020	9 210 762	23,7	24,3	23,2
	15-64	54 237 586	27 409 238	26 828 348	68,0	68,4	67,5
	65 +	6 651 503	2 919 392	3 732 111	8,3	7,3	9,4
2017	Toplam	80 810 525	40 535 135	40 275 390	100,0	100,0	100,0
	0-14	19 033 488	9 769 101	9 264 387	23,6	24,1	23,0
	15-64	54 881 652	27 732 601	27 149 051	67,9	68,4	67,4
	65 +	6 895 385	3 033 433	3 861 952	8,5	7,5	9,6

<b>2018</b>	<b>Toplam</b>	82 003 882	41 139 980	40 863 902	100,0	100,0	100,0
	0-14	19 184 329	9 846 565	9 337 764	23,4	23,9	22,9
	15-64	55 633 349	28 123 283	27 510 066	67,8	68,4	67,3
	65 +	7 186 204	3 170 132	4 016 072	8,8	7,7	9,8
<b>2019</b>	<b>Toplam</b>	83 154 997	41 721 136	41 433 861	100,0	100,0	100,0
	0-14	19 212 345	9 859 547	9 352 798	23,1	23,6	22,6
	15-64	56 391 925	28 524 329	27 867 596	67,8	68,4	67,3
	65 +	7 550 727	3 337 260	4 213 467	9,1	8,0	10,2
<b>2020</b>	<b>Toplam</b>	83 614 362	41 915 985	41 698 377	100,0	100,0	100,0
	0-14	19 068 237	9 784 410	9 283 827	22,8	23,3	22,3
	15-64	56 592 570	28 617 683	27 974 887	67,7	68,3	67,1
	65 +	7 953 555	3 513 892	4 439 663	9,5	8,4	10,6

Kaynak: TÜİK, 2020b.

Tablo 2’de yer alan cinsiyete göre tamamlanan eğitim düzeyi verileri analiz edildiğinde ise genel olarak erkeklerin eğitim alma durumu kadınlardan daha yüksektir. İlkokul düzeyinde kadın mezuniyet oranı erkeklerden yüksek iken diğer tüm üst eğitim seviyelerinde kadınların oranı düşüktür. Eğitime erişimdeki eşitsizlik durumunun kadın yoksulluğunun önemli nedenlerden biri olduğu göz önüne alındığında bu durumun iyileştirilmesi gerekmektedir. 2017 yılı itibariyle dünya genelindeki duruma baktığımızda da kadınların erkeklere oranla eğitim alma oranları düşüktür. Kadın aleyhine farkın en yüksek olduğu bölgeler ise Orta Doğu, Afrika, Sahra Altı Afrika ve Güney Asya’dır (World Bank, 2019).

**Tablo 2: Cinsiyete Göre Tamamlanan En Son Eğitim Seviyesi (% , 25+ yaştaki nüfus)**

Yıl	Toplam	Okur-Yazar Olmayan	Okuryazar Olup Bir Okul Bitirmeyen	İlk-okul	İlk-öğretim	Orta-Okul ve Dengi	Lise ve Dengi	Yüksek-okul ve Fakülte	Yüksek Lisans/ Doktora	Bilinmeyen
<b>Erkek</b>										
1975	100	29,1	12,6	45,2	-	4,5	5,2	3,0	-	0,3
1980	100	24,8	10,7	46,7	-	5,4	6,6	5,7	-	0,1
1985	100	16,3	9,2	53,0	-	6,4	9,0	6,0	-	0,1
1990	100	13,2	5,7	54,9	-	7,9	10,8	7,3	-	0,1
2000	100	7,0	5,3	50,3	-	11,2	16,0	10,2	-	0,0
2008	100	4,9	5,4	46,4	1,1	9,8	20,3	11,1	1,1	-
2009	100	4,4	4,8	45,8	1,8	9,3	20,8	11,9	1,1	-
2010	100	3,3	4,1	35,0	11,2	9,9	22,5	12,6	1,2	-
2011	100	2,5	4,0	32,6	13,8	8,5	23,2	13,9	1,2	-
2012	100	2,1	4,1	31,5	14,4	8,3	23,6	14,5	1,2	-
2013	100	2,0	4,1	30,2	15,2	8,0	23,0	15,7	1,3	-
2014	100	1,9	3,8	28,4	14,3	9,6	23,6	16,5	1,3	-
2015	100	1,8	3,5	27,5	13,7	9,6	23,7	18,1	1,3	-



2016	100	1,6	3,2	25,1	15,1	10,3	23,6	18,8	1,3	-
2017	100	1,5	3,0	24,1	15,8	10,0	23,9	19,0	1,3	-
2018	100	1,3	2,7	22,0	16,7	10,3	24,6	19,6	1,3	-
2019	100	1,2	2,4	20,5	13,1	14,3	25,4	20,1	1,3	-
<b>Kadın</b>										
1975	100	65,6	5,1	23,9	-	2,1	2,5	0,7	-	0,1
1980	100	62,4	5,6	24,7	-	2,2	3,5	1,6	-	0,0
1985	100	45,9	8,4	36,1	-	2,8	4,9	1,8	-	0,1
1990	100	40,2	5,6	41,6	-	3,6	6,1	2,8	-	0,1
2000	100	27,4	7,5	45,2	-	5,3	9,1	5,4	-	0,1
2008	100	19,4	8,0	45,9	0,8	5,3	13,1	7,0	0,7	-
2009	100	18,0	7,3	46,7	1,2	5,1	13,3	7,7	0,7	-
2010	100	14,6	7,5	42,1	6,4	5,8	14,5	8,1	0,7	-
2011	100	11,8	8,5	40,7	8,4	5,3	15,0	9,1	0,7	-
2012	100	10,3	9,4	40,0	9,0	5,2	15,3	9,8	0,7	-
2013	100	9,7	9,5	38,9	9,7	5,1	14,9	11,0	0,8	-
2014	100	9,4	9,2	37,2	9,5	6,2	15,3	11,9	0,8	-
2015	100	9,1	8,9	36,2	9,3	6,0	15,7	13,3	0,8	-
2016	100	8,6	8,6	33,9	10,4	7,1	15,8	14,2	0,8	-
2017	100	8,1	8,3	33,0	11,1	6,9	16,0	14,7	0,9	-
2018	100	7,6	8,0	30,9	12,2	7,3	16,5	15,5	0,9	-
2019	100	6,9	7,4	29,4	9,7	10,7	17,5	16,3	0,9	-

Kaynak: TÜİK, 2020c.

Eğitim durumuna göre fert yoksulluk oranlarına baktığımızda ise (Tablo 3), en yüksek yoksulluğun okuma yazma bilmeyen-okula gitmeyenlerde olduğu ve 2002 yılından 2009 yılına kadar olan yoksulluk seyrinde üniversite mezunu kadınlar dışında kalan gruptakilerdeki azalmanın erkeklere göre daha az oranda gerçekleştiği görülmektedir (TÜİK, 2009).

**Tablo 3: Bireylerin Eğitim Durumuna Göre Yoksulluk Oranları (% , 2002-2009)**

Yıl	Cinsiyet	Okur-Yazar Değil veya Bir Okul Bitirmeyen	İlkokul	İlköğretim	Ortaokul	Lise ve Dengi Meslek Lisesi	Yüksek-okul
2002	<b>Toplam</b>	36,99	26,13	26,37	18,77	9,82	1,57
	Erkek	37,68	28,06	28,40	19,49	10,99	1,22
	Kadın	36,54	24,33	24,10	17,38	8,24	2,12
2003	<b>Toplam</b>	38,01	27,55	29,56	18,31	11,19	2,66
	Erkek	38,37	29,81	29,13	19,66	12,27	3,04
	Kadın	37,76	25,47	29,98	16,03	9,73	2,05
2004	<b>Toplam</b>	37,52	24,36	25,49	13,00	8,28	1,33
	Erkek	36,94	27,50	25,37	14,95	9,69	1,57
	Kadın	37,92	21,55	25,60	9,45	6,39	0,93
2005	<b>Toplam</b>	31,53	17,13	22,42	8,37	6,79	0,79
	Erkek	30,94	19,92	21,79	9,72	7,98	0,83
	Kadın	31,92	14,51	23,02	5,62	5,14	0,72
2006	<b>Toplam</b>	28,10	14,19	18,06	8,07	5,20	1,01
	Erkek	27,73	16,52	16,47	9,69	6,06	1,28
	Kadın	28,34	12,05	19,66	4,89	4,05	0,56
2007	<b>Toplam</b>	28,98	14,24	19,19	9,16	5,88	0,81
	Erkek	29,13	15,87	19,79	11,06	7,05	0,97
	Kadın	28,88	12,68	18,55	5,57	4,09	0,53
2008	<b>Toplam</b>	30,50	13,44	17,20	8,34	5,64	0,71

	Erkek	30,77	15,91	18,67	9,85	6,00	0,88
	Kadın	30,31	11,22	15,66	5,78	5,11	0,43
2009	<b>Toplam</b>	29,84	15,34	17,77	9,76	5,34	0,71
	Erkek	30,34	16,86	17,19	10,89	5,71	0,92
	Kadın	29,52	13,83	18,39	7,82	4,76	0,40

Kaynak: TÜİK, 2009.

TÜİK 2010 yılı verisini yayınlamış ve 2011 yılı sonrasında ise veri setinde yer alan değişkenleri değiştirmiştir (Tablo 4).

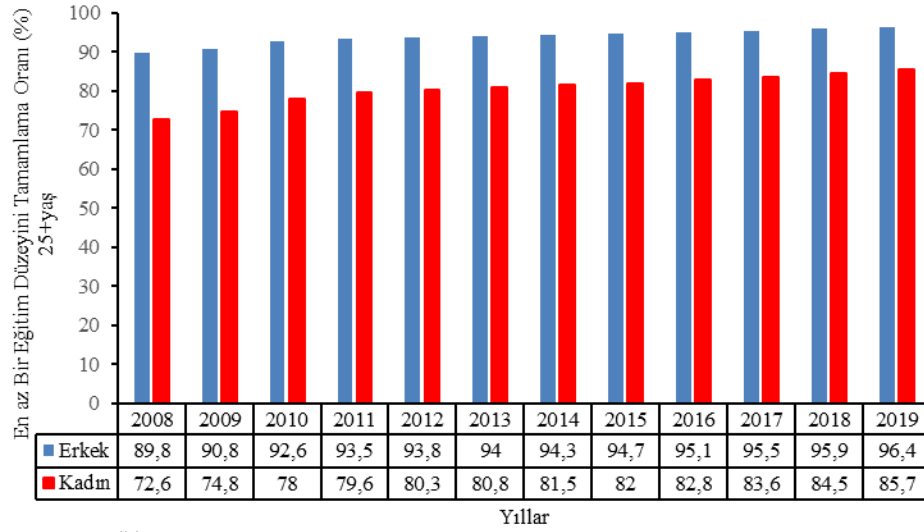
**Tablo 4: Fertlerin Eğitim Durumuna Göre Yoksulluk Oranları (% , 2011-2018)**

Yıl	Cinsiyet	Toplam	Okur-Yazar Olmayanlar	Bir Okul Bitirmeyenler	Lise Altı Eğitimliler	Lise ve Dengi Okul Mezunları	Yükseköğretim Mezunları
2011	<b>Toplam</b>	16,3	38,4	35,8	20,0	8,9	2,0
	Erkek	16,0	49,0	41,0	21,8	10,1	2,3
	Kadın	16,7	36,3	33,0	18,1	7,2	1,5
2012	<b>Toplam</b>	16,1	39,1	33,8	20,0	9,3	1,9
	Erkek	15,7	47,6	38,9	21,9	10,2	1,7
	Kadın	16,6	37,4	31,2	17,9	7,9	2,2
2013	<b>Toplam</b>	16,0	37,5	33,5	20,0	9,1	2,7
	Erkek	15,6	47,8	38,4	21,8	10,2	2,5
	Kadın	16,3	35,5	30,9	18,1	7,7	3,0
2014	<b>Toplam</b>	15,8	38,1	34,2	19,6	9,3	2,2
	Erkek	15,4	46,9	40,9	21,2	10,3	2,1
	Kadın	16,1	36,4	30,5	17,7	7,9	2,3
2015	<b>Toplam</b>	15,8	36,3	34,1	20,3	10,2	2,7
	Erkek	15,5	45,5	40,0	21,9	10,9	2,5
	Kadın	16,1	34,4	30,9	18,5	9,2	2,9
2016	<b>Toplam</b>	15,3	35,3	33,5	19,6	10,4	3,2
	Erkek	14,7	42,8	37,8	20,7	11,0	2,9
	Kadın	15,8	33,8	31,1	18,4	9,5	3,4
2017	<b>Toplam</b>	14,5	35,1	30,9	18,5	9,6	3,3
	Erkek	13,9	40,9	37,5	19,5	9,8	3,1
	Kadın	15,1	34,0	27,4	17,5	9,3	3,5
2018	<b>Toplam</b>	15,2	36,2	33,2	19,8	10,3	3,7
	Erkek	14,7	43,2	39,8	21,1	10,3	3,6
	Kadın	15,6	35,0	29,8	18,4	10,3	3,7

Kaynak: TÜİK, 2018a.

En azından bir eğitim düzeyini tamamlama oranının verildiği Şekil 4’de yer alan veriler doğrultusunda kadınların erkeklerden daha düşük bir yüzdeye sahip olması olumsuz bir durum iken yıllar itibariyle eğitim oranında artma eğiliminin görülmesi olumlu bir gelişmedir.

**Şekil 4. Cinsiyete Göre En Az Bir Eğitim Düzeyini Tamamlayanların Oranı (% , 25 + yaş)**



Kaynak: TÜİK, 2020c.

İlk, orta ve yükseköğretime kayıtlı olanların cinsiyet eşitliği endeksinin 2007–2017 yılları aralığındaki eğilimi incelendiğinde; ilköğretim için 2013’e kadar kadınlar lehine bir gelişim görülürken, daha sonraki yıllarda düşüş olduğu; orta ve yükseköğretim için ise 2007’den itibaren düzenli olarak cinsiyet eşitliğine yönelik bir artış eğilimi olduğu görülmektedir ki bu durum olumludur (Tablo 5).

**Tablo 5: İlköğretim, Ortaöğretim ve Yükseköğretim Düzeylerinde Kayıtlı Olanların Cinsiyet Eşitliği Endeksi**

Yıl	İlk- öğretim	Orta- öğretim	Yüksek- öğretim	Yıl	İlk- öğretim	Orta- öğretim	Yüksek- öğretim
2007	0,964	0,858	0,880	2014	1,018	0,954	0,902
2008	0,979	0,890	0,801	2015	1,019	0,956	0,905
2009	0,989	0,886	0,834	2016	1,009	0,943	0,964
2010	1,00	0,897	0,862	2017	1,009	0,933	0,933
2011	1,00	0,933	0,874	2018	1,008	0,938	0,963
2012	1,01	0,94	0,881	2019	1,010	0,945	0,989
2013	1,02	0,95	0,892				

Kaynak: TÜİK, 2020c.

Kadınların işgücüne katılımı sürdürülebilir kalkınmanın önemli bileşenlerinden biri olmasına karşın Tablo 6'dan da görüleceği üzere erkek nüfusuna göre oranı 2 kat daha azdır (TÜİK, 2020a). Bu durum kadın yoksulluğunu tetikleyen önemli bir faktördür. Söz konusu bu olumsuz tablo kadının işgücüne katılımının önündeki sosyal, hukuki ve idari engellerin kaldırılması için gerekli olan adımların yeterli düzeyde atılmadığının bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Dünya ortalamasına bakıldığında ise 2017 yılı itibarıyla kadın nüfusunun % 62'si ekonomik hayata katılabilirken erkeklerde bu oran % 73'tür (World Bank, 2019).

**Tablo 6: Cinsiyete Göre İşgücüne Katılma Oranı (15+, %)**

Yıl	İşgücüne Katılma Oranı		Yıl	İşgücüne Katılma Oranı	
	Kadın	Erkek		Kadın	Erkek
1988	30,2	69,8	2005	25,6	74,4
1989	31,4	68,6	2006	26,0	74,0
1990	30,6	69,4	2007	23,6	69,8
1991	30,2	69,8	2008	24,5	70,1
1992	29,4	70,6	2009	26,0	70,5
1993	25,9	74,1	2010	27,6	70,8
1994	28,9	71,1	2011	28,8	71,7
1995	28,8	71,2	2012	29,5	71,0
1996	28,7	71,3	2013	30,7	69,3
1997	27,6	72,4	2014	30,3	71,3
1998	28,0	72,0	2015	31,5	71,6
1999	28,7	71,3	2016	32,5	72,0
2000	26,8	73,2	2017	33,6	72,5
2001	27,5	72,5	2018	34,2	72,7
2002	28,4	71,6	2019	34,4	72,0
2003	27,7	72,3	2020	30,9	68,2
2004	25,7	74,3			

Kaynak: TÜİK, 2020d.

İş gücüne katılımı eğitim durumunun etkisi incelendiğinde; yükseköğretim mezunu kadınların ekonomik hayata daha entegre olduğu görülürken düşük eğitim seviyesinde bu durum tersine bir eğilimdedir (Tablo 7). Bu durum toplumsal ekonomik refaha ulaşmada nüfusun yaklaşık %50'sini oluşturan kadınların eğitiminin önemini bir kez daha vurgulamaktadır.

**Tablo 7: Eğitim Durumuna Göre İşgücü Durumu (%)**

Yıl		İşgücüne Katılım Oranı					
		Toplam	Okuryazar Olmayanlar	Lise Altı Eğitimliler	Lise	Mesleki veya Teknik Lise	Yüksek-Öğretim
2014	Toplam	50,5	19,1	47,8	53,5	65,0	79,2
	Erkek	71,3	33,6	68,9	71,0	80,4	85,0
	Kadın	30,3	16,0	25,8	31,9	39,8	71,3
2015	Toplam	51,3	18,6	48,1	54,1	65,4	79,8
	Erkek	71,6	30,9	68,8	71,3	81,1	86,2
	Kadın	31,5	16,1	26,6	32,7	40,8	71,6
2016	Toplam	52,0	17,8	48,4	54,4	65,9	79,7
	Erkek	72,0	30,4	68,9	71,2	81,6	86,4
	Kadın	32,5	15,2	27,2	33,6	41,4	71,3
2017	Toplam	52,8	18,8	48,9	54,8	66,1	80,2
	Erkek	72,5	32,4	69,3	71,6	81,0	81,0
	Kadın	33,6	15,9	27,7	34,3	42,6	42,6
2018	Toplam	53,2	18,6	49,1	55,3	66,1	79,5
	Erkek	72,7	31,4	69,3	72,3	81,1	86,1
	Kadın	34,2	16,1	28,2	34,7	42,7	71,6
2019	Toplam	53,0	18,2	48,3	54,2	65,1	79,3
	Erkek	72,0	32,1	68,1	71,3	80,8	85,8
	Kadın	34,4	15,4	28,0	34,1	42,2	71,5

Kaynak: TÜİK, 2018b; TÜİK, 2020c.

Cinsiyet bağlamında sektörel bazda çalışma durumu incelendiğinde (Tablo 8); kadınların başta hizmet sektörü olmak üzere tarım sektöründe yoğunlukla çalıştıkları görülmektedir (TÜİK, 2018b).

**Tablo 8: Ekonomik Faaliyetlere ve Cinsiyete Göre İstihdamın Dağılımı (%)**

Yıl	Ekonomik Faaliyetler								
	Tarım			Sanayi			Hizmet		
	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın
2007	23,5	16,8	42,7	26,7	30,4	16,1	49,8	52,8	41,2
2008	23,7	17,1	42,1	26,8	30,8	15,7	49,5	52,1	42,3
2009	24,6	18,1	41,6	25,3	29,1	15,3	50,1	52,7	43,1
2010	25,2	18,3	42,4	26,2	30,3	15,9	48,6	51,4	41,7
2011	25,5	18,7	42,2	26,5	31,1	15,2	48,1	50,3	42,6
2012	24,6	18,4	39,3	26,0	30,7	14,9	49,4	50,9	45,8
2013	23,6	17,8	37,0	26,4	31,1	15,3	50,0	51,0	47,7
2014	21,1	16,1	32,9	27,9	32,4	17,1	51,0	51,5	50,0
2015	20,6	15,9	31,4	27,2	32,0	16,2	52,2	52,1	52,5
2016	19,5	15,5	28,7	26,8	31,6	15,9	53,7	53,0	55,4
2017	19,4	15,4	28,3	26,5	31,4	15,6	54,1	53,2	56,1

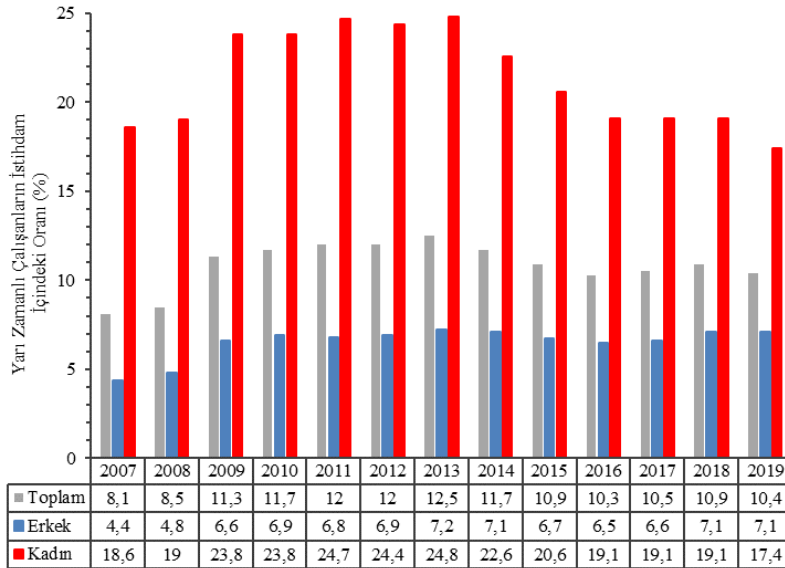
Kaynak: TÜİK, 2018b.

Dünyada ise 2017 yılı rakamlarıyla kadınların %55'i hizmet, %28'i tarım ve %17'si sanayi sektöründe istihdam edilirken erkek nüfusunun %45'i hizmet, %29'u

tarım ve %27'si sanayi sektöründe istihdam edilmektedir (World Bank, 2019). Ücretlerin daha yüksek olduğu sanayi sektöründe ise erkeklerin oranı kadınların oranından yaklaşık olarak iki kat daha fazladır. Söz konusu bu durumda daha düşük ücretlerin olduğu tarım ve hizmet sektörlerinde kadınların istihdamının yüksek olması kadın yoksulluğunu arttırmaktadır.

Kadın yoksulluğun nedenlerinden bir diğeri de bakım rolünü üstlenen kadının yarı zamanlı çalışma şeklidir. Türkiye'de kadınların yarı zamanlı çalışma ortalaması erkeklerden yaklaşık olarak 4 kat daha fazladır. Bu bağlamda, söz konusu yarı zamanlı çalışma oranı 2007'de %18,6 iken 2013'de %24,8 ile en yüksek seviyesine ulaşmış ve 2016 yılında %19,1'e düşmüştür (Şekil 5). Bu seyrinde yaşanan ekonomik krizlerin de etkili olduğu düşünülmektedir ki krizlerden en fazla etkilenen kadın çalışanların olduğu söylenebilir.

**Şekil 5: Cinsiyete Göre Yarı-Zamanlı Çalışanların İstihdam İçindeki Oranı (%)**



Kaynak: TÜİK, 2017b; TÜİK, 2020c.

Kadınların işgücü piyasasına erkeklerden daha az erişimi vardır ve çalışırken daha az kazanırlar (Oostendorp, 2010; World Bank, 2012). Kadın istihdamına getirilen kısıtlamalarda; genel veya belirli sektörlerde kadın istihdamını sınırlayan normların, yüksek doğurganlık ve düşük ücretlerin rol oynadığı görülmektedir (Goldin, 1994; World Bank, 2012). Kayıtlı istihdamda kadınların payı ağırlıklı olarak Doğu ve Güneydoğu Asya'da olduğu gibi nispeten yüksek olsa bile kadınlara erkeklerden önemli ölçüde daha az ücret verilmektedir. Bilim insanları bu ücret farklılığının, eğitim ve deneyim gibi işçi özellikleriyle açıklanamayacağını belirtmektedirler (Klasen vd., 2013).

Toplumsal cinsiyetin tezahürlerinden birisi olarak ücret eşitsizliğinin kadın yoksulluğunda etkisi olduğu göz önüne alındığında Türkiye’de aynı eğitim seviyesine göre kadınların erkeklerden daha az bir ücrete çalıştıkları ve en yüksek farkın da yüksekokul ve üstü grupta yer alanlar arasında olduğu görülmektedir (Tablo 9). Bu durum, kadın ve erkek nüfusu arasındaki eşitsizlikleri büyütmektedir.

**Tablo 9: Eğitim Durumuna ve Cinsiyete Göre Aylık Ortalama Brüt Ücret ve Yıllık Ortalama Brüt Kazanç**

Eğitim Durumu	Aylık Ortalama Brüt Ücret (TL)				Yıllık Ortalama Brüt Kazanç (TL)			
	2006	2010	2014	2018	2006	2010	2014	2018
<b>Yıl</b>								
<b>Kadın</b>	1.091	1.519	2.188	3.766	14.036	19.728	27.974	46.208
İlkokul ve altı	650	874	1.289	2.388	8.159	11.065	15.748	29.500
İlköğretim ve ortaokul	640	870	1.318	2.423	8.064	10.949	15.981	30.049
Lise	870	1.177	1.576	2.690	11.182	15.049	19.760	33.717
Meslek lisesi	944	1.336	1.851	3.132	11.990	17.109	22.842	38.096
Yüksekokul ve üstü	1.837	2.380	3.470	5.090	23.899	31.437	45.483	62.051
<b>Erkek</b>	1.107	1.510	2.215	4.050	14.316	19.683	27.775	50.297
İlkokul ve altı	784	1.066	1.594	3.012	9.952	13.526	19.417	37.143
İlköğretim ve ortaokul	788	1.061	1.562	2.912	9.999	13.505	19.081	36.195
Lise	943	1.317	1.755	3.140	12.042	16.907	21.758	39.344
Meslek lisesi	1.298	1.649	2.373	4.331	17.312	22.195	29.561	54.970
Yüksekokul ve üstü	2.231	2.842	4.296	6.319	29.258	37.878	55.633	78.041

Kaynak: TÜİK, 2014; TÜİK, 2018b.

2010 yılı meslek ana grupları bazında ücret farklılıkları değerlendirildiğinde yalnızca yönetici kadınlar erkeklerden yıllık ortalama olarak %7,3 daha fazla kazanmaktadır. Daha çok erkek işleri olarak nitelendirilen operatörlük mesleğinde ise kadınlar oldukça dezavantajlı durumdadır. Hekimlik, avukatlık gibi profesyonel meslek gruplarındaki ücret farkı da oldukça yüksektir. Ücret farkının en düşük seviyede olduğu alan büro hizmetleridir (Tablo 10).

**Tablo 10: Meslek Ana Grubuna Göre Cinsiyete Dayalı Ücret Farkı (2010 Yılı)**

Meslek Ana Grubu	Yıllık Ortalama Brüt Ücret (TL)			Cinsiyete Dayalı Ücret Farkı (%)
	Toplam	Erkek	Kadın	
Yöneticiler	43.825	43.073	46.201	-7,3
Profesyonel meslek mensupları	31.520	34.549	27.861	19,4
Teknisyenler, teknikerler ve yardımcı profesyonel meslek mensupları	22.082	22.536	20.865	7,4
Büro hizmetlerinde çalışan elemanlar	18.875	19.383	18.203	6,1
Hizmet ve satış elemanları	12.922	13.167	12.188	7,4
Sanatkarlar ve ilgili işlerde çalışanlar	15.278	15.586	13.004	16,6
Tesis ve makine operatörleri ve montajcılar	13.336	13.851	10.518	24,1
Nitelik gerektirmeyen meslekler	12.075	12.449	10.713	13,9

Kaynak: TÜİK, 2014.

TÜİK kazanç araştırmasında veri setini değiştirdiğinden Tablo 11 verilmiştir.

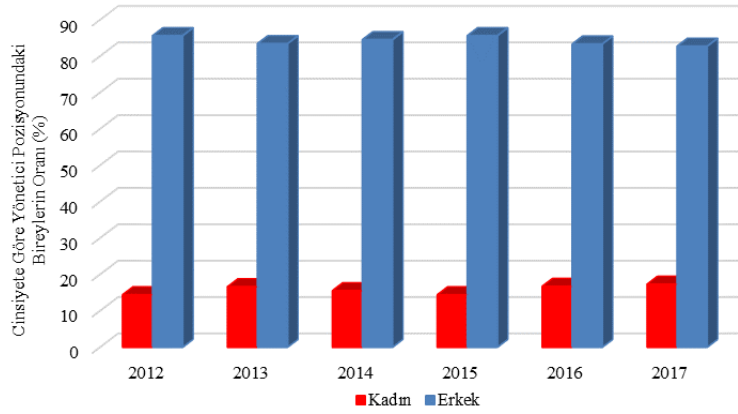
**Tablo 11: Meslek Ana Grubuna Göre Cinsiyete Dayalı Ücret Farkı (2018 Yılı)**

Meslek Ana Grubu	Aylık Ortalama Brüt Ücret (TL)		Cinsiyete Dayalı Ücret Farkı TL
	Erkek	Kadın	
Yöneticiler	9.955	9.345	610
Profesyonel meslek mensupları	6.545	5.330	1.215
Teknisyenler, teknikerler ve yardımcı profesyonel meslek mensupları	5.147	4.289	858
Büro hizmetlerinde çalışan elemanlar	3.831	3.346	485
Hizmet ve satış elemanları	2.854	2.559	295
Nitelikli tarım, ormancılık ve su ürünleri çalışanları	3.263	2.412	851
Sanatkarlar ve ilgili işlerde çalışanlar	3.275	2.486	789
Tesis ve makine operatörleri ve montajcılar	3.403	2.499	904
Nitelik gerektirmeyen meslekler	2.724	2.447	277

Kaynak: TÜİK, 2018b.

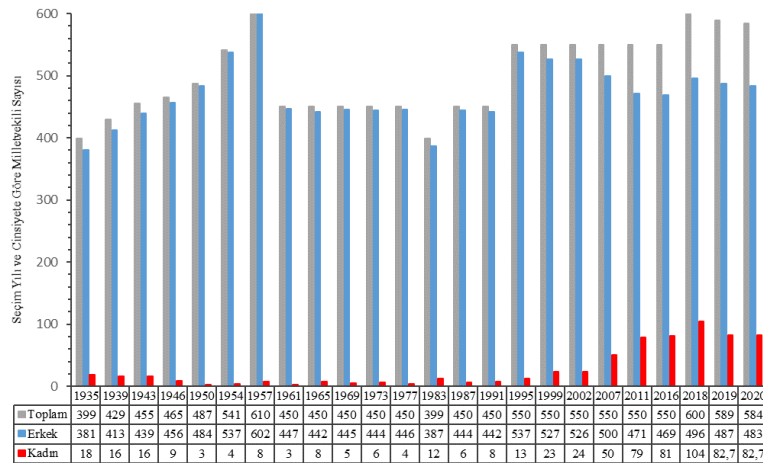
Yukarıda yer alan Tablo 11’de yönetici olarak çalışan kadınların erkeklerden yüksek ücret aldığı verisi doğrultusunda bu pozisyonda çalışan kadınların oranı incelendiğinde oranların kadınların aleyhine olduğu görülmektedir (Şekil 6). Kadınların erkeklerden 5 kat daha az olarak yönetici pozisyonunda istihdam edilmesinin çalışma yaşamında cinsiyet ayrımcılığının göstergelerinden biri olduğu söylenebilir (TÜİK, 2018b).



**Şekil 6: Cinsiyete Göre Yönetici Pozisyonundaki Bireylerin Oranı (%)**

Kaynak: TÜİK, 2018b.

Kadınların karar alma mekanizmalarında yer alması güçlenmeleri ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması açısından çok önemlidir. Özellikle sürdürülebilir kalkınmanın çevresel sürdürülebilirlik boyutu açısından parlamentodaki kadın oranının daha yüksek olduğu ülkelerin, diğer ülkelerdekinden daha fazla oranda çevre anlaşmalarını onaylamaya eğilimli olduğu ve hükümetin çevre koruma faaliyetlerinde daha etkin olduğu belirtilmektedir (Norgaard & York, 2005; Nugent & Shandra, 2009). Türkiye’de kadın milletvekili oranını gösteren Şekil 7 değerlendirildiğinde 1935’te %4,5 iken ilerleyen yıllarda önemli azalmalar olduğu özellikle 1950–1960-1970’li yıllarda temsil oranında ciddi gerilemelerin yaşandığı görülmektedir. 1999 yılında başlayan yükselme eğilimi %17,4 ile 2018 yılında pik seviyesine ulaşmıştır.

**Şekil 7: Seçim Yılı ve Cinsiyete Göre Milletvekili Sayısı**

Kaynak: TBMM, 2018; TÜİK, 2020c.

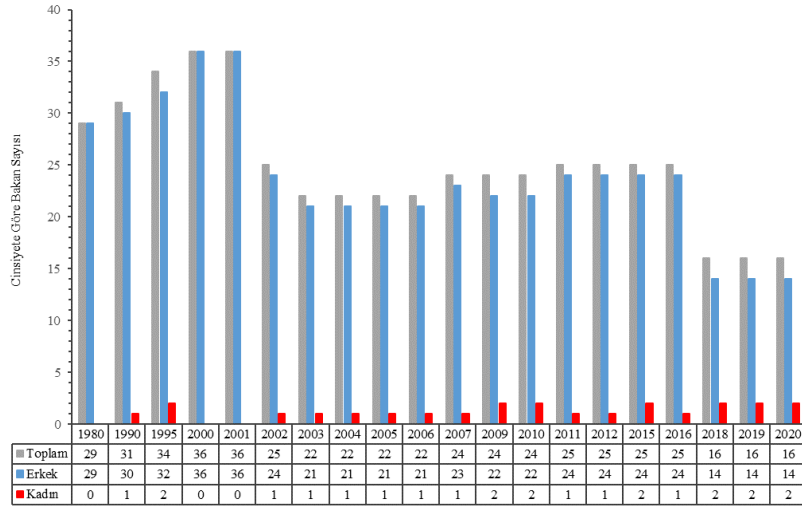
Dünyadaki duruma bakıldığında; Birleşmiş Milletler Kadın Birimi'nin açıkladığı "Siyasette Kadın 2020" raporuna göre 01.01.2020 tarihi itibarıyla kadın parlamenterlerin dünya ortalaması % 24,9'dur. Dünya sıralamasında 122. sıra ile Türkiye'nin yeri ise oldukça gerilerde yer almaktadır (IPU & UN Women, 2021).

Türkiye'deki kadın bakan sayısı ise 2016 yılında % 4 iken 2018 yılında toplam bakan sayısının düşmesi nedeniyle % 12,5'e çıktığı görülmektedir (Şekil 8; TBMM, 2018; TÜİK, 2020c). 01 Ocak 2020 itibarıyla dünya genelindeki kadın bakan sayısı % 21,3 oranıyla 851'dir (toplam 4003 bakan vardır). Dünya sıralamasında iki bakan (% 11,8) ile Türkiye 137. sırada yer almaktadır. Bu tabloya karşın % 66,7 kadın bakan oranıyla İspanya dünyada birinci sıradadır (IPU & UN Women, 2021). Türkiye'de, kadın bakan sayısının yıllar itibarıyla temsili olarak 2'yi aşmaması geride bırakıldığının açık bir göstergesidir.

Türkiye'nin parlamentodaki kadın temsil oranı ve bakan sayısının dünya ortalamasının oldukça altında olması sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin başarılmasında dolayısıyla kadın yoksulluğu ile mücadelede yeterli adımların atılmadığının önemli bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Kadınların siyasi açıdan güçlenmesi ve her seviyedeki liderlik pozisyonuna eşit bir biçimde ulaşılabilmesi sürdürülebilir kalkınma ve daha birleştirici bir dünya için esastır (UN Women, 2017).

**Şekil 8: Cinsiyete Göre Bakan Sayısı**



Kaynak: TBMM, 2018; TÜİK, 2020c.

Yapılan analizlerle paralel olarak Türkiye'deki toplumsal cinsiyet ayrımcılığının boyutunu görmek adına Dünya Ekonomik Formu tarafından yayınlanan 2018 yılı Küresel Cinsiyet Uçurumu Endeksi (GGGI) rakamlarına bakıldığında; Türkiye'nin 0,628 değeri ile 149 ülke arasında 130. sırada yer almaktadır (WEF, 2018). Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı'nın hazırladığı

Cinsiyet Eşitsizliği İndeksi'nde (GII) ise 0,317 değeri ile 189 ülke arasında 64. sıradadır (UNDP, 2018). Bu sonuçlar, Türkiye'nin toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlama ve kadın yoksulluğunu önlemede daha etkin politikaları uygulaması gerektiğini göstermektedir.

## **SONUÇ**

Sürdürülebilir bir yaşamın önündeki küresel iklim değişikliği, kirlilik, yoksulluk, açlık, enerji açığı, tür kayıpları, eşitsizlikler, nitelsiz eğitim, temiz su ve gıdaya erişememek gibi birçok ekonomik, çevresel ve sosyal sorunların çözümünde sürdürülebilir kalkınma modeli öngörülmektedir. İnsanlığın bugün yaptığı seçimlerin geleceğin dünyasını şekillendireceği farkındalığıyla daha yaşanabilir ve iyi bir dünya kurma amacıyla ilerleyen sürdürülebilir kalkınma anlayışının ilerleme haritasının temelinde hiç kimseyi geride bırakmamak vardır. Bu doğrultuda, toplumdaki dezavantajlı konumu ile toplumsal cinsiyet eşitsizliğini ve yoksulluğu derinden yaşayan kadınların güçlenmesi kritik önemdedir. Türkiye özelinde kadın yoksulluğunun sürdürülebilir kalkınmaya etkisinin incelendiği bu çalışmada; Birleşmiş Milletler tarafından geliştirilen Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği Endeksi'nde de yer alan eğitime erişim, iş gücüne katılım ve parlamentoda temsil oranları bakımından mevcut durum analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlar ise şöyledir;

- Kadınların eğitim alma durumu erkeklere göre düşüktür.
- İlköğretim düzeyinde cinsiyet eşitliği açısından 2010–2017 yıllarında kadınlar lehine bir durum söz konusu iken orta ve yükseköğretimde erkekler lehinedir. Bu sonuç daha iyi iş ve yaşam imkanlarına sahip olma açısından kadınların pozisyonunu olumsuz etkilemektedir.
- Kadınların işgücüne katılım oranları erkeklerin katılım oranlarından yaklaşık olarak 2 kattan daha düşüktür. Eğitim durumuna göre işgücüne katılım durumunda ise en dezavantajlı grup lise altı eğitilmiş kadınlar iken aradaki farkın en az olduğu grup yükseköğretimden mezun olanlardır. Bu sonuç, eğitim seviyesi arttıkça kadınların ekonomik olarak güçlendiklerini göstermektedir.
- Sektörel bazda istihdam durumuna göre de yine kadınların imalat sektörüne göre daha az kazanç getiren tarım ve hizmet sektöründe istihdam edildiği bulunmuştur.
- Diğer önemli bir sonuç ise kadının yarı zamanlı çalışma şeklidir. Ortalama olarak erkeklerden 4 kat daha fazla oranda yarı zamanlı çalışan kadınların bu durumu dezavantajlı konumunun devam etmesinde önemli bir etkendir.
- Aynı eğitim düzeyine göre kadınlar erkeklere kıyasla daha düşük ücretle çalışmaktadır ve aradaki farkın en fazla olduğu grup ise yükseköğretim ve üstüdür.
- Meslek grupları açısından yalnızca yönetici pozisyonunda çalışanların erkeklerden daha fazla kazandığı, hekimlik ve avukatlık gibi profesyonel mesleklerdeki ücret farkının ise en yüksek olduğu görülmektedir.

- Yönetici pozisyonunda çalışan kadınların oranı erkeklerden 5 kat daha az olmasına rağmen daha yüksek ücret almaktadırlar. Bu durum, kadınların yönetici pozisyonunda erkeklere göre daha başarılı olduğunun bir göstergesidir.
- Kararlara katılım gösteren kadın milletvekili ve bakan sayıları da dünya ortalamasının oldukça altındadır. Bu durum siyasi açıdan kadınları güçsüzleştirmektedir.

Ulaşılan bulgular doğrultusunda; Türkiye’de kadının dezavantajlı durumunun eğitime erişim, kararlara ve işgücüne katılımın tüm boyutlarında kendini açıkça gösterdiği görülmektedir ki bu durum kadın yoksulluğunu artırmaktadır. Kadınların sosyo-ekonomik hayata daha sağlam bir biçimde entegre olarak yoksulluğunun giderilmesi Türkiye’nin sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmasında önemli bir etkidir. Daha iyi bir geleceği inşa etmede nüfusun diğer yarısını oluşturan kadınları geride bırakmadan emek ve yaratıcı gücünü, duyarlılığını, bilgisini ve liderliğini yaşama aktarabilmesinin sağlanması ve eşitsizliklerle mücadele ederek kadın yoksulluğunu giderecek politikaların etkin bir şekilde hayata geçirilmesi gerekmektedir.

#### **KAYNAKÇA**

ACOG (2016). *Policy statement on climate change and women’s health*. <https://www.acog.org/Resources-And-Publications/Position-Statements/Climate-Change-and-Womens-Health>, (Erişim Tarihi: 01.03.2021).

Algura, K.D., Patel, S.K. & Chauhan, C. (2021). The impact of drought on the health and livelihoods of women and children in India: A systematic review: *Children and Youth Services Review*, 122, 105909.

Altay, A. & Aslanpay, E. (2016). Kadın yoksulluğunu anlamak: Türkiye’ye ilişkin bir değerlendirme: *Karatahta İş Yazıları Dergisi*, 4, 1-30.

Altay, A. (2005). Yoksulluk sadece devletin sorunu mu? Kamu harcamaları açısından bir değerlendirme: *Sosyoekonomi*, 2(2), 155-178.

Bazán, O.A., Quintero, S.M.L. & Hernández, E.A.L. (2011). Evolución del concepto de pobreza y el enfoque multidimensional para su estudio. *Quivera*. 13(1), 207–209. <http://www.redalyc.org/pdf/401/40118420013.pdf>, (Erişim Tarihi: 01.02.2021).

Cannon, T., Twigg, J. & Rowell, J. (2003). *Social vulnerability, sustainable livelihoods and disasters*. Londres: DFID.

Chant, S. (1997). Women-headed households: Poorest of the poor? Perspectives from Mexico, Costa Rica and the Philippines: *IDS Bulletin*, 28(3), 26–48.

Chant, S. (2008). *Dangerous equations? How female-headed households became the poorest of the poor: Causes, consequences and cautions*. In J. Momsen

(Ed.), *Gender and development: Critical concepts in development studies. Theory and classics (Vol. I)*. London, UK: Routledge. <https://core.ac.uk/download/pdf/286044148.pdf>, (Erişim Tarihi: 01.02.2021).

Chauhan, N.B. & Kumar, V.H. (2016). Gender responsive climate change strategies for sustainable development: *Productivity*, 57(2), 182.

Chowdhury, A.M.R., Bhuyia, A.U., Choudhury, A.Y. & Sen, R. (1993). The Bangladesh cyclone of 1991: Why so many people died: *Disasters*, 17(4), 291–304. <https://doi.org/10.1111/j.1467-7717.1993.tb00503.x>, (Erişim Tarihi: 01.02.2021).

Dankelman, I.E.M. (2008). *Gender, climate change and human security: Lessons from Bangladesh Ghana and Senegal*. <https://repository.ubn.ru.nl/bitstream/handle/2066/72456/72456.pdf>, (Erişim Tarihi: 01.02.2021).

Davis, J., Garvey, G. & Wood, M. (1993). *Developing and Managing Community Water Supplies*, The Alden Press, Oxford.

DPT (2001). *Gelir Dağılımının İyileştirilmesi ve Yoksullukla Mücadele Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, [https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/08\\_GelirDagilimi.pdf](https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/08_GelirDagilimi.pdf), (Erişim Tarihi: 16.12.2018).

Evandrou, M. & Glaser, K. (2003). Combining Work and Family Life: the Pension Penalty of Caring: *Ageing and Society*. 23 (2003), 583-601.

Goldin, C. (1994). The U-shaped female labor force function in economic development and economic history: Working paper 4707. National Bureau of Economic Research.

Horrace, W.C., & Oaxaca, R.L. (2001). Inter-industry wage differentials and the gender wage gap: An identification problem. *Industrial and Labour Relations Review*, 54(3), 611–618.

Inter-Parliamentary Union (IPU) & UN Women (2021). Women in Politics: 2020, <https://www.unwomen.org/sites/default/files/Headquarters/Attachments/Sections/Library/Publications/2020/Women-in-politics-map-2020-en.pdf>, (Erişim Tarihi: 12.01.2019).

Kalkınma Bakanlığı (2012). *Türkiye Sürdürülebilir Kalkınma Raporu Geleceği Sahiplenmek*. [http://www.surdurulebilirkalkinma.gov.tr/wpcontent/uploads/2016/07/1\\_Gelecegi\\_Sahiplenmek.pdf](http://www.surdurulebilirkalkinma.gov.tr/wpcontent/uploads/2016/07/1_Gelecegi_Sahiplenmek.pdf), (Erişim Tarihi: 12.01.2019).

Klasen, S., Lechtenfeld, T. & Povel, F. (2013). A Feminization of Vulnerability? Female Headship, Poverty, and Vulnerability in Thailand and Vietnam, *World Development*, 71, 36–53, 2015, <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2013.11.003>, (Erişim Tarihi: 16.11.2019).

Legislative Council Secretariat (LCS). (2016). *Causes of Women's Poverty 2016*, <https://www.legco.gov.hk/yr05-06/english/sec/library/0506fs07e.pdf>, (Erişim Tarihi: 16.12.2019).

Norgaard, K. & York, R. (2005). Gender Equality and State Environmentalism: *Gender & Society*. 19-4, 506–522.

Nugent, C. & Shandra, J. M. (2009). State Environmental Protection Efforts, Women's Status, and World Polity". *Organization & Environment*. 22-2, 208–229.

Nyemba, A., Manzungu, E., Masango, S. & Musasiwa, S. (2010). The impact of water scarcity on environmental health in selected residential areas in Bulawayo City, Zimbabwe, *Physics and Chemistry of the Earth*, 35, 823–827, <http://dx.doi.org/10.1016/j.pce.2010.07.028>, (Erişim Tarihi: 20.2.2021).

OECD (2020). Can collective bargaining help close the gender wage gap for women in non-standard jobs?, <https://www.oecd.org/gender/collective-bargaining-and-gender-wage-gap-2020.pdf>, (Erişim Tarihi: 20.2.2021).

Oostendorp, R. (2010). Globalization and the gender wage gap. World Bank Economic Review, 23(1), <https://elibrary.worldbank.org/doi/abs/10.1093/wber/lhn022>, (Erişim Tarihi: 20.2.2021).

Pearce, D.M. (1983). The feminization of ghetto poverty, *Society*. 21-1, 70-74.

Ponce, Z.M.G. (2013). Pobreza y bienestar: una mirada desde el desarrollo: *Cuad. CENDES*, 30 (83), 1–21.

Roser, M. & Ortiz-Ospina, E. (2017). *Global Extreme Poverty*. <https://ourworldindata.org/extreme-poverty>, (Erişim Tarihi: 16.12.2018).

Saunders, R.J. & Warford, J.J. (1976). *Village Water supply—Economics and Policy in the Developing World*. Baltimore/London, Hopkins University Press.

Seguino, S. (2000). Gender inequality and economic growth: A crosscountry analysis. *World Development*, 28, 1211–1230.

Sorensen, C., Murray, V., Lemery, J. & Balbus, J. (2018). Climate change and women's health: impacts and policy directions, *PLOS medicine*, 10:15(7).

TBMM (2018). *Cinsiyete Göre Milletvekili Dağılımı*, [https://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/milletvekillerimiz\\_sd.dagilim](https://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/milletvekillerimiz_sd.dagilim), (Erişim Tarihi: 16.12.2018).

TÜİK (2009). *Yoksulluk Çalışması Sonuçları*, [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1013](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1013), (Erişim Tarihi: 01.12.2018).

TÜİK (2014). *Kazanç Yapısı İstatistikleri*, [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1008](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1008), (Erişim Tarihi: 01.12.2018).

TÜİK (2017a). *Adrese dayalı nüfus kayıt sistemi sonuçları*, [http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab\\_id=201](http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=201), (Erişim Tarihi: 16.12.2018).

TÜİK (2017b). *İstatistiklerle Kadın 2017*. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27594>, (Erişim Tarihi: 01.12.2018).

TÜİK (2018a). *Gelir ve yaşam koşulları araştırması, 2011-2018*. <https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=33820>, (Erişim Tarihi: 01.09.2019).

TÜİK (2018b). *İstatistiklerle Kadın 2018*, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=30707>, (Erişim Tarihi: 01.09.2019).

TÜİK (2020a). *Gelir ve yaşam koşulları araştırması*, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Income-and-Living-Conditions-Survey-2020-37404>, (Erişim Tarihi: 02.01.2021).

TÜİK (2020b). *Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları*, <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr>, (Erişim Tarihi: 31.05.2021).

TÜİK (2020c). *İstatistiklerle Kadın, 2020*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Women-in-Statistics-2020-37221>, (Erişim Tarihi: 31.05.2021).

TÜİK (2020d). *İşgücü İstatistikleri, 2020*, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-2020-37484>, (Erişim Tarihi: 31.05.2021).

UN Women (2017). *Women in politics 2017 map*, <http://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2017/4/women-in-politics-2017-map>, (Erişim Tarihi: 12.01.2019).

UN Women (2018). *Gender Differences in Poverty and Household Composition Through the Life Cycle*, <https://www.unwomen.org/sites/default/files/Headquarters/Attachments/Sections/Library/Publications/2018/SDG-report-Spotlight-01-Gender-differences-in-poverty-and-household-composition-en.pdf>, (Erişim Tarihi: 12.01.2019).

UN Women (2018b). *Turning promises into action: Gender equality in the 2030 agenda for sustainable development*, <http://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2018/sdg-report-gender-equality-in-the-2030-agenda-for-sustainable-development-2018-en.pdf?la=en&vs=4332>, (Erişim Tarihi: 12.01.2019).

UN Women (2019). *Progress on the sustainable development goals: The Gender Snapshot 2019*. <https://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2019/progress-on->

the-sdgs-the-gender-snapshot-2019-two-page-spreads-en.pdf, (Erişim Tarihi: 05.05.2021).

UN (2018a). *Poverty Eradication*, <https://www.un.org/development/desa/socialperspectiveondevelopment/issues/poverty-eradication.html>, (Erişim Tarihi: 02.09.2018).

UN (2018b). *The Sustainable Development Goals Report*, <https://unstats.un.org/sdgs/files/report/2018/TheSustainableDevelopmentGoalsReport2018-EN.pdf>, (Erişim Tarihi: 12.01.2019).

UN (2020). *Sustainable Development Goals Report*, <https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/>, (Erişim Tarihi: 25.12.2020).

UNDP (2012). *Overview of Linkages between Gender and Climate Change*. [http://www.undp.org/content/dam/undp/library/gender/Gender%20and%20Environment/TM1\\_Africa\\_GenderClimateChange\\_Overview.pdf](http://www.undp.org/content/dam/undp/library/gender/Gender%20and%20Environment/TM1_Africa_GenderClimateChange_Overview.pdf), (Erişim Tarihi: 25.12.2020).

United Nations Development Programme (UNDP) (2018). *Human Development Indices and Indicators*, [http://hdr.undp.org/sites/default/files/2018\\_human\\_development\\_statistical\\_update.pdf](http://hdr.undp.org/sites/default/files/2018_human_development_statistical_update.pdf), (Erişim Tarihi: 12.01.2019).

World Economic Forum (WEF) (2018). *The Global Gender Gap Report 2018*, [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GGGR\\_2018.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2018.pdf), (Erişim Tarihi: 12.01.2019).

WHO (2014). *Gender, climate change and health*. [http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/144781/1/9789241508186\\_eng.pdf](http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/144781/1/9789241508186_eng.pdf), (Erişim Tarihi: 01.03.2021).

World Bank (2012). *World Development Report 2012: Gender Equality and Development*. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/4391>, (Erişim Tarihi: 10.07.2019).

World Bank (2018). *Poverty*, <https://www.worldbank.org/en/topic/poverty#a>, (Erişim Tarihi: 10.07.2019).

World Bank (2019). *The Little Data Book on Gender*. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/31689/LDB-Gender-2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y>, (Erişim Tarihi: 10.07.2019).





Yayın Geliş Tarihi: 12.10.2020  
Yayına Kabul Tarihi: 26.10.2021  
Online Yayın Tarihi: 31.12.2021  
http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.809149

Dokuz Eylül Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi  
Cilt: 23, Sayı: 4, Yıl: 2021, Sayfa: 1617-1645  
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

*Araştırma Makalesi*

## KONYA'DA HALKEVLERİNİN KAPATILMASI VE BİNALARININ KULLANILMASI İLE İLGİLİ KONYA BASININDA YER ALAN TARTIŞMALAR ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Gülsün KOÇER\*  
Mustafa ÖZCAN\*\*

### Öz

*Konya Halkevi 19 Şubat 1932 tarihinde Türkiye'de açılan ilk on dört halkevinden biridir. Kuruluşundan itibaren eğitim, kültür, sanat faaliyetleri içinde olmuş ve Konya'ya okuma-yazma kurslarından tiyatroya ve konferanslara kadar pek çok hizmette bulunmuştur. Konya Halkevi, TBMM'de 8 Ağustos 1951 tarihinde kabul edilen ve 11 Ağustos 1951 tarihinde Resmî Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren 5830 sayılı kanun ile Türkiye genelindeki bütün halkevi gibi kapatılarak malları hazineye devredilmiştir.*

*Bu süreç ülke genelinde olduğu gibi Konya'da da çeşitli tepkilere ve spekülasyonlara sebep olmuştur. Bazı aydınlar halkevlerinin faydalı hizmetleri üzerinde durmuş ve bu kuruma yapılan çeşitli suçlamaları cevaplamıştır. Ancak üzerinde en çok konuşulan konu halkevi binaları ve bu binalarda bulunan kitap, mobilya gibi eşyaların nasıl değerlendirileceği hakkında olmuştur.*

*Halkevlerinin kapatılması şüphesiz ki Türkiye tarihinin önemli olayları arasındadır. Çalışmanın amacı, 1932-51 tarihleri arasında Türkiye'nin kültür hayatında çok önemli bir rol oynamış halkevlerinin kapatılma kararı ve devamındaki süreçte yaşanan gelişmeleri ve tepkileri Konya ili örneğinde ortaya koymak ve Türkiye yakın tarihinin bu önemli değişimine ışık tutmaktır. Bu sayede halkevi ve Cumhuriyetin ilk yılları ile ilgili araştırma yapan bilim insanlarına katkıda bulunulacaktır. Çalışma hazırlanırken halkevlerinin kapanma sürecine girdiği ve tasfiye edildiği süreçte Konya'da yayımlanan gazeteler taranmış, halkevi ile ilgili haber ve yazılar tespit edilmiş, nitel araştırma yöntemiyle değerlendirilmiştir.*

---

*Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):*

Koçer, G., Özcan, M. (2021). Konya'da halkevlerinin kapatılması ve binalarının kullanılması ile ilgili konya basınında yer alan tartışmalar üzerine bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (4), 1617-1645.

\* Prof. Dr. (Emekli), Selçuk Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, ORCID: 0000-0002-6350-2580, mustozcan1949@gmail.com.

\* Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi, Sosyal Alanlar Eğitimi Bölümü, ORCID: 0000-0003-2689-2599, gkocer@erbakan.edu.tr.

**Anahtar Kelimeler:** Konya Halkevleri, Konya Halkevi binaları, Konya İlçeleri Halkevleri, Halkevlerinin kapanması

## **A RESEARCH ON THE DISCUSSION PLACED IN KONYA PRESS ABOUT CLOSING THE COMMUNITY CENTER AND USE OF THE BUILDINGS IN KONYA**

### **Abstract**

*Community Center in Konya, Turkey on February 19, 1932 opened one of the first fourteen community center. Since its establishment, it has been involved in education, culture and art activities and has provided many services to Konya from literacy courses to theater and conferences. Konya Community Center, on August 8, 1951 closing goods such as Parliament adopted on August 11, 1951 and the date of its publication in the Official Gazette enacted by Law No. 5830 of all community centers across Turkey have been transferred to the treasury.*

*This process caused various reactions and speculations in Konya as well as throughout the country. Some intellectuals emphasized the useful services of the community centers and answered various accusations made to this institution. However, the most talked about subject has been on the community center buildings and how to evaluate the items such as books and furniture in these buildings.*

*Closure of Community Centers is undoubtedly among the most important events in the history of Turkey. The purpose of the study is finding out the developments and reactions experienced after the closure of Community Centers which has played a very important role in Turkey's cultural life between 1932-1951. This will shed light on this important change in Turkey's recent history. In this way, contribution will be made to the scientists doing research on the Community Centers and the first years of the Turkish Republic. While the study was being prepared, the newspapers published in Konya during liquidation, when the community centers entered the process of closure and were liquidated, were scanned, the news and articles about the Community Center were determined and evaluated with qualitative research method.*

**Keywords:** Konya Community Centers, Konya Community Center buildings, Konya Districts Community Centers, Community Centers Closing

## **GİRİŞ**

Halkevleri, bir kültür kurumudur. 1932-1951 yılları arasında varlığını sürdürmüştür. Cumhuriyetin ilânından sonra kurulan en önemli birkaç kurumdan birisidir. Kuruluşu ve kaldırılışı arasında birçok faaliyetler yapmış, son zamanlara doğru da birçok eleştiriler almıştır (Nayır, 1963, 2). Henüz yeterince demokratik deneyimin kazanılmadığı ve uzlaşma kültürünün gelişmediği bir dönemde kapatılmıştır.

Turhan Erdem ve İ. Selçuk Erez'in verdiği bilgiye göre Halkevleri 19 Şubat 1932 tarihinde on dört vilâyette kurulmuştur. Bu on dört şehir içinde Konya da

vardır. Halkevleri artan bir hızla yaygınlaşmış ve kapatıldığı tarihe kadar sayıları 478 Halkevi ve 4322 Halkodasına ulaşmıştır (Tarhan ve Erez, 1963a, 6).

Halkevleri, Türk Ocakları’nın yerine kurulmuştur. 10 Nisan 1931’de toplanan Türk Ocakları, “bütün hak ve vecibelerini” Cumhuriyet Halk Fırkasına devretmiştir. Emre Kongar, Halkevlerinin kuruluşunda, Türk Ocakları’nın Cumhuriyet Türkiye’sine ayak uyduramamış olmasının etkisi bulunduğu inanmaktadır (Kongar, 1981, 363). Halkevlerinin çalışma sahaları, üyelik şartları bir talimatname ile düzenlenmiştir (Halkevleri İdare ve Teşkilat Nizamnamesi, 1940, 3-6).

Halkevleri başlangıçta büyük bir heyecanla karşılanmıştır. Daha açılmasına iki gün varken Ankara Halkevi’ne 700’den fazla insanın üye yapıldığı görülmüştür (Halkevi, 1932a, 1). Konya Halkevi’nin kurulması da şehirde büyük bir ilgi uyandırmıştır. Kayıtların günde sadece iki saatle (15:00-17:00) sınırlandırılmış olmasına rağmen, Halkevine, 22 Şubat 1932 Pazartesi günü akşamına kadar 141 vatandaşın üye olduğu tespit edilmiştir (Halkevi, 1932b, 1). 3 Mart 1932 Perşembe gününe kadar üye sayısı bini geçmiştir (Halkevi: Mukayyet Azanın Adedi Bini Buldu, 1932, 2). Komitelerin seçimi fırka binasında yapılmıştır. Halkevi Reisi de *Babalık* gazetesi başyazarı Nahit Cemal’dir. (Nahit Cemal Bey, 1932, 1).

Yine bu Mart ayı içinde Cumhuriyet Halk Fırkası ile Halkevi arasında bir mekân değişikliği yapılmıştır. Cumhuriyet Halk Fırkası Vilâyet İdare Heyeti, Valilik civarındaki Halkevine nakledilmiş, Halkevi ise Vilâyet İdare Heyeti’nin çıktığı Alâeddin tepesindeki binaya geçmiştir (Fırka, 1932, 1). Bir gün sonra da Halkevi mensupları, burada bir toplantı yapmışlardır. Bu, Konya Halkevine uzun süre hizmet edecek olan bu binadaki ilk toplantıdır (Davet: Halkevinden, 1932, 1).

Bir yerde Halkevi açılmasının esas şartları şunlardır: “ En az üç şube teşkiline yetecek üye bulunmak (Diğer şubeler üye buldukça ileride açılabilir.) En az iki yüz kişiyi toplayabilecek bir salonla, bir kütüphane ve bir iki çalışma odasından mürekkep ve açık hava jimnastiği yapılmaya müsait avluyu havi bir bina bulmak ve bunu kullanışlı ve tasarruflu şekilde döşemek” (Halkevlerinin Çalışmalarında Genel Esaslar, 1946, 3). Kuruluşunu tamamlamış ve dokuz kolda faaliyet gösteren bir Halkevi için bu mekânların yeterli olmayacağı açıktır. Bu yüzden Halkevleri zaman içinde kapalı ve açık mekânlar bakımından genişlemek ihtiyacını duymuşlardır.

Halkevleri kurulurken dikkati çeken bir husus da şudur: Halkevi binaları, Parti Yönetim Kurulu tarafından bulunur, düzenlenir ve döşenir; binaların çalışma kolları için yeterli değilse, başka binalardan yararlanmaları mümkündür. Bu maddeler, Halkevleri Teşkilat, İdare ve Mesai Talimatnamesinde yer almıştır (Karadağ, 1998,74-75).

Yine Halkevleri ilk açıldığı zaman genellikle Türk Ocaklarından kalan binalara yerleşmişlerdir. Bu imkânı bulamayanlar ise ya parti binaları ya da kira ile sağlanan binalarda çalışmalarını sürdürmüşlerdir. Karadağ’ın dediği gibi, daha

sonraki yıllarda parti; çalışmalarına uygun elverişli binaların yapımını teşvik etmiş, ödenek sağlamış, hatta bunların mimari bakımından ilgi çekmesini, çok fonksiyonlu olmasını istemiştir. Dahası, bu işlerin takibi ve yönlendirilmesi için CHP Genel Sekreterliği içinde müşavir bir mimarlık bürosu kurmuştur. Bu büro, binaların, Halkevi'nin ihtiyaçlarını göz önünde tutarak yapılmasını, sanat ve mimari açıdan da iyi, dikkat çekici olmasını istemiştir (Karadağ, 1942, 18).

Özellikle yeni Halkevi binalarının yapımının hızlandığı 1945 ve sonrasında Halkevi salonlarının önem kazandığı görülmüştür. Çünkü bu salonlarda milli günlerde törenler yapılmış; çeşitli konuşma, konferans ve toplantılar için kendilerinden yararlanılmıştır. Halkevleri bu salonlara gençliği çekebilmek için onları cazip haline getirmiş, buralarda sportif aktiviteler için farklı imkânlar sağlamıştır. Gerek bina, gerekse salon yapımında, yörede bulunan/çıkan malzemelerin kullanılmasına çalışılmış, mimari bakımından da yapının ağır başlı bir üslup taşımaya özen gösterilmiştir (Karadağ, 1946, 8). Konya Halkevi'nin kuruluşu günlerinde en faal gruplardan birisi sporculardır. Spor Şubesi komitesinin seçimi Fırka binasında gerçekleştirilmiştir. Bu, Halkevinin bilinen ilk komite seçimidir ve komitede görev alan insanların çoğunun, İdman Yurdu mensubu gençler olduğu bildirilmiştir (Komite, 1932, 1).

Halkevlerinin çalışma alanları ve gerçekleştirdiği etkinlikler için çok şey söylenebilir. Bu çalışmaların parasız dış tedavisinden, okuma yazma kurslarına, sağlık ve sosyal yardımlarından güzel sanatlara kadar geniş bir alanı kapsadığı bilinmektedir. Çünkü onların hedefinde çağdaşlaşan bir ülke vardır. Atatürk'ün gösterdiği "muasır medeniyetler seviyesi"ne ulaşmak söz konusudur. Bu hedefe hızla varabilmek için çalışma ortamının da maddi ve manevi bakımından iyi ve sağlıklı olması istenmiştir. İşte Halkevleri şehirden köye doğru uzanan, aydından halka doğru giden bu çağdaş yolda yürümek istemiş ve toplumda birlik ve bütünlük içinde kültürel kalkınmayı gerçekleştirmeye çalışmıştır. Bunu yaparken de Cumhuriyet hükümetlerinin inkılaplarına sahip çıkmayı ve onların kökleşmesine yardımcı olmayı gaye edinmiştir. Geçmişin değerlerini; eserlerini, güzelliklerini yürekten benimseyerek geleceğe taşımayı görev bilmiştir.

Araştırmacılar, Konya Halkevi'nin çalışmalarını çeşitli yönler ve açılardan değerlendirmişlerdir. Bunlardan "İlk Dönem Halkevlerinin Eğitim Faaliyetleri "Konya Örneği", adlı makale, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından 2004'te kabul edilen Yüksek Lisans tezinden çıkarılarak yayımlanmıştır (Yılmaz ve Akhan, 2011, 59-95). Halkevlerinin sosyal yardım faaliyetlerini ele alan bir yazıyı (Özcan ve Koçer, 2019a, 393-441) burada zikretmek gerekmektedir. Ayrıca bunlara Konya Halkevi'nin seçimleri ve yönetim kadrolarına ilişkin incelemeyi (Özcan ve Koçer, 2019 b, 347-392) de eklemek mümkündür. Konya Halkevi'nin tiyatro etkinlikleri (Özcan ve Koçer, 2020, 541-571) ve tarih kolunun çalışmaları üzerinde de makaleler vardır. Ayşe Durukan ve Türkan Ulusu Uraz işbirliğinin neticesinde ortaya çıkan, "Cumhuriyetin Kültür Kurumu Olarak Halkevi Binaları" adlı makalede ise Halkevi binaları aracılığıyla Cumhuriyet Dönemi

Modernleşmesi ve Modern Mimarlığı söz konusu edilmiş, daha çok bu binaların kurumsal ve mekânsal özellikleri ele alınmıştır (Durukan ve Uluşu Uraz, 2008, 38-49).

Bu birkaç örnek, araştırmacıların; Konya Halkevi çalışmalarına ilgi gösterdikleri, bu tarihî kültür kurumunu, her bakımdan mercek altına aldıkları kanaatini vermektedir.

Konya Halkevi, şehrin kültür hayatına önemli katkılarda bulunmuştur. Yapılan bütün çalışmalar göz önünde tutulduğunda halkevinin çalışmalarının üç başlık altında değerlendirilebileceği görülür. Bunlardan ilki eğitimidir. Konya Halkevi, okuma-yazma eğitiminden melek edindirme kurslarına kadar pek çok eğitim çalışması yapmıştır. Halkevinin kültürel faaliyetleri de eğitim faaliyetleriyle yan yana yürümüş ve verilen çok sayıda konferansla şehir halkı tarih, sanat, edebiyat gibi konuların yanında sağlık bilgisi, komşuluk hukuku gibi meseleler hakkında da bilgilendirilmiştir. Halkevinin düzenlediği tiyatro oyunları, sergiler, konserlerle de şehrin kültürel yapısına katkıda bulunduğu görülür. Ayrıca kinin ve sabun dağıtmak gibi çeşitli yardım faaliyetleriyle şehrin ekonomisine de katkıda bulunmuştur.

Görülüyor ki Konya Halkevi, 1932-51 yılları arasında kültürel ilerlemenin çok önemli bir ayağını oluşturmuştur.

Öte yandan Konya Halkevi ile ilgili çalışmalar içinde halkevlerinin kapatılması üzerine ne gibi tartışmalar yapıldığı araştırılmamış bir alandır. Yerel basında yer alan bu tartışmaların yanında binaların kullanılması, hükümetin tasarrufları, bu tasarrufun neticeleri üzerinde de durulmamıştır. Dolayısıyla bu makale şimdiye kadar eksikliği hissedilen bir konuyu araştıran ve ortaya çıkaran, Konya Halkevinin bu yönünü irdeleyen bir makaledir. Makalenin amacı hem bu tartışmalarda öne sürülen fikirleri, Halkevi binalarına yönelik talepleri gözden geçirmek; bunlardan hangilerinin gerçekleştiğini, hangilerinin gerçekleşmediğini ortaya koymak; hem de hükümetin tercihlerinin ne yolda olduğunu belirlemektir. Bu arada 1932-1951 yılları arasında bin bir emekle yapılan bu binaların yapılış serüvenine ışık tutmak, binalarda görülen gelişme ve değişimleri vurgulamaktır. Ülkenin kültürel kalkınmasına çok büyük katkıda bulunan Halkevlerinin kapatılmasıyla; halkın yararlandığı, yapılmasında emek verdiği, katkıda bulunduğu, hatta en çok da sosyalleştiği; kendini geliştirdiği, inkılâp değerlerini paylaştığı bir önemli kaynaktan nasıl mahrum bırakıldığını göstermektir.

Halkevlerinin kapatılma süreci ve süreçteki tartışmalar aslında tek partili dönemden sonra Türkiye'nin sosyolojik yapısını ortaya koymasından da son derece önemlidir. Hükümetin projesi olarak ortaya çıkan ve onun bütün desteğini arkasına alarak çeşitli faaliyetlerde bulunan halkevlerinin bir tür günah keçisine dönüşme süreci ve kurumun mallarının paylaşılmasında ortaya çıkan tartışmalar toplumsal dinamiklerin değerlendirilmesi açısından büyük önem taşır.

Çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi tekniği kullanılarak yapılmıştır. Doküman incelemesi, araştırılması hedeflenen olgu veya

olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsar (Yıldırım ve Şimşek, 2006, 187).

Çalışma, süreli yayınlar ekseninde ele alındığı için kaynakça ve dipnot sisteminde kimi problemlerle karşılaşmıştır. Gazetelerde konu ile ilgili haberler çoğunlukla başlıklı fakat yazar belirtilmeden verilmiştir. Bu sebeple dipnotlar, yazar adı varsa, yazar adı, tarih ve sayfa numarası, yazar adı yoksa haber adı tarih ve sayfa numarası şeklinde düzenlenmiştir. Bu düzenleme kaynakçada yazar adı varsa yazar adı, tarih, haber başlığı, süreli yayın adı ve sayfa numarası; yazar adı yoksa yazı başlığı, tarih, süreli yayın adı ve sayfa numarası şeklinde düzenlenmiştir.

### **1-Kapatılma Olayı Öncesinde Yerel Basının Halkevlerine Bakışı**

Demokrat Parti, 14 Mayıs 1950 yılındaki seçimleri kazanıp iktidar olduktan sonra Halkevleri bir müddet daha devam etmiştir. Ancak eski parlak günleri geride kalmıştır. Halkevlerine yönelik şikâyetler ise giderek artmıştır. Buna karşı, yöneticilerinin duyarsız kalmadıkları söylenebilir. Aşağıda anlatılacağı gibi bunun güzel bir örneği Konya Halkevi'nde yaşanmıştır.

Konya Halkevi Başkanı Av. Suat Abanâzır, Halkevlerinin kuruluşun 19. Yıldönümü töreninde Vali ve şehir ileri gelenlerinin huzurlarında yaptığı konuşmasında, Halkevlerinin geleceğinden bahsetmiş, bu kurumun üzerinden parti gölgesinin kaldırılması gerektiğini söylemiştir. Onun tarafsız bir değerlendirmede bulunması, birçok kişinin, özellikle hükümet yanlısı kişilerin hoşuna gitmiştir. Suat Abanâzır'ın eski alışkanlıkları onarmak istemesini, halkı, Halkevi çatısı altında toplamaya çalışmasını yerinde bir davranış saymışlardır. Fakat *Yeni Meram* gazetesinin başyazısına göre, bu görüşleri ihtiyatla karşılamak, kuru bir vaat olup olmadığını anlamak için bir süre beklemek gerekmektedir. Şu iyi bilinmelidir ki Halkevleri, ancak Türk milletinin himaye ve denetimi altında ilerleme sağlayacaktır (Halkevleri, 1951, 1).

Dönemin *Yeni Meram* gazetesi iktidar yanlısı bir yayın organıdır. Halkevleri ile ilgili her haberi dikkatle izlemekte, okurlarına yansıtmakta, eleştirmek için de adeta fırsat kollamaktadır. Nitekim Halkevleri için “Valiliğin Bütün Teşebbüsü Suyu Düştü” alt başlığı altında verdiği bir haberde, “Her türlü faaliyetini tatil etmiş olan bu metruk müessese” demektedir. Halkın parasıyla yapılmış bulunan bu binaların gelişigüzel kullanıldığını ileri sürmekte, hiç vakit kaybetmeksizin, bunların maksada uygun hale getirilmelerini önermektedir (Halkevleri Ne İşlere Yarıyor, 1951, 1).

Halkevi kütüphanesine kitap okumaya giden muharrir, ağlayan çocuğunu emzirerek susturmaya çalışan bir kadını bahane ederek, “Kim demiş efendim Halkevi halkın hizmetinde değil” diye sormuştur (Zimba, 1951, 1). Konya'ya temsiller vermek üzere gelen Nuri Bora ve arkadaşlarıyla Halkevi yönetiminin anlaşamamasının dahi istismar edildiği görülmüştür (Halkevi Halkın Hizmetinde mi? 1951, 1). Bu olay basında çeşitli vesilelerle yer almış, Halkevi idarecileri kaptis yapmakla suçlanmıştır (Konya Halkevi Halkın Hizmetinde Değildir, 1951, 1/3).

Halkevlerinin gözden düşürülmesi için çalışıldığı bir ortamda, hükümetteki Demokrat Parti de hemen harekete geçmiş, belli bir süreçten sonra amacına ulaşmıştır. Bu bakımdan bu sürecin nasıl başladığını, yerel basından takip edilebildiği kadarıyla kısaca anlatmak, konuyu daha iyi anlayabilmek için yerinde olacaktır.

İktidarda bulunan Demokrat Parti’nin Halkevlerinin kapatılmasına yönelik ilk işaretleri parti kongrelerinde verilmiştir. Sözgelisi Çankırı İl DP kongresinde Devlet bakanı Fevzi Lütfi Karaosmanoğlu, Halkevlerinin geri alınması ve millete verilmesinin vakti geldiğini söylemiş (Halkevlerinin Millete Devri Gün Meselesidir, 1951, 1-3), parti grubunda bu konu ele alınmış; “milletten hile ile ve her türlü oyunlarla gasp edilen malların, yine millete iadesi” yolundaki kanun tasarısı görüşülerek oy birliği ile kabul edilmiş, daha sonra da Büyük Millet Meclisi’ne gönderilmiştir (Milletin Malları Millete Devredilirken CHP’nin Kopardığı Yaygara,1951,1). Milletvekili Refik Şevket İnce ve milletvekili arkadaşları tarafından yapılan kanun teklifi, ilkin anayasa komisyonunda görüşülmeye başlamıştır. Anayasa ve İçişleri komisyonunun kabul ettiği kanun tasarısının tam metni, “henüz Büyük Millet Meclisi Genel Kurulu’na gelmeden”, basında yayımlanmıştır (CHP’nin Gasp ettiği Malları Geri Alacak Kanun, 1951, 1-2). CHP’nin buna yaptığı itirazlar ise haksız yaygara olarak nitelendirilmiştir (Milletin Malları Millete devredilirken CHP’nin Kopardığı Yaygara, 1951, 1). Söz konusu kanun tasarısı, Adalet komisyonunda bazı değişikliklere uğradıktan sonra Bütçe komisyonuna gelmiş, buradaki görüşmeler bir iki gün içinde tamamlanıp Büyük Millet Meclisi’nin 3 Ağustos 1951 Cuma günü toplantısına yetiştirilmiştir. Bu arada CHP’nin yeni hilelerinden bahsedilerek parti yöneticilerinin; ellerindeki gayrimenkulleri derhal kiralamaları yolunda talimat verdikleri bildirilmiştir (CHP’nin Yeni Hileleri: Milletin Malını Milletten Kaçırmağa Çalışıyorlar, 1951, 1). Bir başka haberde de Konya Belediye Sineması’nın CHP’nin eline nasıl geçtiği anlatılmıştır (Konya Belediye Sineması, CHP Tarafından Nasıl Gasp Edilmişti?, 1951, 1). Neticede sözü edilen kanun tasarısı, Büyük Millet Meclisi’nde üç gün tartışıldıktan ve birtakım değişiklikler yapıldıktan sonra kabul edilmiştir. Konya Milletvekillerinden Himmet Ölçmen ve Fahri Ağaoğlu’nun önerileriyle mukaveleleri feshedilecek Halkevi binalarının kiralamaya tarihleri 1 Temmuz 1951’den 14 Mayıs 1950’ye çekilmiştir. Kiralama tarihlerinde geriye doğru yapılan bu değişiklikle Konya Halkevi sinema salonunun da devlet ve millet hizmetine tahsisinin sağlandığı duyurulmuştur (Meclisin Tarihi ve Mühim Kararı, 1951, 1). Birkaç gün sonra da uygulamaya esas olan kanunun tam metni basında yer almıştır. (Halkevleri Kanununun Tam Metnini Veriyoruz, 1951, 2). 5830 sayılı kanun, 11 Ağustos 1951 tarihli resmi gazetede yayımlanmıştır.

Görüldüğü üzere iktidarın değişmesiyle Halkevleri aleyhinde yayınlar yapılmaya başlanmış ve genel olarak Halkevlerinin halkın malını gasp ettiği yönünde bir propaganda yapılmıştır. Bu süreçte kurumun yirmi yıldır sürdürdüğü faaliyetler çoğunlukla göz ardı edilmiş ufak tefek aksaklıklar her türlü vesileyle tekrarlanmıştır. Kurumun yürüttüğü eğitim, kültür ve sanat faaliyetleri düşünülünce



özellikle Halkevlerinin halkın olmadığına dair söylemlerin isabetli olmadığı tespit edilebilir.

## **2- Halkevlerinin Kapatılması ve Binalar Etrafındaki Tartışmalar**

Bu tartışmaların merkezinde yeni yapılan Halkevi binası vardır. Çünkü burası o zamana kadar şehirde eşi olmayan bir bina olarak dikkati çekmektedir. Bu yüzden Konya Halkevi binasının nasıl değerlendirilmesi gerektiğine dair pek çok fikir beyan edilmiş, bu konuda farklı önerilerde bulunulmuştur.

O yılların saygın gazetelerinden *Yeni Konya*'da yayımlanan imzasız bir başyazıda gazetenin görüşü yansıtılmış ve yeni Halkevi binasının kitaplık olması istenilmiştir. O sırada Konya'da üç tane kitaplık vardır. Bunlardan birisi nadide yazma ve basma kitapların bulunduğu Yusuf Ağa Kitaplığı'dır. Zengin bir ihtisas kitaplığı olarak çok büyük değer taşımaktadır. Hâlbuki her sınıf okuyucuyu tatmin edecek, her çeşit bilgileri içine alacak popüler, ansiklopedik bir kitaplığa şiddetle ihtiyaç duyulmaktadır. Şimdi Halkevlerinin kapatılması münasebetiyle bundan yararlanılmalı ve Orta Anadolu'nun en zengin kitaplığına sahip olan Halkevi kitaplığı ile Millî kitaplık birleştirilerek, zengin bir şehir kitaplığı meydana getirilmelidir.

Öte yandan Halkevi binasında kurulacak böyle bir kitaplığa özel kitaplıklarını bağışlayacak pek çok insan vardır. Bu çeşit bağışta bulunanların kitapları, özel bölümlerde korunmalı ve kendi adlarıyla adlandırılmalıdır. Halkevi kitaplığı, şehrin milli kitaplığından çok daha zengindir. Dolayısıyla hiç vakit kaybetmeden bu şehir kitaplığının kurulması için girişimlerde bulunulmalıdır (Günün Mevzu: Bir Şehir Kitaplığı Kurabiliriz, 1951, 1).

Haluk Tekmen de, gazetede "Günlerin Işığında" başlıklı köşesinde Halkevi'nin zengin kitaplığından bahsetmiş, buradaki yerli ve yabancı yayımların önemini vurgulamıştır. Ona göre Konya folklorunu; tarihini, kültürünü merak edenler, bu kitaplıkta her türlü yayını kolayca bulabilmektedirler. Çünkü Konya Halkevi bu sahalarda pek çok yayım yapmıştır.

Haluk Tekmen, yine aynı yazısında Halkevi kitaplığı ile Milli kitaplığın birleştirilmesini ve bunların Konya bilimine hizmet edenlere, okuyuculara sunulmasını önermektedir. Ayrıca Halkevi salonundan da yararlanılmasını istemektedir. Eğer bir konferans verilecekse, bir toplantı düzenlenecekse bunun için şehirde uygun bir yer yoktur. Dolayısıyla Halkevi binasını, salonundan ve kitabından yararlanılan, kültüre hizmet eden bir bina olarak düşünmek gerekmektedir (Tekmen, 1951, 2).

Konya Halkevi kütüphanesinde devlet ve millet parasıyla alınan pek çok kitap bulunduğu bahseden bir başka yazıda da Halkevinin hazineye intikal ettiği gün, bu kitaplardan nasıl yararlanılacağı hususunun da aydınlığa kavuşacağı bildirilmektedir. Hatta Karaman, Ereğli, Akşehir kitaplıklarıyla, o sıralarda onarılmakta olan Hadim'deki Hadimî kitaplığının, Konya Halkevi'ndeki kitaplarla

takviye edilebileceği belirtilmektedir. Sadece ilçe kitaplıklarına değil, merkezdeki diğer kitaplıklara da Halkevi'nden kitaplar gönderilebileceği ileri sürülmektedir (Halkevi Kütüphanesindeki Kıymetli Kitaplar, 1951, 1).

Aslında Konya'da büyük bir kitaplığa ihtiyaç bulunduğunu ilk söyleyenlerden birisi Mehmet Önder'dir. Bu, Halkevlerinin kapatılmasından biraz önce dile getirilen bir fikirdir. Dolayısıyla şehirde ve basında dillendirilen bir görüştür. Onun, *Yeni Meram*'ın 1 Şubat 1952 tarihli nüshasının ikinci sayfasında çıkan yazısına göre mevcut kitaplıklar ihtiyacı karşılamamaktadır. Gerçi Yusuf Ağa kitaplığı her bakımdan eşine az rastlanır kitaplıklardan biridir ama burası tam anlamıyla Şark dilleriyle yazılmış eserleri barındırmaktadır. Kitaplıkta Batı dilleriyle yazılmış kitaplara yer verilmemiştir. O tam bir Şark kitaplığıdır ve öyle kalması da bu tarihte şehir için gereklidir. Yapılacak iş basittir. Bu da yeni bir şehir kitaplığı kurmaktır. Mehmet Önder bunun örneğini Niğde/Bor'da görmüş ve bu kitaplığı öve öve bitirememiştir.

Halkevi binasının şehrin toplantı ve konferans salonu kalması yolundaki öneri yine öncelikle *Yeni Konya* gazetesinden gelmiştir. Başmakalede Halkevi binasının özellikleri sıralanmış ve neden böyle kullanılması gerektiği anlatılmıştır. Bu makaleye göre bu binaya, bu seçeneklerin dışında ne yapılırsa yapılsın çok masrafla gerçekleştirilecektir. Oysa bundan kaçınmak şarttır. Zira yeni eklemelerle, yeni odalarla inşa edilecek her yapı, neredeyse yeni bir bina demektir. Dolayısıyla buraya harcanacak paraya yazık olacaktır.

Öte yandan şehirde bir konferans, bir toplantı salonu bulunmamaktadır. Konya'daki cemiyetlerin genel kongrelerini yapacakları geniş, uygun salon sıkıntısı çektikleri bilinmektedir. Bir konferans verilecek olsa salon derdi başta gelmektedir. Gerçekten de bir milli yıldönümü günü programı uygulamak, resmi bir tören yapabilmek için şehirde kapalı bir yer göstermek mümkün değildir. Bir Mehmet Akif, bir Namık Kemal günü, Mimar Sinan İhtifali için bir salon istendiği zaman, buna verilecek cevap bulunmamaktadır. Yine sanat endişesi ile şehre gelecek olan tiyatro toplulukları için de en uygun mekân burası olacaktır. Bu duruma göre Halkevi salonu, bütün bu işler için biçilmiş kaftandır. O halde yapılacak iş, Halkevini bir şehir salonu şekline sokarak, idaresini Belediye'ye vermektir (Halkevleri Ne Olmalıdır? 1951, 1).

Celâlettin Kışmır'e göre Halkevi bir kültür yuvası halinde memlekete hizmet vermeye devam etmelidir. Kapılarını aydın, köylü, herkese açmalıdır. Eskiden olduğu gibi oradan herkes feyiz almalıdır. Ülkede okuma yazma oranının düşük olduğu unutulmamalıdır. Bu yüzden Halkevi'nin bir bilim, irfan yuvası halinde kalması isabetli bir görüş olacaktır. Kütüphanelere; sanatla, bilimle uğraşan kurumlara sırt dönmek, çağdaş uygarlık yolunda geri kalmak demektir. Bu tür kurumların kapatılmasıyla asla övünülemez. Aksine bu kurumları yaşatmak ve çoğaltmak gerekmektedir (Kışmır, 1951, s.2).

Remzi Yılmaz'ın görüşü ise şöyle özetlenebilir: Halkevleri Atatürk'ün direktifi ile belli esaslar ve amaçlar üzerinde kurulmuştur. Bu kuruluş esaslarına göre Konya Halkevi'ne yön verilmelidir. Halkevi şu veya bu kurumun, şu veya bu şahsın bir önerisine kurban edilmemelidir. Konyalıyı ve Konya gençliğini, her zaman bu anlayış içinde kabul edecek bir binaya ihtiyaç vardır. Yöneticiler, gençlerin seslerine kulak vermeli, Halkevi olayına bir partili gibi yaklaşmamalıdır. Kısaca Halkevi'ne, "bir kültür müessesesi dışında bir statü verilmesine" razı olunmamalıdır (Yılmaz, 1951, 2).

Eski Belediye Başkanı Mehmet Muhlis Koner de yazdığı bir makalesinde öncelikle, Halkevlerinin kapatılmasının Atatürk'ün ruhunu incittiğini bildirmiş, daha sonra da Vali ve parti erkânına seslenerek onlardan Halkevi binasının şehir tiyatrosu olarak kullanılmasını istemiştir. Ona göre herkeste Konya Halkevi'ni bir şekilde sokmak ve aynı zamanda evin muazzam kitaplığını dağıtmak fikri vardır. Bu yanlıştan vazgeçilmelidir. Burası bir şehir tiyatrosu haline getirilerek temsiller verilmeli, icabında toplantılar yapılmak üzere bir kültür ocağı halinde kalmalıdır. Çünkü bu bina yapılış itibarıyla başka türlü kullanılmaya elverişli değildir.

Bu binanın başka amaçlarla kullanılabilmesi için binaya çok masraf edilmesi gerekecektir. Memlekette de başka bir toplantı salonu yoktur. Yine yapılmış bir şeyi dağıtıp da, yararsız bir hale sokmak son derece yanlış bir karar olur. Dolayısıyla en güzeli, bu binanın bir şehir tiyatrosu haline getirilmesidir. Böyle yapıldığı takdirde hem şehir içinde kurulan tiyatro toplulukları hem de büyük şehirlerden gelecek olanlar, buradan yararlanabileceklerdir (Koner, 1951, 1).

Konya'nın bu yeni Halkevi binası çok farklı kurumların sahip olmak istedikleri bir yerdir. Halkevleri hazineye geçince, şehirde bazı daire ve kurumlar hemen vilâyete başvurmuşlardır. O sıralarda Sağlık Müdürlüğü, Çocuk Esirgeme Kurumu binasında kirayla oturmaktadır. Bu yüzden Konya Halkevi binasının Çocuk Esirgeme Kurumuna tahsisi için bir öneride bulunmuş; bu önerisinin kabulü karşılığında ise kira bedeli olarak Çocuk Esirgeme Kurumunun 40 çocuğuna bakabileceğini bildirmiştir (Halkevinin Çocuk Esirgemeye Tahsisi Düşünüyor, 1951, 1). Bu arada Sağlık Bakanlığı da harekete geçmiş, Konya'da hazineye devredilen Halkevi binasının plan ve krokilerini resmen istemiştir (İlimiz Halkevlerinin Kroki ve Plânları, 1951, 1).

Yine Halkevi binalarının ufak tefek tadilat ile hastane ve benzeri kurumlara tahsis edilmesi, kimi insanlara en makul ve mantıkî çözüm olarak gözükmüş, Afif Evren de böyle düşünenler arasında yerini almıştır. *Babalık* gazetesinin ünlü başyazarı, Konya Halkevi binasının ikinci bir doğumevi yahut hastane olabileceğini yazmış; ayrıca, burasının hemşire, ebe yetiştiren bir okul dahi yapılabileceğini ileri sürmüştür. Kısaca "Yolcu" takma adını kullanan Afif Evren, Halkevi binasının memleketin en hayatî davası olarak gördüğü sağlık alanında değerlendirilmesi gerektiğini ifade etmiştir (Yolcu, 1951, 1).

1950’li yıllarda Konya’nın en büyük sorunu, şehre gelen turistlerin kalacağı otel azlığı yahut yokluğudur. Gelişmekte olan Konya’da doğru dürüst otel olmaması herkesin dikkatini çekmektedir. Bu durum şehrin ekonomik gelişmesini de olumsuz yönde etkilemektedir. Belediye de, turizm çevreleri de otel sorununun çözmek için çeşitli çareler aramaktadır. Çarelerden birisi özel girişimcilerin otel yapımını teşvik etmektir (Belediye, Konya’nın Otel Davasını Halletmek İçin Bir Formül Buldu, 1951, 1). Bir diğer çözüm de Meram semtinde 300 bin lira harcamak suretiyle büyük bir otel yapmaktır. Basında, Belediye’nin bu konuda bir şirket kuracağını, Milletlerarası İktisadi İşbirliği Teşkilatı’ndan bu iş için 150 bin lira kredi alacağını, sorunu böyle halledeceğini bildiren haberler çıkmıştır (Meram’da 300 Bin Lira Sarfıyla Turistik Muhteşem Bir Otel Yapılacak, 1951, 1).

Yerel basında gündemde olan otel tartışmalarına Dr. Hulki Âmil Keymen de katılmıştır. Keymen’e göre yeni çıkan kanun gereğince Halkevleri hazineye intikal etmiş bulunmaktadır. Halkevlerinin şu ya da bu maksada tahsisi günün konusunu teşkil etmektedir. Yerel gazetelerdeki Konya Halkevinin Çocuk Esirgeme Kurumuna verileceği yolundaki haberler inandırıcı değildir. Onun düşüncesine göre burası otel olmalıdır. Gerçi yeni Halkevi binası küçüktür, oda sayısı azdır. Tadili kabil midir değil midir bakılmalıdır. Meram’da turistik bir otel inşası ise uzun vadeli bir iştir. Gerçekleşip gerçekleşmeyeceği bilinmemektedir. Fakat ortaya çıkan bu fırsattan yararlanıp Halkevinin binası, otel şekline dönüştürülebilir. Bu yapılırsa bundan Konya ve Konyalı kârlı çıkacaktır. Ancak bu oteli, mutlaka ehil insanlar işletmelidir (Keymen, 1951, 2).

Öte yandan Halkevlerinin hazineye intikali üzerine birkaç gün içinde şehirde bir heyet oluşturulmuş; bu heyet, menkul ve gayrimenkullerin hazine adına teslim alma işine başlamıştır. Bu heyetin çalışmaları esnasında basında, Halkevinin dispanser veya hastane olarak kullanılacağı haberleri çıkmıştır. Hatta dispanserin mevcut yatak adedinin yeterli olmadığından bahisle, Halkevinin bu binaya taşınacağı duyurulmuştur (Şehrimiz Halkevi Hastane mi Olacak? 1951, 1).

*Yeni Meram*’daki başyazısında Dr. İsmail Işık, Konya Halkevi binasının hastane daha doğrusu Belediye hastanesi yapılmasını önermiştir. Çünkü Konya’daki tek devlet hastanesi Memleket Hastanesi’dir. O da yeterli değildir. Konyalı bundan çok mustarip ve şikâyetçidir. İlçelerden gelen hastalar Memleket Hastanesi’ni fazlasıyla doldurmaktadır. Polikliniklere olan hücumdan ve doktor sayısının azlığından buralardan tam netice alınamamaktadır. O halde yapılacak iş, Halkevi binasını Belediye hastanesine dönüştürmektir. Memleket Hastanesi’nin yükünü hafifletmek için de buna ihtiyaç vardır. Bu durumda belde halkına daha bir itina ile bakılacaktır. Dolayısıyla hastalar daha çabuk iyileşecek, sağlıklarına daha erken kavuşacaklardır (Işık, 1951a, 1). Aslında Dr. İsmail Işık, Konya’daki hastane sorunu üzerinde şehrin Valisine ithaf ettiği başka bir makale de yazmış; bu konuya acil bir çözüm bulunmasını istemiş, yukarıda nakledilen görüşlerini bir bakıma burada da ifade etmiştir (Işık, 1951b, 1-3).

Mansur Sina müstearıyla yazan Mahmut Sural, Dr. Hulki Amil Keymen'in de Dr. İsmail Işık'ın bu konudaki yazılarını okuduğunu belirtmiş, onların ileri sürdükleri görüşlere şiddetle karşı çıkmıştır. Zira ona göre bu kabil öneriler, insana ortada bir yağma var hissini vermektedir. Oysa memleketin hastaneden yahut turistik otelden çok daha öncelikli bir kültür sorunu vardır. Ülkedeki insanların yüzde sekseni okuma yazma bilmemektedir. Her türlü hastalık ve kötülükler, hatta turist celp edememe de dâhil her şey cehaletten ileri gelmektedir. Eğer bugüne kadar Halkevleri gayelerine istendiği gibi hizmet edememişse, bunun eksikliği hissedilmişse, yeni iktidarın bunları gidermesi gerekmektedir. Kısaca Mansur Sina, Halkevi binasının otel yahut Belediye hastanesi olmasını istememekte, partiler üstü bir kültür kurumu halinde kalmasını ve her sınıf vatandaşın bu kurumdan yararlanmasını ve yararlandırılmasını önermektedir (Sina, 1951, 2).

Halkevlerinden hastane olarak yararlanma fikri sadece Konya'da değil, yurt içinde başka yerlerde de ifade edilmiştir. Sözcüleri basında Biga Halkevi'nin Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı emrine verildiği haberi ile karşılaşılmıştır. Diğer Halkevlerinin de Sağlık Bakanlığına ve Milli Eğitim Bakanlığına devredileceği, bu binalardan genellikle hastane olarak yararlanılacağı şeklinde yorumlar da eksik olmamıştır. Dolayısıyla basında yer alan bu Ankara kaynaklı haberler, Konya'daki kamuoyuna bir hayli meşgul etmiş, bu tür yorumların ortaya çıkmasına katkıda bulunmuştur (Halkevleri Hastane Olarak Kullanılacak, 1951, 1).

Konya Halkevi binasının Çocuk Esirgeme Kurumuna verilmesi başlangıçta çok insanî bir fikir gibi gelmiştir. Ancak Çocuk Esirgeme Kurumunun kendilerine ait binası, çocuk esirgeme davasından başka her işe tahsis edilmiştir. Ticaret Lisesi olmuş; salonlarında toplantılar yapılmış, Ordu Komutanlığı emrine verilmiş; uzun müddet bomboş kalmış, nihayet son defa Verem Hastanesi yapılmak üzere kiralanmıştır. Görüldüğü gibi elde Çocuk Esirgeme Kurumunun büyük bir binası bulunduğu halde bu bina, hiçbir zaman asıl amacına uygun bir şekilde kullanılmamıştır (Keymen, 1951, 2). Celalettin Kışmir de, Halkevinin çocuk yuvası haline getirilmesini uygun bulmamış, burasının hastane de, okul da olamayacağını belirtmiştir. Yazısında bu binanın kültür yuvası dışında bir maksatla kullanılmaması gerektiğini hatırlatmıştır (Kışmir, 1951, 2).

Kanaatimizce, eldeki bina değerlendirilirken gerçekten fayda sağlamaktan çok bir an önce binayı Halkevinden devralmak ve bunu yaparken de her çeşit itirazın önüne geçmek birincil amaç olmuştur. İhtiyaç olmadığı halde binanın Çocuk Esirgeme Kurumuna devri ve ilerleyen süreçte verimli kullanılmayışı büyük ölçüde bu kaygıların sonucudur.

### **2.1. İl Merkezindeki Halkevi Binaları**

Halkevlerinin Konya'daki binaları, ilkin merkezdeki binalar daha sonra da ilçelerdeki binalar olmak üzere iki grupta incelenecektir. İlk olarak şehir merkezindeki Halkevi binaları değerlendirilecektir.

Konya merkezindeki iki tane Halkevi binası vardır. Bunlardan ilki Alaeddin tepesindeki eski binadır. Konya'daki önemli toplanma yerlerinden biridir. Her insanın serbestçe girebileceği bir yerdir. Halkevlerinin kuruluş yılı olan 1932'den 1950 yılı Mart sonuna kadar hizmet vermiştir. Bu bina aynı zamanda öğretmenlere de kucağını açmıştır. Muallimler Birliği Muhasebe-i Hususiyye'ye ait binadadır. Bu binanın satılması üzerine Muallimler Birliği, Halkevi'nde kendilerine ayrılan yere nakletmiştir (Muallimler Birliği Halkevine Nakletti, 1933, 1).

Tahir Kurşun'a göre bu binanın önünde ufacık bir çimenlik ve çiçek bahçesi vardır. İki kattan ibarettir. Taş merdivenlerden çıkınca sol tarafta bir odayla karşılaşmaktadır. Burası müzik odası olarak kullanılmaktadır. Ancak aynı zamanda pinpon masası vardır ve zaman zaman burada pinpon oynayan gençlere rastlanmaktadır. Müzik kursları verilirken pinpon oynamak yasaktır.

İkinci katta iki oda ve bir salonla karşılaşmaktadır. Bunlardan birisi kütüphane odasıdır. Halkevi salonu da ise çeşitli faaliyetlere sahne olan en önemli mekândır. Tahir Kurşun'un da dediği gibi bina, dokuz komitenin ihtiyacını karşılamaya yeterli değildir. Bu yüzden Halkevi'nde açılan çeşitli kurslar, Gazi İlkokulu'nda verilmektedir (Kurşun, 1935a,1).

Yine Tahir Kurşun'un belirttiğine göre kuraklık yıllarının uzun sürmesi ve ekonomik sıkıntılar yüzünden yeni bir bina yapmak mümkün olmamıştır. Ancak Halkevi'nin faaliyetlerinin hızlanması için yeni bir binaya ihtiyaç vardır. Kurşun, bunun için Sanat Okulu'nun Halkevi yapılmasını önermiştir. Çünkü burası bir hayli geniştir, bu binada bütün komitelere birer oda verilebilir; çeşitli sergiler açılabilir, ayrıca tiyatro için bir de salonu bulunmaktadır. Üstelik binanın önünde geniş bir alan vardır. Birtakım sportif faaliyetler için bu alandan yararlanılabilir (Kurşun, 1935b, 1).

Komitelerinin rahatça çalışacağı bir ortamı yaratmak için Halkevi, binanın orta katından da yararlanmak istemiş, bu maksatla orta kattaki salon ve odayı kullanan şehrin en kıdemli spor kulübü olan İdman Yurdu'nu oradan çıkarmak istemiştir. İdman Yurdu ise salonu bir hayli para harcayarak modern ve güzel bir şekle sokmuştur. Basında İdman Yurdu yetkililerinin, yaptıkları masrafı Halkevi'nden talep ettikleri yolunda haberler çıkmıştır (Halkevi, 1936, 1). Neticede Halkevinin orta katında oturan İdman Yurdu, binada daha fazla kalamamış; Çarşı içinde CHP'sinin İlçe Yönetim Kurulundan boşalan binaya taşınmıştır (İdman Yurdu Yeni Kurağa Taşındı, 1936, 1).

Öte yandan 1936 yılında Halkevine tahsis edilen para altı bin liradır. Bunun ancak 2500 lirası komitelere dağıtılacaktır. Halkevi Yönetim Kurulu bir de bu parayla seyyar sinema makinesi alarak köylere gitmek niyetindedir. Dolayısıyla bu parayla yeni bir bina yapmak mümkün değildir (Halkevi Bütçesi, 1936, 3). Yeni bir bina yapılması yerine, Halkevi binasına bir salon eklenmesini de önerenler olmuştur (Seyyar Sinema, 1936, 3).

Halkevi, Alaeddin tepesindeki yerinde kalmalıdır. Yenisi yapılacaksa bile yine eski yerinde inşa edilmelidir. Çünkü bulunduğu yer, şehir planında özel bir konuma sahiptir. Ancak eski binanın yıkılması yahut tadil edilerek yeni kısımların eklenmesi iyi irdelenmesi ve tartışılması gereken bir konudur. Bu, maddi güçle ve mimarî düşünceyle de ilgilidir. Binanın eski yerinde inşa edilmesi, kesinlikle maliyeti düşürecektir. Dolayısıyla Halkevi binasının şehrin eski veya yeni semtlerinden birinde kurulmasını istemek, son derece yanlış ve isabetsiz bir görüştür (Halkevi Nerede Kurulmalı, 1939, 1).

Bir başka haberden öğrenildiğine göre Halkevi binasının yeniden yaptırılması kararlaştırılmış ve yerinin belirlenmesi için Nafia Vekâleti, bir uzmanını Konya'ya göndermiştir. M. Laber adını taşıyan bu uzman, yeni bina için, Belediye sinemasının önünde ve Taksim kahvehanesinin karşısındaki köşeyi uygun bulduğunu belirtmiştir. Burada bir çeşme ve tepeye çıkılan yol vardır. Uzmanın iyi ve güzel bir yer tayin ettiği bildirilmiş, şehrin yeni imar planından etkilenmeyeceği vurgulanmıştır. Ayrıca yeni Halkevi binasının inşa masrafına yardım olmak üzere hususi bütçeye 25 bin liralık ödenek konulmuştur. CHP Sekreterliğinin de bu işe parasal katkıda bulunacağı açıklanmıştır (Halkevi Nerede Kurulacak, 1940, 1).

Ne var ki Halkevi binasını yeniden kurmaktan çok elden geçirip onarılması ön planda tutulmuş; öncelikle önündeki bahçe hummalı bir çalışma ile tanzim edilmiştir. Etrafı duvarlarla çevrilmiş ve içerisi beyaz taşlarla örtülmüştür. Bahçeye bir de büfe konulmuştur. Böylece herkesin ailesiyle birlikte gelmesi ve çiçeklerle süslü bir manzara içinde Halkevi'nden yararlanması amaçlanmıştır (Günün Meseleleri, 1942, 2).

Bahçedeki büfeden sonra binanın diğer eksikleri giderilmiş, kısa bir süre içinde; kütüphanesi, müzik salonu, temsil odası düzene sokulmuştur. Bunların gerçekleştirilmesinde Halkevi kâtibi Fuat Berkmen'in çok emeği geçmiştir. Bu düzenlemelere ek olarak da Halkevi bahçesine bir de havuzun yaptırılacağı duyurulmuştur (Halkevi Faaliyeti, 1942, 2). İki yıl sonra binanın tamiri yapılmış; kiremitleri aktarılmış, duvarlar badana edilmiş ve boyanmıştır. Bahçede bulunması istenen havuz için gerekli hazırlıklara başlanılmıştır (Halkevinin Tamiri, 1944, 2).

Devir işlemleri yasal zemine oturtulduktan sonra özel idarelerle, Belediyelerin eski kayıtları yeniden incelenmiştir. Bu arada eski Halkevi binasının yapıldığı arsanın, Belediye'den 400 liraya parti hesabına alındığı tespit edilmiştir. Aslında bu 400 lira da Belediye'den çıkmış, zamanın hükümet partisi olan CHP'sine yardım olsun diye verilmiştir. O sırada bu eski Halkevi binasının üst katında Gençler Birliği Spor Kulübü kiracı olarak oturmakta, alt katta Millî kitaplık bulunmaktadır. Binanın eski sahibi olan Belediye'ye devredilmesi için gerekli işlemlere hemen başlanmıştır (Güler misiniz, Ağlar mısınız? 1951, 1).

Alaeddin tepesindeki Halk sineması da Belediye'ye ait binalardır. Bu sinemaya Belediye sineması da denilmektedir. Buradaki gayrimenkullerden iki bina ile iki bahçenin tapu muamelesi öncelikle tamamlanmış ve yeni tapular, sahibine

verilmek üzere vilayete gönderilmiştir. Bu gayrimenkuller, 521, 522, 411 ve 412 numaralı tapularla Belediye adına tescil edilmiştir (Belediye Sineması ile Eski Halkevi Binası Belediye Adına Tapuya Tescil Edildi, 1951, 1). Bir ara Eski Halkevi'nin üst kısmına şehrin Sağlık Müzesi'nin taşınacağı bildirilmiş, Sağlık Müzesi'nden boşalan yere de Ticaret Odası'nın nakledileceği duyurulmuştur (Eski Halkevi Sağlık Müzesi Oluyor, 1952, s.1). Kitaplık ise bir müddet daha burada kalmış, ancak üç yıl sonra yeni Halkevi'nin üst katına taşınmıştır (Milli Kitaplık, Eski Halkevine Taşınacak, 1954, 2). Şair ve yazar Rıdvan Bülbül, binanın yıkılacağı gerekçesiyle bu taşınmanın yapıldığını ileri sürmüştür (Bülbül, 1954, 1).

Konya'da yeni bir Halkevi binası yapmak fikrinden asla vazgeçilmemiştir. Nihayet 1945 yılında Vali İzzettin Çağpar, şehrin imar sorunlarıyla ilgili düzenlediği bir basın toplantısında yeni Halkevi binasının, Anıt'ta Konya Lisesi'nin karşısındaki eski Millet bahçesinde yapılacağını bildirmiştir (Vilayette Gazeteciler Toplantısı, 1945, 1). Bunun için gerekli kamulaştırma muamelesine başlanmış ve 1946 yılı Ocak ayında kamulaştırma tamamlanmıştır (Valimiz Gazetecilerle Aylık Toplantısını Yaptı, 1946, 1). Bu arada kimlere ait mülklerin kamulaştırıldığı basın yoluyla duyurulmuştur (Enkaz Satışı, 1946, 4). Daha sonra yeni Halkevi binasının yerini görmek ve projesini yapmak amacıyla Yüksek Mimar Şevki Balmumcu, İstanbul'dan Konya'ya gelerek incelemelerde bulunmuştur (Yeni Halkevi Yapısı İçin, 1946, 2).

Konya Halkevinin yeni bir binaya kavuşması için dönemin iktidar partisi olan CHP'ye çok iş düşmüş, nihayet 25 Mayıs 1946 Cumartesi günü saat 12: 30'da temelin atılması uygun görülmüştür. Söz konusu tarihte binden fazla davetli huzurunda temel atma töreni gerçekleştirilmiş, otobüslerle gelen misafirler yerlerine ulaştırılmıştır (Halkevinin Temeli Törenle Atıldı, 1946, 1).

Binanın temeli atılmış ama inşaat bir türlü ilerlememiştir. Bunun başlıca sebebi ödenek yokluğudur. Bu durum basında eleştirilere yol açmıştır. Böcüoğlu müstearıyla yazan Sabit Günbay, bu konudaki eleştirisini şöyle dile getirmiştir:

“Halkevi'nin inşa parasını bankaya koymadan, malzemesini tedarik etmeden şu ev buhranı sırasında canım evlere kıydık. İşittik ki 1947 bütçesinden de yapılmasına imkân yokmuş.” (Böcüoğlu, 1946, 1).

Halkevi binasının inşaatındaki gecikme; doğru yerin seçilmediği yolunda şehirdeki bazı insanlarda tereddütler uyandırmış, *Selçuk* gazetesi de hem Halkevi'nin eski binası hem de yapılacak yeni bina ile ilgili beş soruluk anket düzenlemiş, bu konuda kamuoyunun ne düşündüğünü öğrenmeye çalışmıştır (Anketimiz, 1947a, 1). Ankete cevap verenler, genellikle şehrin en güzel yeri olan bu sahanın bir harabe haline geldiğini, burasının bir düzene sokulmasını, Halkevi'nin de bir an önce yapılmasını istemişlerdir (Anketimiz, 1947b, 1).

Halkevi binasının yapımındaki gecikme, Konya Cumhuriyet Halk Partisi İl İdare Başkanlığını da harekete geçirmiştir. Nihayet gerekli hazırlık yapıldıktan sonra Parti İl Yönetimi Halkevi inşaatını 212. 609. 39 (iki yüz on iki bin altı yüz dokuz lira



otuz dokuz kuruş) gibi bir bedelle kapalı zarf usulü ile eksiltmeye çıkarmış, geçici teminatı da 11.880.47(on bir bin sekiz yüz seksen lira, kırk yedi kuruş) olarak belirlemiştir (Halkevi İnşaatı, 1948, 4).

Yeni Halkevi binası o zamanlar birçok kişinin merak ettiği bir yapıdır. Binayı bizzat görüp izlenimlerini yazan Ali Rıdvan Bülbül'e göre burası geç ama güzel olmuştur. Bu güzel binanın en büyük eksikliği havalandırma cihazının olmayışıdır. Havalandırma olayının çözülmesi şarttır. Yine bir an önce yıkılan ev enkazının kaldırılması, etrafın süpürülmesi, düzenlenmesi gerekmektedir (Bülbül, 1950, 2). İş Bankası Genel Merkezi de bu yeni Halkevi sahnesi için bir otomatik perde hediye etmiştir (Yeni Halkevi Sahnesine İş Bankasının Hediyesi, 1950, 1).

Halkevi, 1950 yılının Mart ayı sonunda yeni binasına taşınmıştır. Ancak birtakım faaliyetlerin daha önceden burada yapılmasına izin verildiği görülmektedir. Askeri Ortaokulun ikinci Aile toplantısı 4 Mart Cumartesi günü saat 20: 00'de yeni Halkevi salonunda yapılmıştır (Askeri Ortaokulun İkinci Aile Toplantısı, 1950, 2). Yine Konya Kız Öğretmen Okulu öğrencileri, yeni Halkevi salonunda Eskişehir'de su baskınından zarar görenlere yardım amacıyla 1 Nisan 1950 Cumartesi günü akşamı bir müsamerde, *Tarih Diyor ki* oyunu sahnelenmiştir. Bu, orada gerçekleştirilen ilk tiyatro etkinliğidir (Halkevi Yakında Yeni Binasına Gececek, 1950, 2).

Bu yeni Halkevi binasından ilk yararlanmak isteyen Milli Eğitim kadroları olmuştur. Çünkü liseler dört yıla çıkarılınca 1953 yılından itibaren Konya Lisesi'nde yeniden açılacak 4. sınıf için mevcut binanın yeterli olmayacağı anlaşılmış, bu işe en elverişli binanın da Halkevi binası olduğu ileri sürülmüştür. Şehirde bu binanın muhakkak surette Konya Lisesi'ne verileceği söylentisi yayılmıştır (Lise'nin 4. Sınıfı İçin Halkevinden İstifade Edilecektir, 1952, 2). Söylentiler doğru çıkmış, binanın tahsis emri Vilâyete gelmiştir. Bina Konya Lisesi'nin emrine verilmiş, içindeki eşyaların Milli Eğitim Müdürlüğüne, Halkevi kitaplığındaki kitapların Konya Kitaplığına, müzik âletleri ile diğer araçların da Millî Eğitim Müdürlüğüne lüzum göstereceği yerlere teslim edilmesi kararlaştırılmıştır. Eşyaların ve binanın tahsis edilen kurumlara teslim işine 20 Mayıs 1952 Salı günü başlanacağı haber verilmiştir (Konya Halkevi Konya Lisesine Tahsis Edildi, 1952, 2). Bu arada Konya Defterdarlığı, henüz yeni açılan (Şehrimizde Yeni Halkevi binasında İpek Sineması Açıldı, 1951, 2) İpek Sineması'ndan burasını, on gün içinde tahliye etmesini istemiştir (Halkevi ve İpek Sineması, 1952, 1-2).

## **2.2. İlçelerdeki Halkevi Binaları**

Konya ilçelerinde Halkevlerinin kurulması zaman içinde gerçekleştirilmiştir. Söğelişi Cumhuriyet Halk Partisi, Vilayete bağlı Kadınhanı, Ilgın ve Akşehir ilçelerinde yeni birer Halkevi binası yapılacağını açıklamış, bu hususta adı geçen ilçelerde incelemelerde bulunmak üzere vilayet yetkililerinden bir mimarın görevlendirilmesini istemiştir (Her Kazada Bir Halkevinin Kurulması Kararlaştırıldı, 1938, 3). Ereğli'de Halkevi binası yapılması için 1936 yılında

teşebbüse geçilmiş, yönetici ve üyelerin yardımıyla toplanan parayla kamulaştırma işine başlanıldığı duyurulmuştur (Ereğli'de İmar Hareketleri, 1936, 1).

İlçelerdeki yerel yönetimler içinde en hızlı davrananı Akşehir ilçesi olmuştur. Akşehir Halkevi binası; en çok merak edilen, bir an önce ele geçirilmesi istenen binalardandır. Zira resmi daire ve müesseselerin siyasi partilere bedelsiz mal devredemeyeceklerine dair hazırlanan kanun tasarısı Büyük Millet Meclisi'nde daha gündeme bile alınmamışken, Akşehir Halkevi'nin millet ve devlet hizmetinde kullanılması yolunda fikir beyan edilmiştir. Buna göre Akşehir 80187 nüfuslu koca bir ilçedir ama hükümet binası yoktur. 4554 kilometrelik bir sahayı kaplayan Akşehir, kirayla tutulan bir binadan yönetilmekte ve bunun için de her yıl binlerce lira kira ödemektedir.

Demokrat Parti iktidarının hazırlamış olduğu Halkevleri yasası çıktıktan sonra Akşehir Halkevi binasının hükümet binası olarak kullanılması için vilayetten talepte bulunulması kararlaştırılmıştır. Bu talebin vilâyetçe de uygun görüleceği ve bu suretle her yıl millet kesesinden ödenen binlerce liranın yine milletin kesesinde kalacağı belirtilmiştir (Akşehir Halkevi binasının Hükümet Konağı Yapılmasını Teklif Ediyoruz, 1951, 1).

Öte yandan Akşehir Belediye Meclisi 20 Ağustos 1951 Pazartesi günü fevkalade bir toplantı yapmış; 12 üyenin verdiği bir tavrı görüşmüş ve bunu oy çokluğu ile kabul etmiştir. Üyeler, bu tavrılarında Halkevleri hakkında yeni çıkan 5830 sayılı kanunun 3 ve 7. maddelerine dayanılarak Akşehir Halkevi binasının Belediyece "Akşehir Memleket Evi" adıyla bütün siyasî hareketlerden uzak kalan bir kurum haline getirilmesini istemişlerdir.

Yine bu müzakereler esnasında, Akşehir Halkevinin inşa edildiği 200 bin lira değerindeki arsanın CHP tarafından Belediyeden 100 liraya alındığı tespit edilmiş ve Halkevi inşaatı için Belediyenin 40 bin liralık bir yardım yaptığı ortaya çıkmıştır. Bu bakımdan Halkevinin Belediye adına tescili mümkündür ama Belediyenin Halkevinin "Akşehir Memleket Evi" şeklinde bir isim değişikliği ile sürdürmesi imkânsızdır yolunda görüş belirtilmiştir. Bu görüşten hareket edilerek "Akşehir Belediye Meclisinin almış olduğu bu karar yasal değildir, Belediye Kanununun 74 üncü maddesine göre iptal edilmesi gerekmektedir" denilmiştir (Akşehir Halkevi Bir İsim Değişikliğiyle Belediyeye Mal Edilebilir mi? 1951, 1). Bu olumsuz yorumlara rağmen, Belediye Meclisinin; bu kararının uygulanabilmesi için Vilâyet, Maliye ve İçişleri Bakanlıkları nezdinde teşebbüse geçeceği duyurulmuştur (Akşehir Halkevi Binası "Memleket Evi" Oluyor, 1951, 1).

Sezai Sabit, "Dünden Bugüne" üst başlığı altında yazdığı "Gaflet" adlı yazısında Akşehir Halkevi binasının yerinde bir kararla "Akşehir Memleket Evi" namıyla bir kültür yuvası haline getirilmesini alkışlamış; bu metni, Halkevlerinin kapısına kilit vuran gayretkeşlere örnek göstermiştir. Vaktiyle Akşehir Belediyesinin 40.000 lira gibi bir yardımda bulunduğu bu bina hakkında; "memleketin kültür ihtiyaçlarını karşılayacak bir irfan müessesesi halinde muhafaza etmek ve bütün

siyasi faaliyetlerden uzak kalmak” gibi makul bir karar verilmesini takdir etmiştir. Ayrıca birtakım kanun maddelerini zikrederek, *Yeni Meram* gazetesinin Belediye'nin böyle bir karar almaya hakkı ve yetkisi bulunmadığı yolundaki görüşlerinin yanlışlığını ortaya koymuştur (Sabit, 1951, 3).

Akşehir Halkevi binası sorununu hükümet çözmüştür. Zira binanın hazineye devir işleminden ve bu tartışmalardan sonra Halkevi binasının hükümet konağı olarak kullanılması, Bakanlar Kurulunun 8.11.1951 gün ve 13908/13909 sayılı kararıyla kesinleşmiştir. Bu karar üzerine kaymakamlık makamı, tahrirat kalemi, nüfus, tapu ve iskân daireleri, veteriner müdürlüğü, tarım, özel idare, köy bürosuyla jandarma santralinin binaya nakli kararlaştırılmıştır. Nakil işlemi onaylanınca; daireler taşınma hazırlığına, binanın içinde oturanlar da hemen boşaltma çalışmalarına başlamışlardır. Hükümet konağının nakli ile hazinenin yılda 1345 lira kira bedelinden kurtulduğu ifade edilmiştir (Akşehir Halkevi binası Hükümet Konağı Oluyor, 1952, 1). Üç sene sonra bu bina da tahliye edilecek, bina sıkıntısı çeken; bu yüzden öğretmen kadrosu verilmeyen Akşam Kız Sanat Okulu bu binaya geçecektir (Akşehir'de Halkevi Tahliye Ediliyor, 1955, 1).

Çumra ilçesi, Halkevi binasını en erken yapan ilçelerden birisidir. Bina ilçenin istasyon arkasındaki gençlik parkının kenarında kurulmuştur. Çumra Belediyesi Halkevi inşası için parkın önünde 1500 murabbalık bir arsa vermiştir. Daha sonra bunun yetmeyeceği göz önüne alınarak 8 Ağustos 1945 tarihli oturumda, Belediye Meclisi, Halkevi için 3900 murabbalık bir arsayı bedelinin altında bir fiyata vermeyi kararlaştırmıştır. Çumra Halkevi binasının maliyetinin yüz bin liraya çıkacağı tahmin edilmiş, bunun elli bin lirasını mahallen temin edilmesinin yerinde olacağı bildirilmiştir. Halk bu konuya çekimser kalmamış, daha ilk günden itibaren yardımını esirgememiştir. Halkevi binasının inşası için kaymakamın başkanlığında bir toplantı yapılmış; inşaat işlerini takip etmek üzere bir komisyon oluşturulmuştur. İnşaat heyeti hazırlıklarını tamamladıktan sonra, bina için lüzumlu taşların ocaklardan çıkarılmasını eksiltmeye koymuştur (Çumra Mektubu, 1945, 3).

Öbür yandan da hemen işe başlanılmış; temeller kazdırılmış, 31 Ağustos 1945 Zafer Bayramı günü de kalabalık bir insan topluluğu huzurunda temel atma töreni yapılmıştır (Çumra'da Yapıtılacak Halkevinin Temeli Törenle Atıldı, 1945, 2). İnşaat hızla ilerlemiş, binanın duvarları Aralık (1945) ayı sonunda bitirilmiş, çatı inşaatı ihale edilmiş (Çumra Halkevi İnşaat Komisyonundan, 1946, 3), hatta Halkevi kütüphanesi için fiş dolapları sipariş verilmiştir (Halkevi Başkanlığından, 1945, 3). Çumra Halkevinin inşaatı bir buçuk yılı aşan bir zaman dilimi içinde tamamlanmış, sıra açılışa gelmiştir. Halkevi binasının açılışı 11 Ocak 1947 Cumartesi günü yapılmıştır. Basının yazdığına göre bina beğenilmiş; Çumra için büyük bir kazanç sayılmış, hatta birçok ilin Halkevleri ile kıyas kabul etmez derecede yararlı ve güzel bulunmuştur (Çumra'da Yeni Halkevi Binası Açıldı, 1947, 2).

İşte yapılışı böyle gerçekleştirilen bu binanın bundan sonraki durumu hakkında şunlar söylenebilir: Milli Eğitim yetkilileri ilçe merkezine 12 kilometre uzaklıktaki İçeri Çumra Ortaokulunu merkeze getirmeyi düşünmektedir. O yıl

Çumra Ortaokulu'na 28 öğrenci kaydolmuştur (İçeri Çumra Ortaokulu Merkeze Taşınıyor, 1951, 2). Hazineye geçmiş olan Çumra Halkevi binası Milli Eğitim emrine verilmiştir. Millî Eğitim de bu binayı, Çumra Ortaokulu'na tahsis etmiştir. Ancak İçeri Çumra'da bulunan Ortaokulun buraya nakledilmesine karar verilmekle birlikte bu kararın tatbiki bir süre ertelenecektir (Çumra Halkevi Milli Eğitim Emrine Verildi, 1952, 2).

Beyşehir Halkevinin ortaokul olması ta işin başlangıcından itibaren düşünülmüş bir husustur. Nitekim bu Halkevinin ortaokul olmaya elverişli olup olmadığını tetkik etmek üzere Konya Milli Eğitim Müdürü Nazım Esen, 9 Ocak 1952 Çarşamba günü Beyşehir'e gitmiştir. Bu incelemede Bayındırlık Müdürü ile İl Defterdarı da hazır bulunmuşlardır. Söz konusu tarihte ortaokul olarak kullanılmakta olan bina ile Belediye ve hazineye geçen Halkevi binalarından, hangisi elverişli ise bu işe tahsis edileceği duyurulmuştur (Beyşehir Halkevi Binası Hangi İşe Tahsis Edilecek, 1952, 2). Daha sonra Valilik, bu binanın Belediye binası olmasını kararlaştıracak, Belediyenin şimdi oturduğu bina, Beyşehir ortaokuluna tahsis edilecek, ortaokul binası da bir ilkokula verilecektir (İlimizdeki Halkevlerinden Ne Şekilde İstifade Edilecek?, 1951, 1).

Karaman ilçesi eski Halkevi binasının Erkek Sanat Okulu olarak kullanılmak üzere verilmesi uygun görülmüştür. Bu hususta Bakanlar Kurulunun tahsis emri Milli Eğitim Bakanlığına gelmiş ve Bakanlık da bu binanın bu iş'te kullanılıp kullanılmayacağını tetkik edilmesini il yönetimine bildirmiştir (Karaman Halkevi Binası Enstitü Olacak, 1952, 1).

Öte yandan Karaman Halkevinin eşyaları konusunda daha bu kararlar alınmadan önce bir hayli dedikodu çıkmış, hatta bir kısmının satışa çıkarıldığı ileri sürülmüştür. Halkevine ait sandalyelerin son anda satılmaktan kurtarıldığı isim ve yer bildirilerek suretiyle açıklanmıştır. Bu arada Halkevine ait yazı makinesinin ne olduğu, Halkevinin başkandan başkana devrine ait eşya listeleriyle, demirbaş defterinin kimlerde kaldığı ve neden aranmadığı sorulmuştur (Karaman Halkevinin Eşyalarını Ortadan Kaldırırvermişler, 1951, 1).

Seydişehir Halkevi'nin, Hükümet Konağı olarak kullanılması kararlaştırılmıştır. Binaya öncelikle kaymakamlık, tahrirat kâtipliği, nüfus, tapu ve maliye daireleri geçmişlerdir. Artan bir odaya da veteriner dairesinin geçmesi uygun görülmüştür. Bu binanın arka kısmında adalet dairesinin inşası için keşif yaptırılmış ve istenecek 13 bin lira ile odaların tefriş edilmesi yönünde karara varılmıştır (Seydişehir Halkevi Hükümet Konağı Oluyor, 1952, 2).

Diğer Halkevi binalarına gelince: Bunların içinde Ereğli Halkevi binası hakkında hiçbir bilgi bulunmamaktadır. Bakanlığa gönderilen ya da Bakanlıktan gelen yazılarda da bu adın basına yansımadağı görülmüştür. Diğerleri hakkındaki ise bilgi vermek mümkündür. Bu binalardan ne şekilde yararlanılacağı uzun bir inceleme konusu olmuş, neticede Bakanlar Kurulu bu binaların ne şekilde

kullanılması hususunda takdir hakkını binaların bulunduğu yerin Valisine bırakmıştır.

Konya Valiliği, Bakanlar Kurulunun bu kararına uymuş; Konya’da mevcut 9 Halkevinin en yararlı ve uygun şekilde hangi hizmetlerde kullanılabileceğini tespit ederek, keyfiyeti ilgili Bakanlıklara bildirmiştir. Daha önce bahsedilen binalara ek olarak da Akşehir-Tuzlukçu Halkevinin hükümet konağı olacağı açıklanmıştır. Akşehir-Yunak Halkevi ise, milli eğitim emrine verilmiştir. Yine Akşehir – Turgutlu Halkevi binası hükümet konağı olmuş, (İlimizdeki Halkevlerinden Ne Şekilde İstifade Edilecek? 1951, 1) Cihanbeyli Halkevi binasının da, adalet binası olarak hizmet vermesi uygun görülmüştür (Halkevi Binaları Hangi İşlerde Kullanılacak, 1951, 1).

Öte yandan Bayındırlık Bakanlığı hükümet konakları inşa programı adı altında çalışmalarını sürdürmüş, 15 yıl içinde dört il ve 144 ilçe merkezinde hükümet binası yapılması için 25 milyon liranın sarf edileceğini açıklamıştır. Yine aynı Bakanlık, Maliye Bakanlığından, Halkevlerinden ve CHP’den alınan binalardan hükümet binası olmağa elverişli bulunanların Bakanlığa devredilmesini istemiştir. Bu suretle bina temin edildiği takdirde, inşa programının yeni baştan gözden geçirileceği bildirilmiştir (Hükümet Konakları, 1951, 1).

Bu çalışmaların neticesinde Karaman (Karaman Hükümet Konağının Temel Atma Töreni, 1952, 1) ve Akşehir, (Akşehir Halkevi Binası Hükümet Konağı Oluyor, 1952, 1) kısa zamanda yeni hükümet konağına kavuşacaktır. Hadim’de ise yanan hükümet konağı (Hadim Hükümet Konağı Yandı, 1951, 2), yerine Belediyenin gayretiyle yenisi yapılacaktır (Hadim Hükümet Konağı İnşaatına Başlanıyor, 1951, 1). Dolayısıyla bu örneklerden de anlaşılacağı üzere bazı Halkevi binalarından farklı alanlarda yararlanma; iki, üç yıl, bazılarında ise çok daha uzun süreli olacaktır.

## SONUÇ

Türkiye’de 14 Mayıs 1950 Pazar günü yapılan milletvekili genel seçimini Demokrat Parti kazanmıştır. Seçimden sonra hükümet olan Demokrat Parti’nin ilk yaptığı işlerden birisi Atatürk döneminin kültür kurumlarından Halkevlerini kapatmak olmuştur. Bu partinin girişimiyle Türkiye Büyük Millet Meclisinin 8 Ağustos 1951 tarihli oturumunda, Halkevinin kapatılması kararlaştırılmıştır. Karar, 5830 sayılı yasa 11 Ağustos 1951 tarihinde resmi gazete yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Kanunun yürürlüğe girmesinden itibaren Halkevlerinin binalarının ne olacağı, hangi kurumlara verileceği bir hayli tartışılmıştır. Bu tartışmaların yoğun olduğu yerlerden birisi de Konya’dır. Makalede de işaret edildiği gibi Halkevlerinin kapatılmasında fikirleriyle, önergeleriyle, tartışmalarındaki tutumlarıyla Konyalı bazı milletvekillerinin hep ön saflarda olduğu görülmüştür. Onların bu sert ve yanlı tutumlarından yerel basın da olumsuz yönde etkilenmiştir.

Halkevlerinin kapatılmasına Mansur Sina, Remzi Yılmaz, Muhlis Koner, Suat Abanâzır, Celalettin Kışmır gibi yazarlar karşı çıkmışlar, Halkevi'nin bilhassa partizanca amaçlar için kullanılmaması gerektiği hususuna dikkat çekmişlerdir. Hatta Muhlis Koner gibi bir idare ve fikir adamı, Halkevinin kapatılmasının Atatürk'ün ruhunu incittiği görüşünü ifade etmiştir. Mansur Sina, Demokrat Parti'nin Halkevlerinin ıslahı üzerinde durmamasını da eleştirmiştir.

Buna karşılık Dr. İsmail Işık, Dr. Hulki Âmil Keymen gibi meslek adamları ile *Babalık* gazetesi başyazarı Afif Evren, Halkevlerinin hastane, otel gibi farklı alanlarda kullanılmasını önermişler, bunların o sıralarda Konyalıların başta gelen ihtiyaçları olduğunu vurgulamışlardır. Ancak Halkevlerinin neden dolayı kapatıldığı konusu üzerinde yoğunlaşmamışlar, bu kurumların zaman içinde eksiklerini, yanlışlarını gösteren sözler söylememişlerdir.

Konya Halkevi binalarını inşa etmenin öyle kolay bir iş olmadığı Konya ve Çumra, Ereğli Halkevi örneklerinden de anlaşılmıştır. Zira yılları alan ve uzun süreli bir çaba isteyen bu işlerin halkın desteği olmadan gerçekleşmesinin çok zor olduğu görülmüştür. Ereğli'de ise yönetim kadrolarının gayret ve yardımıyla toplanan parayla hemen istimlak işine başlanmış, Halkevi binasının on beş bin liraya çıkacağı belirtilmiştir (Ereğli'de İmar Hareketleri, 1936, 1).

Yine Akşehir, Çumra ve Konya eski Halkevi binalarında olduğu gibi bunların meydana gelmesinde Belediyelerin büyük katkısından bahsetmek mümkündür. Sözleşti bazı Belediyeler, Halkevlerine ya ucuz arsa vermişler yahut kendilerine ait sinemayı devretmek suretiyle gelirlerinin artmasına yardımcı olmuşlardır. Çumra Belediye ise Halkevi inşasında hem ucuz arsa, hem de Elektrik idaresinden elektrik temininde kolaylıklar sağlamıştır. Benzer kolaylığı Akşehir Belediyesinin de sağladığı tespit edilmiştir.

Bütün bu örnekler Halkevlerinin tek başına merkezi idareden gelen yardımla yapılmadığı gerçeğini ortaya koymaktadır. Gerçi CHP hükümetinin binaların yapımı için bütçeye ödenek koyduğu bilinmektedir. Sözleşti Demokrat Parti Afyon Milletvekili Hasan Dinçer, Büyük Millet Meclisi Başkanlığına verdiği bir takrirden, 1948 yılı içinde Halkevleri için Devlet bütçesine konulan 1.950.000 liralık ödeneğin nerelere, ne miktarda sarf edildiğini Başbakan'dan sormuştur. 1949 yılı bütçesindeki Halkevlerine ayrılan tahsisattan duyduğu rahatsızlığı ifade etmiştir (Halkevleri Hakkında Bir Takrir, 1948, 1). Yine Büyük Millet Meclisi'nde Bütçe görüşmeleri esnasında Demokrat Partili milletvekillerinin Halkevlerine ayrılan ödeneklerle ilgili alışlagelen hücumlarına Milletvekili Cevat Dursunoğlu cevap vermiş ve şöyle demiştir: "Halkevlerine Devlet bütçesinde tahsis edilen para, Halk partisinin istifadesine vaz edilmiş para değildir. Son meteliğine kadar Hesabı Bütçe Komisyonuna arz edilmektedir. Halk Partisi malî bakımından hiçbir suretle on para dahi istifade etmemektedir." (Halkevlerine Ayrılan Ödeneğe Dair Cevat Dursunoğlu'nun Mecliste(ki) Konuşması, 1950, 1). Merkezi idarenin ve halkın yardımlarının zaman içinde çok yetersiz kaldığı; bu yüzden Belediye idarecilerinin

ve meclislerinin devreye sokulduğunu söylemek yanlış bir değerlendirme olmayacaktır.

Halkevleri meselesi üzerinde hükümetle CHP arasında müzakereler yapılmış ama orta bir yol bulunamamıştır. Bu anlaşmazlığın halledilmemiş olması ülkenin faydasına olmamıştır. Kanun, hazineye devrederek Halkevlerini fiilen ortadan kaldırmış, bu arada Halk Partisine bağış ve satma şeklinde geçen “emval” de devletin eline geçmiştir. Konunun partiler üstü hale getirilerek çözümlenmemiş olması üzüntü verici sayılmış, mahzurlarının ileride daha iyi anlaşılacağı belirtilmiştir (Tarhan ve Erez, 1963b, 58-56).

Halkevleri bütün memleket sathına dağılmış yaygın eğitim kuruluşlarıdır. Millet, memleket ve inkılâp anlayışına uygun olarak çalıştıkları belirtilmiştir. Halkevlerinde düzenlenen yarışmalarda, yapılan konuşmalarda, kurslarda, yayınlarda hep yerel kültürün zenginliğine dikkat çekilmiştir. Yerel kültür ise ulusal kültürü besleyen önemli bir kaynaktır. Mutlaka araştırılması, incelenmesi, ulusal kültürle birlikte değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu yüzden yerel çevrelerdeki zenginliğin, güzelliklerin, tarihî değerlerin ortaya çıkarılması şarttır.

Yerel konuların çalışmasında bilgi, belge, süreli yayın eksikliği çoktur. Bu konularda araştırma yapacak insanların uğrayacakları güçlükler sayısızdır. Özellikle o yıllarda Halkevi’nde yetişen insanlar günden güne azalmış ya da kalmamıştır. Bunlardan yararlanma imkânı hemen hemen yok gibidir. Halkevlerine ait belgelerden bazıları kaybolmuştur. Ancak yine de bundan vazgeçmemek gerekmektedir. Bilhassa Halkevlerinin yapıldığı arsalar, kamulaştırılan mekânlar, bunlara ödenen paralar, mağdur edilen aileler bir araştırma konusu olabilir. Yine Halkevlerinin bulunduğu çevrenin, zamanla gözde bir muhit/semte haline gelmesindeki rolü araştırılabilir. Dikkatli bir göz, 1963 yılında kurulan Halkevleri ile eski Halkevlerini; amaç, imkân ve faaliyetlerin çeşitliliği/yoğunluğu/sürekliliği bakımından karşılaştırırsa, ilgi çekici sonuçlara ulaşabilir.

Kanaatimizce Halkevleri faaliyette oldukları dönemde Türkiye’nin kültürel gelişimine önemli katkılar sağlamıştır. Üstelik doğudan hükümetten destek almasına rağmen aslında yerel aydınların özellikle öğretmen ve öğrencilerin özverili çalışmaları sonucunda ayakta kalmış ve kurulduğu bölgeye hizmet etmiştir. Bu kadar değerli bir kurumun kapatılması yakın tarihimizde de bir dönüm noktası olmuş ve Cumhuriyetin ilk yıllarında büyük bir coşkuyla başlayan kültürel atılımın sonunu getirmiştir. Burada dikkat edilmesi gereken husus, Halkevi CHP bağlantısı ve yeni iktidarın bu bağlantıdan duyduğu rahatsızlıktır. Elbette bu rahatsızlık anlaşılabilir bir durumdur. Fakat kurumun ıslahı hiç düşünülmeden aceleyle kapatılması yakın tarihimizin üzücü olayları arasındadır.

Halkevlerinin kapatılması ve mallarının devredilmesi sürecinde Konya örneğine baktığımızda, basının önemli bir kısmının Halkevi aleyhinde propaganda yaparak, kurumun kapatılmasının gerekip gerekmediği ya da kapatılması halinde oluşacak boşluğun nasıl doldurulacağı konusuna değinmeden neredeyse tamamen

mal varlığının paylaşılması üzerinde durduğu görülür. Bu arada kurumun öneminden bahseden ya da kültürel faaliyetlerin bir şekilde sürdürülmesini isteyen aydınların sözleri kaybolup gitmiştir.

Yapılan araştırmada devir sürecinin de biraz aceleye geldiği ve temel amacın Halkevi binalarının verimli kullanılmasından çok kurumun bir an önce ortadan kaldırılması olduğu kanaatine varılmıştır.

#### **KAYNAKÇA**

Abanâzır, S. (1950, Kasım 27). Halkevleri. *Öğüt* (73), s. 1.

Akşehir Halkevi Binası “Memleket Evi” Oluyor. (1951, Ağustos 24). *Yeni Konya* (794), s. 1.

Akşehir Halkevi Binası Hükümet Konağı Oluyor. (1952, Ocak 4). *Yeni Meram* (481), s. 1.

Akşehir Halkevi Binasının Hükümet Konağı Yapılmasını Teklif Ediyoruz. (1951, Ağustos 2). *Yeni Meram* (354), s. 1.

Akşehir Halkevi Bir İsim Değişikliğiyle Belediyeye Mal Edilebilir mi? (1951, Ağustos 25). *Yeni Meram* (354), s. 1.

Akşehir Hükümet Konağı, Dün Temel Atma Töreni Yapıldı. (1952, Ekim 10). *Yeni Meram* (773), s. 1.

Akşehir'de Halkevi Tahliye Ediliyor. (1955, Eylül 23). *Yeni Konya* (2252), s. 1.

Anketimiz. (1947a, Ağustos 1), *Selçuk* (177), s.1.

Anketimiz. (1947b, Ağustos 8) *Selçuk* (179), s.1.

Askeri Ortaokulun İkinci Aile Toplantısı. (1950, Mart 1), *Ekekon* (3095), s. 2.

Belediye Sineması İle Eski Halkevi Binası Belediye Adına Tapuya Tescil Edildi. (1951, Ağustos 30). *Yeni Meram* (359), s. 1.

Belediye, Konya'nın Otel Davasını Halletmek İçin bir Formül Buldu. (1951, Haziran 24). *Yeni Meram* (295), s. 1.

Beyşehir Halkevi Binası Hangi İşe Tahsis Edilecek. (1952, Ocak 10). *Yeni Meram* (487), s. 2.

Böcüoğlu. (1946, Aralık 4), Yıkmakta Süratli Yapmakta Yavaş Gidiyoruz, *Selçuk* (108), s. 1.



- Bülbül, A. R. (1950, Nisan 26), Yeni Halkevi Binası, *Yeni Konya* (123), s. 2.
- Bülbül, A. R. (1954, Kasım 15). Milli Kütüphane Eski Halkevine Naklediliyor. *Yeni Konya* (1943), s. 1.
- CHP'nin Gasbettiği Malları Geri Alacak Kanun. (1951, Temmuz 29), *Yeni Meram* (327), s.1-2.
- CHP'nin Milletten Gasbettiği Emval ve Emlâk Geri Alınıyor. (1951, Temmuz 28), *Yeni Meram* (326), s. 1.
- CHP'nin Yeni Hileleri: Milletın Malını Milletten Kaçırmağa Çalışıyorlar. (1951, Ağustos 1), *Yeni Meram* (330), s. 1.
- Çumra Halkevi Milli Eğitim Emrine Verildi. (1952, Ocak 24), *Yeni Meram* (501), s. 2.
- Çumra Halkevi İnşaat Komisyonundan. (1946, Haziran 15), *Selçuk* (68), s.3.
- Çumra Mektubu. (1945 Ağustos 9), *Ekekon* (2394), s. 3.
- Çumra'da Yaptırılacak Halkevinin Temeli Törenle Atıldı. (1945, Eylül 5), *Ekekon* (2405), s.2.
- Çumra'da Yeni Halkevi Binası Açıldı. (1947,Ocak 15), *Ekekon* (2613), s.2.
- Davet: Halkevinden, (17 Mart 1932), *Babalık*, (3810), s. 1.
- Durukan, A. ve Uluşu Uraz, T. (2008), Cumhuriyetin Kültür Kurumu Olarak Halkevi Binaları, *İtü Dergisi/a, Mimarlık, Planlama, Tasarım* (1), Cilt: 7, s.38-49.
- Enkaz Satışı. (1946, Nisan 2), *Selçuk* (42), s. 4.
- Ereğli'de İmar Hareketleri. (1936, Haziran 27), *Babalık* (4824), s. 1.
- Eski Halkevi Sağlık Müzesi Oluyor. (1952, Nisan 1), *Yeni Konya* (1009), s. 1.
- Fırka, (16 Mart 1932), *Babalık*, (3809), s. 1.
- Güler misiniz, Ağlar mısınız? (1951, Ağustos 17). *Yeni Meram* (346), s. 1.
- Günün Meseleleri, Belediyemize Teşekkür, (1942, Temmuz 14), *Yeni Konya*, s. 2.

Günün Mevzuu: Bir Şehir Kitaplığı Kurabiliriz. (1951, Ağustos 18), *Yeni Konya* (788), s. 1.

Hadim Hükümet Konağı İnşaatına Başlanıyor. (1951, Haziran 17). *Yeni Meram* (288), s. 1.

Hadim Hükümet Konağı Yandı. (1951, Ocak 9). *Babalık* (7530), s. 2.

Halkevi. (1932a, Şubat 16), *Babalık* (3788), s.1.

Halkevi. (1932b, Şubat 24), *Babalık* (3794), s.1.

Halkevi. (1936, Şubat 24), *Babalık* (4771), s.1.

Halkevi: Mukayyet Azanın Adedi Bini Buldu, (1932, Mart 3), *Babalık* (3800), s.2

Halkevi Başkanlığından. (1945, Aralık 3), *Ekekon*, (2441), s.3.

Halkevi Binaları Hangi İşlerde Kullanılacak. (1951, Aralık 29). *Yeni Meram* (475), s. 1.

Halkevi Bütçesi, (1936, Nisan 23), *Babalık*, (4798), s. 3.

Halkevi Faaliyeti. (1942, Ağustos 1), *Ekekon*, (1934), s.2

Halkevi Halkın Hizmetinde mi? (1951, Nisan 1). *Yeni Meram* (232), s. 1.

Halkevi İnşaatı. (1948, Eylül 21), *Selçuk* (291), s.4

Halkevi Kütüphanesindeki Kıymetli Kitaplar. (1951, Ağustos 26). *Yeni Meram* (355), s. 1.

Halkevi Nerede Kurulmalı. (1939, İlkânun 16 ), *Babalık* (5452), s.1.

Halkevi Nerede Kurulacak. (1940, Mart 11), *Babalık*, s.1.

Halkevinin Tamiri. (1944, Ağustos 30), *Ekekon* (2251), s.2.

Halkevinin Temeli Törenle Atıldı. (1946, Mayıs 29 ), *Selçuk* (58), s. 1

Halkevi ve İpek Sineması. (1952, Temmuz 17). *Yeni Meram* , s. 1-2.

Halkevi Yakında Yeni Binasına Geçecek. (1950, Mart 27), *Ekekon* (3115), s.2.

Halkevinin Çocuk Esirgemeye Tahsisi Düşünüyor. (1951, Ağustos 17). *Yeni Konya* (787), s. 1.

- Halkevleri. (1951, Mart 1). *Yeni Meram* (178), s. 1.
- Halkevleri Hakkında Bir Takrir. (1948, Kasım 13), *Babalık* (7032), s.1.
- Halkevleri Hastane Olarak Kullanılacak. (1951, Kasım 12). *Babalık* (7791), s. 1.
- Halkevleri İdare ve Teşkilat Nizamnamesi, (1940), Ankara s.3-6.
- Halkevleri İçin. (1950, Aralık 7). *Öğüt* (82).
- Halkevleri Kanununun Tam Metnini Veriyoruz, (1951, Ağustos 10). *Yeni Meram* (338), s. 2.
- Halkevleri Ne İşlere Yarıyor? (1951, Nisan 19). *Yeni Meram*(230), s. 1.
- Halkevleri Ne Olmalıdır? (1951, Ağustos 24). *Yeni Konya* (794), s. 1.
- Halkevlerine Ayrılan Ödeneğe Dair Cevat Dursunoğlu'nun Mecliste(ki) Konuşması. (1950 Şubat 20), *Ekekon* (3037), s.1.
- Halkevlerinin Çalışmalarında Genel Esaslar, (1946). *Halkevleri İdare ve Teşkilat Talimatnamesi*, Ankara, Zebamat Basımevi, s.3.
- Halkevlerinin Millete Devri Gün Meselesidir. (1951, Temmuz 24). *Yeni Meram* (372), s. 1-3.
- Hazineye İntikal Eden Halkevlerinin Durumu. (1952, Nisan 25). *Yeni Meram* (625), s. 1-2.
- Her Kazada Bir Halkevinin Kurulması Kararlaştırıldı. (1938, Ağustos 23) *Ekekon* (534-302), s.3.
- Hükümet Konakları. (1951, Eylül 18). *Babalık* (7743), s. 1.
- Işık, İ. (1951a, Ağustos 21). Günün Mevzuu: Halkevi ve Belediye Hastanesi. *Yeni Meram* (350), s. 1.
- Işık, İ. (1951b, Haziran 9). Hastane İhtiyacımız. *Yeni Meram*(280), s. 1-3.
- İçeri Çumra Ortaokulu Merkeze Taşınıyor. (1951, Eylül 25). *Yeni Meram* (380), s. 2.
- İdman Yurdu Yeni Kurağa Taşındı. (1936, Nisan 2), *Babalık*, (4789), s.1.
- İlimiz Halkevlerinin Kroki ve Plânları. (1951, Eylül 8). *Yeni Konya* (809), s. 1.

İlimizdeki Halkevlerinden Ne Şekilde İstifade Edilecek? (1951, Kasım 16). *Yeni Meram* (432), s. 1.

Karadağ, N. (1942), *CHP halkevleri ve halkodaları 1932*, Ankara s.18.

Karadağ, N. (1946), *1945 yılında halkevleri ve halkodaları*, Başbakanlık Devlet Matbaası, Ankara, s.8

Karadağ, N. (1998), *Halkevleri tiyatro çalışmaları (1932-1951)*, Ankara.

Karaman Halkevi Binası Enstitü Olacak. (1952, Şubat 21). *Yeni Meram* (529), s. 1.

Karaman Halkevinin Eşyalarını Ortadan Kaldırılmışlar. (1951, Kasım 12). *Yeni Meram* (428), s. 1.

Karaman Hükümet Konağının Temel Atma Töreni. (1952, Kasım 24). *Yeni Meram* (816), s. 1.

Keymen, H. A. (1951, Ağustos 20). Halkevi ve Turistik Otel. *Yeni Meram* (349), s. 2.

Kişmir, C. (1951, Ağustos 27). Halkevi. *Yeni Konya* (779), s. 2.

Komite, (1932, Şubat 28), *Babalık* (3797), s.1

Kongar, E. (1981), *Atatürk ve devrim kuramları*, Ankara s.363.

Koner, M. (1951, Ağustos 22). Halkevi Bir Şehir Tiyatrosu Olabilir. *Yeni Konya* (792), s. 1.

Konya Belediye Sineması, CHP Tarafından Nasıl Gasp edilmişti? (1951, Ağustos 3). *Yeni Meram* (332), s. 1.

Konya Halkevi (Kurtuluş) İlkokuluna Tahsis Edildi. (1951, Aralık 7), *Yeni Meram* (453), s. 1.

Konya Halkevi Halkın Hizmetinde Değildir. (1951, Nisan 28), *Yeni Meram* (239), s. 1/3.

Konya Halkevi Konya Lisesine Tahsis Edildi. (1952, Mayıs 18), *Yeni Meram* (646), s. 2.

Kurşun, T. (1935a, Eylül 13), Şehrin Şekline Bakışlar, Halkevi Binası (4), *Yeni Ses* (203), s.1.

Kurşun, T. (1935b, Eylül 17), Halkevi ve Sanat Okulu Binaları, *Yeni Ses* (205), s.1.

Lisenin 4. Sınıfı İçin Halkevinden İstifade Edilecektir. (1952, Şubat 2). *Yeni Meram* (510), s. 2.

Meclisin Tarihî ve Mühim Kararı. (1951, Ağustos 9). *Yeni Meram* (338), s. 1.

Meram'da 300 Bin Lira Sarfıyla Turistik Muhteşem Bir Otel Yapılacak. (1951, Ağustos 10), *Yeni Meram* (338), s. 1.

Milletin Malları Millete devredilirken C.H.P'nin Kopardığı Yaygara. (1951, Temmuz 30), *Yeni Meram* (328), s. 1.

Milli Kitaplık, Eski Halkevine Taşınacak. (1954, Kasım 13), *Yeni Meram* (1516), s. 2.

Muallimler Birliği Halkevine Nakletti, (1933, Ağustos 14), *Babalık* (4126), s. 1.

Nahit Cemal Bey, Kıymetli Hatip Halkevleri Hakkında İzahat Verdi, (1932, Mart 2), *Babalık* (3799), s.1.

Nayır, Y. N. (1963 Haziran 15), *Halkevleri, Varlık* (600), s.2.

Özcan, M. ve Koçer, G. (2019a), Konya Halkevinin Sosyal Yardım Faaliyetleri Hakkında Bir Araştırma, *Genel ve Karşılaştırmalı Edebiyat Çalışmaları, Çizgi Kitabevi, Konya*, s.393-441.

Özcan, M. ve Koçer, G. (2019b), Konya Halkevi Seçimleri ve Yönetim Kadroları Üzerine Bir Araştırma, *Genel ve Karşılaştırmalı Edebiyat Çalışmaları, Çizgi Kitabevi, Konya*, s.347-392.

Özcan, M. ve Koçer, G. (2020). Halkevlerinde Tiyatro Çalışmaları: Konya İli Örneği, *Turkish Studies -Language*, 15(1), 541-571.

Sabit, S. (1951, Ağustos 31), *Dünden Bugüne: Gaflet. Öğüt* (184), s. 3.

Seren, H. (1951, Nisan 22), *Suat Abanâzır'ın Zaafı. Yeni Meram* (233), s. 3.

Seydişehir Halkevi Hükümet Konağı Oluyor. (1952, Mart 19), *Yeni Meram* (586), s. 2.

Seyyar Sinema. (1936, Temmuz 9), *Babalık*, (4829), s. 3.

Sina, M. (1951, Ağustos 24), *Halkevlerine Dair. Öğüt* (182), s. 2.

Şehrimiz Halkevi Hastane mi Olacak? (1951, Ağustos 16), *Yeni Konya* (786), s. 1.

Şehrimizde Yeni Halkevi Binasında İpek Sineması Açıldı. (1951, Temmuz 9), *Yeni Konya* (748), s. 2.

Tarhan E. ve Erez, İ. S. (1963a), *Kuruluşlarının Yıldönümü Halkevleri (1932-1951-1963)*, İstanbul, s. 5-6.

Tarhan E.ve Erez, İ. S. (1963b), Halkevleri Kapanış Kanunu'nun TBMM'ndeki Görüşmelerinde İsmet İnönü'nün Yaptığı Konuşma, *Kuruluşlarının Yıldönümü Halkevleri (1932-1951-1963)*, İstanbul, s.58-56.

Tekmen, H. (1951, Ağustos 17), Günlerin Işığında: Halkevi ve Kitaplığı. *Yeni Konya* (787), s. 2.

Valimiz Gazetecilerle Aylık Toplantısını Yaptı. (1946, Ocak 19), *Selçuk* (18), s.1.

Vilayette Gazeteciler Toplantısı. (1945, Kasım 20), *Selçuk* (4), s.1.

Yeni Halkevi Sahnesine İş Bankasının Hediyesi. (1950, Şubat 6), *Ekekon* (3079), s.1.

Yeni Halkevi Yapısı İçin. (1946, Şubat 28), *Babalık* (6620), s.2.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006), *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, D. ve Akhan, N.E. (2011), İlk Dönem Halkevlerinin Eğitim Faaliyetleri Konya Örneği, *Karadeniz Araştırmaları* (29), s.59-95.

Yılmazer, R. (1951, Mayıs 26), Halkevi! *Yeni Konya* (796), s. 2.

Yolcu. (1951, Eylül 8), Konya Halkevi Binası. *Babalık* (7738), s. 1.

Zımba. (1951, Nisan 24), Halkevi Halkın Hizmetinde. *Yeni Meram* (235), s. 1.



**Yayın Geliş Tarihi:** 09.07.2021  
**Yayına Kabul Tarihi:** 20.12.2021  
**Online Yayın Tarihi:** 31.12.2021  
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.968889>

Dokuz Eylül Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi  
Cilt: 23, Sayı: 4, Yıl: 2021, Sayfa: 1647-1669  
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

*Araştırma Makalesi*

## **DİJİTAL DÜNYADA SOSYAL MEDYA, BENLİK SUNUMU, GÖZETİM-DENETİM VE RİSKLER ARASINDAKİ İLİŞKİLER**

Uğur KILINÇ\*

### **Öz**

*Bu çalışmanın amacı dijital dünyada yer alan sosyal medya olgusu, sosyal ağ profillerindeki benlik sunumu, bu mecralardaki gözetim-denetim pratikleri ve dijital dünyanın getirdiği riskleri birbirleriyle olan ilişkileri bağlamında tartışmaktır. Çalışma literatür eksenli ikincil kaynaklar üzerinden yürütülmüştür. Makale kapsamında insanların gündelik hayat pratiklerinin bir parçası olan benlik sunumunun sosyal medyada da var olduğu ve çevrimdışı dünyadaki benlik sunumunun çevrimiçi dünyadaki benlik sunumumuza da yansıdığı sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte insanların sosyal medya aracılığıyla elde edecekleri ödüllerin ve bu dijital mecralardaki çevrelerinden göreceklere ilginin doğrudan sosyal medyadaki benlik sunumunu etkilediği de görülmüştür. Ayrıca mahremiyet algısının değiştiği sosyal ağlarda gözetim ile denetimin yoğunlaştığı ve insanların gönüllü bir şekilde bu gözetime katıldıkları ifade edilmiştir. Makalede son olarak sosyal medyanın ve dijital dünyanın beraberinde yeni riskler getirdiği ve bu risklerden kimsenin muaf olmadığı vurgulanmıştır.*

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal medya, sosyal ağ, dijital dünya, benlik sunumu, gözetim, denetim, riskler.

## **RELATIONS BETWEEN SOCIAL MEDIA, SELF PRESENTATION, SURVEILLANCE-AUDITING AND RISKS IN THE DIGITAL WORLD**

### **Abstract**

*The aim of this study is to discuss the relations between social media, self-presentation in social network profiles, surveillance-control practices, and the risk in the digital world. This study analyze the literature on these topics. Self-presentation in daily life is reflected on social media. In addition, the presentation of the self in the offline world is reflected in the presentation of the self in the online world. In addition, the awards obtained through social*

*Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):*

Kılınç, U. (2021). Dijital dünyada sosyal medya, benlik sunumu, gözetim-denetim ve riskler arasındaki ilişkiler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (4), 1647-1669

\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Bölümü, ORCID: 0000-0002-9414-0295, ugurkln1995@gmail.com.



*media and the sympathy in social media directly affect the self-presentation on social media. In addition, the perception of privacy on social networks has changed, surveillance and control are intensified, and people voluntarily participate in this surveillance. Finally, it has been emphasized that social media and the digital world bring new risks and no one is exempt from these risks.*

**Keywords:** *Social media, social network, digital world, self-presentation, surveillance, audit, risks.*

## GİRİŞ

İçinde yaşadığımız çağda internet ve sosyal medya hayatımızın her alanına yayılmış durumdadır; yapılan araştırmalara göre dünyanın birçok yerinde insanlar bir gün dahi olsa sosyal medya profillerine girmediklerinde kendilerini ciddi bir yoksunluk içerisinde hissettiklerini ifade etmektedirler (Dijk, 2018, s. 12, 13). Toplumsal olan anlamına gelen Fransızca kökenli sosyal kelimesi ve iletişim ortamı anlamını taşıyan İngilizce kökenli medya kelimelerinin (TDK, 2019) bir araya getirilmesiyle ortaya çıkan sosyal medya kavramı internet aracılığıyla insanların birbirleriyle iletişime geçtikleri, mesaj, ses ve görüntü gibi materyalleri paylaşabildikleri bir dijital ortam olarak karşımıza çıkmaktadır (Vural & Bat, 2010). İnsanların hayatlarının bir parçası haline gelmiş olan dijital dünya beraberinde bir dizi tartışmayı getirmiştir. Bu makale kapsamında dijital dünyayla ilgili sosyal medyanın insanların hayatlarına etkisi, benlik sunumunun sosyal medyadaki yansması, sosyal medyadaki gözetim-denetim olgusu ve sosyal medyadaki riskler sırasıyla ele alınacaktır.

Sosyal medya insanların gündelik hayattaki benlik sunumu pratiklerinin önemli bir parçası haline gelmiştir; sosyal medyadaki benlik sunumu pratikleri Goffman'ın benlik sunumu teorisi çerçevesinde incelenebilir. Goffman (Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu, 2016, s. 15-24) insanların gündelik pratiklerinde benlik sunumlarını tasvir ederken rol yapma, ön sahne, arka sahne, performans, set gibi bir takım tiyatro kavramlarından yararlanmıştır. Goffman'a göre insanlar kendisiyle ilgili bir izlenim yayarlarken karşı tarafı aldatma ya da rol yapma yöntemlerine başvurumaktadırlar. İnsanlar kendi planlarıyla uyumlu bir izlenimi dışarıya karşı oluşturmak için sürekli bir çaba sarf etmektedirler. Kimi zaman bu eylemler detaylı bir şekilde bilinçlice sahnelenirken kimi zaman da bilinçsizce spontane gelişmektedir. Goffman toplumsal pratiklerin gerçekleştiği alanlarda insanların maskelerini takarak başka insanlara karşı rol yaptıklarını savunmaktadır. Onun teorisinde kişilerin etkileşimde oldukları insanları etkilemek için sergiledikleri pratiklerin tamamı performans olarak nitelenmektedir; bu performanslar belirlenmiş eylem kalıpları yani roller ile bir süreklilik kazanmaktadır. Performansların sergilendiği coğrafi mekâna set adını veren Goffman toplumsal yaşamda bireylerin oynadıkları roller hakkında izlenimler veren uyarıcılar olduğunu dile getirmektedir (2016, s. 27-112). Goffman'ın çizmiş olduğu benlik sunumunu sosyal medya

üzerinden yeniden düşünmek mümkündür; gündelik hayatta gerçekleştirdiğimiz pratikler sosyal medya ortamında da gerçekleşmekte ve bu platformların sağladığı kolaylıklar insanların bu alana daha fazla yönelmesine etki edebilmektedir. Ayrıca sosyal medyanın sağladığı sosyal ödül ve ilgi gibi birtakım avantajlar insanları bu mecralara daha fazla çekmekte ve benlik sunumunun sosyal medyadaki önemini arttırmaktadır (Chayko, 2018; Bauman & Lyon, 2018). Bu konuya ilişkin teorisyenlerin en çok dikkat çektiği problemlerden biri sosyal ağlarda mahremiyetin aşınması ve şeffaflaşma konularıdır (Han, 2017).

Gelişen iletişim teknolojileriyle birlikte yalnızca ağ kablolarının ulaştığı evlerimizde değil aynı zamanda okulda, işte, sokakta da sosyal medyaya kesintisiz olarak ulaşabilmekte, onu cebimizde taşıma olanağını yakalamaktayız. Her an yanımızda taşıyabildiğimiz mobil cihazlarda yer alan kameralar aracılığıyla canlı yayınlar yapılabilmekte, çektiğimiz fotoğraflar anlık bir şekilde takipçilerle paylaşılabilen ve teknolojik aletlerin klavyeleri aracılığıyla oluşturduğumuz metinler takipçi kitlemizle buluşabilmektedir. Teknolojiyle birlikte hayatımıza giren sosyal medya platformlarında insanların gündelik hayat pratiklerinden siyasi görüşlerine, bireysel ilişkilerinden iş yaşamlarına kadar hayatlarının her alanına ilişkin göstergeler ve ipuçları sunan bu paylaşımlar beraberinde gözetleme, denetim ve güvenlikle ilgili birtakım tartışmaları da getirmiştir. Teknolojinin getirdiği imkanlar sayesinde insanların birbirlerini daha rahat gözetleyebilecekleri bir sosyal atmosferin oluştuğunu söylemek mümkündür. Tam da bu noktada sosyal medyayla ilgili gözetimin ve denetimin nasıl gerçekleştiği sorusu gündeme gelmektedir (Dijk, 2018; Chayko, 2018; Castells, 2016). Günümüzde sosyal ağ kullanıcılarının devletler, şirketler ve diğer insanların gözetimi altında olduğu söylenebilir; fakat gözetim olgusu eski çağlarda olduğu gibi baskı mekanizması üzerine değil internet kullanıcılarının gönüllü katılımı üzerine kurulmuştur. Devletin iktidarlarını güçlendirme arzuları ve şirketlerin potansiyel müşterilerini ulaşıp sermayelerini artırma hedefleri doğrultusunda dijital dünyadaki kişisel verilerimizin güvenliği de önemli bir tartışma konusunu oluşturmaktadır (Bauman & Lyon, 2018).

Her yeni teknoloji gibi dijital dünya da beraberinde riskleri getirmiştir. Dijital dünyadaki riskleri Beck'in risk toplumu kavramı çerçevesinde değerlendirmek ve incelemek mümkündür. Beck' göre artık günümüzde risklerin önü görülememektedir; örneğin nükleer patlamaların getireceği sonuçlar bugün kestirilememektedir. Modern bilimin ve modern hukukun öne sürdüğü risk hesaplaması iddiasının çöküşüne işaret eden Beck, Weber'in hesaplanabilirliğe dayalı modernleşmenin rasyonelleşmesi fikrinin geç modernleşmede artık gerçeği ifade etmek için yetersiz kaldığını söylemektedir. Tehditlerin yayılması ve yaygınlaşması riskleri hesaplanamaz bir hale getirmiştir (Beck, 2011, s. 26, 27). Dijital dünya ve sosyal medya kullanıcıları da internet ortamının getirdiği risklerden muaf değildirler. Sanal dünyada depolanan bireylerin kişisel verileri, şirketlerin ticari bilgileri ve devletlerin sırları üçüncü şahıslarca, şirketlerce ve devletlerce elde

edilme tehlikesiyle karşı karşıyadır. Dijital dünyadan gelebilecek bu risklere karşı hukuk mekanizmasının yeterince işlemediği ifade edilebilir (Dijk, 2018).

Bu makale kapsamında dijital dünyada sosyal medyanın yeri, sosyal medya profillerinde kullanıcıların benlik sunumları, sosyal medyada ve internette var olan gözetim-denetim olgusu ve son olarak da dijital dünya kullanıcılarının karşılaşmaları mümkün olan riskler tartışılacaktır. Sosyal medya ve dijital dünya iç içe olan olgular olduğu için makale kapsamında ele alınan konular yalnızca sosyal medyaya sınırlanmayacaktır; sosyal medya ve dijital dünya arasındaki ilişkiler üzerinden tartışma her iki olguyu kapsayacak şekilde yürütülecektir. Literatürde birbirinin yerine kullanılabilen sosyal medya, sosyal ağ, sanal ağ gibi kavramlar bu makale kapsamında doğrudan sosyal medya sitelerini ve profillerini ifade etmek için birbirlerinin yerine kullanılacaktır; dijital dünya kavramıyla ise internet olgusu ifade edilecektir.

## **TEORİK ÇERÇEVE VE TARTIŞMA**

### **Dijital Dünyada Sosyal Medya**

Dünya çapında kullanımı yaygınlaşan sosyal medyaya ilişkin istatistiklere baktığımızda her geçen yıl sosyal medya kullanıcısı sayısının arttığı gözlemlenmektedir. 2018 yılında dünya nüfusunun yaklaşık %42'sinin sosyal medya kullandığı tahmin edilirken bu tahmini oran 2019 yılı itibarıyla %3 artmıştır. 2020 yılında ortaya çıkan COVID-19 virüsünden kaynaklı yaşanan pandemi sürecinin getirdiği yüz yüze iletişimin kısıtlanması olgusunun sosyal medya kullanım oranlarını ciddi ölçüde arttırdığı düşünülmektedir. Bu doğrultuda 2019 yılından 2021 yılına kadar olan süreçte sosyal medya kullanıcı sayısının %13.2 oranında arttığı tahmin edilmektedir (Dijilopedi, 2019; We Are Social, 2021) Sosyal ağlar Facebook, Twitter, Instagram ve Tiktok gibi dünyanın dört bir tarafında yaygınca kullanılan dijital platformların doğuşuyla birlikte sıkça tartışma konusu olsa da kavram bu dijital mekânlardan daha önce doğmuştur. Sosyal medya kavramı zaman ve mekân mefhumlarını aşarak insanların dünyanın bir yerinden herhangi başka bir yerine ulaşmasını mümkün kılmakta ve tabiri caizse dünyayı küresel bir köy haline getirmektedir (Kara, 2013; Castells, 2016). İnternet üzerindeki en fazla faaliyet sosyal ağlar üzerinden gerçekleşmektedir; burada sadece arkadaşlık ve dostluk ilişkileri yürütülmektedir; ticaretten sağlığa, sosyo-politik eylemcilikten eğitime kadar birçok faaliyet sosyal ağlar içerisinde kendisine yer bulmaktadır (Castells, 2016). İnsanın zorunlu olarak sosyal bir varlık olduğunu ifade eden Chayko'ya göre dijital ortam insanların daha fazla sosyalleşmesi için birçok imkânı kullanıcılarına sunmaktadır (2018, s. 12-16). Her ne kadar istatistikler sosyal medyanın kullanım oranının dünya çapında arttığını gösterse de bu artışın her yerde homojen olarak gerçekleşmediğini belirtmekte fayda görülmektedir; ülkeler arasında ve ülkelerin kendi içerisindeki farklı tabakalar ya da kastlar arasında teknoloji ve sosyal medya kullanımının yaygınlaşma oranları değişmektedir. Dolayısıyla

çevrimdışıdaki eşitsizliğin kendisini çevrimiçinde de gösterdiği yorumu yapılabilir (Dijk, 2018, s. 268, 269).

Günümüzde her an diğer insanlarla iletişimde olmamızı ve veri paylaşmamızı mümkün kılan sosyal medya Chayko'nun (2018) deyimiyle bir süper bağlantılılık halini doğurmuştur; insanlar sosyal medya aracılığıyla birbirleriyle her an metin, video, ses ve görüntü paylaşabilmektedir (Castells, 2016, s. 99-104). 20. Yüzyılda teknolojiye yaşanan devrim niteliğindeki gelişmeler günümüzde sosyal ağların yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır; geniş bant teknolojisi ve diğer altyapı imkânlarıyla birlikte hava aracılığıyla internet ağlarına ulaşım sağlanmış ve yaygınlaşmıştır (Dijk, 2018, s. 77-90). Yaygınlaşan bu teknolojik araçlar aracılığıyla ulaştığımız sosyal medya ortamları insanların hayatlarında önemli bir yer edinmiştir; bu bağlamda birçok insan çevrimdışı yaşadıkları pratikleri çevrimiçine nasıl yansıtacağını düşünerek gündelik pratiklerini kurgulayabilmektedir (Chayko, 2018, s. 127, 128). Van Dijk (2018, s. 62) sosyal medya kullanımının artışını ağ dışsallığı kanunu teorisiyle açıklamaktadır; Dijk'in bahsettiği kanun pozitivist sosyoloji geleneğinde olduğu gibi doğa yasalarını çağrıştıran bir kanundan ziyade teorisyenin sosyal medyaya ilişkin gözlemlerinden ve literatür taramasından elde ettiği çıkarımları ifade etmek için kullandığı esnek bir kavram olarak yorumlanabilir. Bu teoriye göre ne kadar çok insan ağları kullanmaya başlarsa diğer insanlar da sosyal dışlanma yaşamamak adına bu ağlara katılma ihtiyacı hissetmektedirler; böylece dijital dünyadaki platformlar çok hızlı bir şekilde büyümektedirler. Dijk'in kanun olarak bahsettiği bu yaygınlaşma insanların hayatlarını gönüllü ya da istemsizce iş hayatında da etkileyebilmektedir. Örneğin insanların tek bir iletişim grubunda bir araya getirilmesiyle anında etkileşimi mümkün kılarak birçok kamu kuruluşunun ve ticari kuruluşun işlerini daha hızlı yürütmek için tercih ettikleri (Uzun & Uluçay, 2017) WhatsApp uygulamasının kurumlarda zorunlu tutulamayacağı tartışmaları öğretmenler ve bazı eğitim sendikalarınca gündeme getirilmiştir (öğretmenlericin.com, 2018).

Sosyal medya kullanımının insanların hayatlarına daha fazla etki etmeleriyle birlikte çevrimiçi iletişimin çevrimdışı iletişimin yerini alıp almayacağı önemli bir tartışma konusu haline gelmiştir. Bauman, David Lyon ile dijital ortam (mail) üzerinden yaptığı söyleşide (Akışkan Gözetim, 2018, s. 48-53) online ortamda kurulan yakınlıkların yüzyüze ortamdaki yakınlıkların yerine geçmekte olduğunu dile getirmiştir. Bauman'a göre insanlar günlük hayatlarındaki ilişkilerde birer cemaat bağı kurmaktadır; bu doğrultuda kurulan yakınlıklar beraberinde sorumlulukları ve yaptırımları da getirmektedir fakat online alanda ise yüzyüze iletişimde olduğundan daha az sorumluluk gerektiren birer ağ ilişkisi kurulmaktadır. Bauman dijital ortamda kurulan ağ ilişkilerinin insanların daha akışkan hareket etmelerine olanak sağladığına işaret ederek sosyal medya aracılığıyla gerçekleşen iletişimin gündelik hayattaki yüzyüze iletişime nazaran daha az çaba, sorumluluk ve kontrol mekanizmasını taşıdığını öne sürmektedir. Bu teoriden hareketle Bauman

insanların çevrimiçi ilişkileri çevrimdışı ilişkilere tercih edeceğini savunmaktadır. Chayko (2018, ss. 143-148) ise çevrimiçi dünyada sosyal ağlarda kurduğumuz dolayimli ilişkilerin çevrimdışı dünyadaki doğrudan ilişkileri desteklediğini savunmaktadır; Chayko farklı araştırmacıların ürettikleri verilerden hareketle çevrimiçi dünyadaki bağlantıların en az çevrimdışı dünyadaki bağlantılar kadar avantajları olduğunu öne sürmektedir. Jan Van Dijk (2018, ss. 30-67) çevrimiçi etkileşimlerin ve çevrimdışı etkileşimlerin birbirlerinin karşıtı olmadığını, iki iletişim biçiminin birbirini desteklediğini düşünmektedir; Dijk ağ kanunu teorisinde ileri sürdüğü ağlardaki güç kanunu doğrultusunda dijital dünyanın gündelik hayattan bağımsız olmadığını, çevrimdışı dünyada güçlü olanın çevrimiçinde de güç kazandığını ifade etmiştir. Dolayısıyla Dijk'ın insanların sosyal medya aracılığıyla bir günde onlarca arkadaş edinebilme olanağını vurgulayan Bauman'ın (Bauman & Lyon, 2018, s. 54, 55) aksi yönde bir perspektif çizdiği söylenebilir.

Literatürde sosyal medyayla ilgili bir başka tartışma ise bu mecraların insanlar için daha çok yarar mı yoksa zarar mı ürettiğine ilişkindir; kimi teorisyenler yaptıkları sosyal medya analizleriyle konunun yararları üzerinde daha fazla dururlarken kimileri de zararlarını ön plana çıkarmışlardır. Chayko (2018) sosyalleşme olanaklarını arttırması, çevrimdışı etkileşimleri güçlendirmesi, insanların sosyal ağlarda geçirdikleri zaman içerisinde bir topluluk hissi yakalamaları gibi birçok madde sıralayarak sosyal medyanın insanların hayatlarına kattığı olumlu etkilere odaklanmaktadır. Bu platformların zararlarına yönelik eleştirileri teknolojik belirlenimcilik olarak nitelendiren teorisyene göre sosyal ağlarda var olan olumsuz içerikler ve eylemler gündelik hayatımızda da var olan şeylerdir; dolayısıyla Chayko bu olumsuzlukların dijital dünyadan değil insanlardan kaynaklandığı anlayışını benimsemektedir. Bauman ise makalenin ilerleyen bölümlerinde daha detaylı bir şekilde tartışılacağı üzere dijital alandaki denetim ve gözetimle birlikte mahremiyetin yitirileceği, çevrimiçi ilişkilerin daha az efor sarf etmeye dayalı olmasından dolayı çevrimdışı ilişkilerin yerine geçeceği düşüncesinden hareketle yeni medyanın olumsuz özelliklerini merccek altına almıştır (Bauman & Lyon, 2018). Chul Han (Şeffaflık Toplumu, 2017, ss. 10-25) şeffaflık terörü kavramıyla dijital dünyada insanların mahremiyetlerini yitirdiklerini ve bu şeffaflığın insanın doğasına aykırı sonuçlar ürettiğini savunarak sosyal ağların eksi tarafları üzerine eğilmiştir. Hollandalı toplumbilimci Van Dijk (2018, ss. 5-16) ise ağların aynı anda özgürleştirici ve bağımlı kılıcı tarafları olduğunu söyleyerek dijital dünyanın aynı çevrimdışı dünyada olduğu gibi olumlu ve olumsuz sonuçlarının aynı anda var olduğunu ifade etmiş ve konuya farklı perspektiflerden yaklaşmıştır.

Kimi teorisyenlere göre sosyal ağları kullanmamızı mümkün hale getiren teknolojik aletler ve sosyal medya benliğimizin adeta bir parçası haline gelmektedir; sosyal medyada ortaya çıkan fenomenler birçok insanın rol modeli olabilmektedir (Chayko, 2018, ss. 120-123). Türkiye bağlamında mesele değerlendirilecek olunursa Youtube aracılığıyla fenomen olan ve 2021 yılı itibariyle 15 milyonu aşkın takipçiye

ulaşan Enes Batur örneği önemli bir gösterge olarak karşımıza çıkmaktadır. Twitter ve Instagram gibi yaygın kullanılan sosyal platformlar aracılığıyla da takipçi kitlesini büyüten Batur'un hayatının konu edinildiği ve başrolde kendisinin oynadığı '*Enes Batur: Hayal mi Gerçek mi*' adlı film 2018 yılında vizyona girmiş ve yaklaşık bir buçuk milyon seyirciyle buluşmuştur. Filmin 2018 yılı içerisindeki gişe başarısı değerlendirilecek olunursa yıl içerisinde Türkiye'de vizyona giren 643 film arasında yerli ve yabancı filmler içinde en fazla izlenen onuncu film, yerli filmler arasında en fazla izlenen dokuzuncu film olarak önemli bir başarı elde ettiği söylenebilir (BoxOffice, 2019). Sosyal medya fenomeni Batur'un ve birçok dijital medya fenomeninin ürettiği içeriklerin gerek dijital medyada, gerek sinemada bu kadar çok rağbet görmesi Chayko'nun tezini olumlamaktadır.

Castells sosyal ağlar için özkitlesele iletişim kavramını literatüre kazandırmıştır; bu kavram sosyal medya ortamının bir taraftan kişiselliğine vurguda bulunurken diğer taraftan dijital mekanların toplumsallığına işaret etmektedir. Özkitlesele iletişimde televizyon, telefon, metin gibi içerikler birbirlerine yakınlaşarak aralarındaki çizgi bulanıklaşmıştır; bu platformlarda insanlar bir taraftan başka insanlarla kişisel iletişim kurma imkanını yakalarken diğer taraftan dünyadanın dört bir yanındaki kitlelere mesajını iletme olanağını yakalamaktadır. Kimi zaman bu mesajlar ülkelerdeki iktidar ilişkilerini dahi değiştirebilmektedir (Castells, 2016, s. 1, 95). Sosyal medya üretime dayalı bir tüketim modeli üzerine inşa edilmiştir; bu bağlamda sosyal medyada yer alan içerikler tek taraflı, dikey bir biçimde kullanıcılara sunulmamakta, sosyal medya tüketicilerinin ürettikleri içerikler dijital ağlardaki iletilerin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Birçok dijital programın sağladığı imkanlarla birlikte insanlar metinleri, sesleri, görüntüleri ve müzikleri diledikleri gibi yeniden biçimlendirmekte ve sosyal medyaya yükleyerek tüketime sunmaktadırlar (Chayko, 2018, s. 72-77). Sosyal medyada tüketilen içerikler kimi zaman televizyon programlarında üretilen içeriklerin kendisi veya bu içeriklerin kurgulanarak yeniden biçimlendirilmiş halleri olabilirken kimi zaman da doğrudan gündelik hayatta insanların kişisel teknolojik cihazları aracılığıyla ürettikleri içerikler olabilmektedir. Her iki durumda da üretilen içerikler milyonlarca kullanıcının ekranında yer alma şansını taşımaktadır fakat Youtube'de tüketilen içeriklere bakıldığında 2 milyar sınırını aşarak en çok izlenen ilk yirmi videodan on sekizini dünyaca ünlü müzisyenlerin profesyonel müzik klipleri oluşturmaktadır (WebTekno, 2018). Bu üretüketim pratikleri insanların benlik sunumu için de birçok olanağı sağlamaktadır; bu mesele makalenin bir sonraki başlığında derinlemesine ele alınacaktır.

### **Sosyal Medyada Benliğin Sunumu**

Makalenin bu bölümünde Goffman'ın teorisini çizdiği benlik sunumu çerçevesinde sosyal medyadaki benlik sunumu pratikleri ele alınacaktır. Ayrıca

benlik sunumunu etkileyen birer faktör olarak sosyal ödül ve ilgi kavramları tartışılacaktır.

### **Gündelik hayattaki benliğin sunumunu sosyal medya üzerinden yeniden düşünmek**

Makalenin ilk bölümünde sosyal ağların dijital platformlar içerisinde en sık kullanılan mekânlar olduğuna değinilmiştir; bu bölümde ise insanların sanal ortamlarda benliklerini nasıl sundukları Goffman'ın teorisinden mülhem ele alınacaktır. Konuyla ilgili saha çalışmalarına da bakıldığında Goffman'ın teorisinden sıklıkla yararlandığı görülmektedir (Uçar, 2016; Çakmak & Baş, 2017). Benlik kavramı sözlükte kişiyi kendisi yapan şey, şahsiyet olarak yer almaktadır (TDK, 2019).

Makalenin bu bölümünde Goffman'ın kavramları ile sosyal medya dünyasındaki kavramlar arasında ilişkiler kurulacak ve kavram setleri dijital dünya üzerinden yeniden düşünülecektir. Goffman'ın sahne önü ve sahne arkası kavramları sınırları net çizilmiş, nesnel ve evrensel kavramlar değildir; Goffman da bu kavramların toplumdaki topluma değişebileceğinin özellikle altını çizmiştir (2016, s. 227). Sahne önünde performans sergilediğimiz insanlar kimi zaman iş arkadaşlarımız olabilir, kimi zaman da iş arkadaşlarımızla bir takım olup müşterilere karşı performans sergilememiz mümkündür. Dolayısıyla Goffman'ın kuramı bağlamda hayat içerisinde birden çok ön-arka sahne vardır ve insanlar bu sahnelere uygun rolleri üstlenmektedirler. Bu bağlamda sosyal medyayı da hayat içerisinde sahne önlerinden birine dâhil etmek mümkündür. Goffman'ın deyişiyle gündelik hayatta oynadığımız roller vardır; çevrimiçi ve çevrimdışı dünyanın birbirinden ayırıştırılamayacağını düşünecek olursak bu roller sosyal medya profillerine de yansımaktadır. Sosyal medya profillerimizde de toplumsal statümüze uygun paylaşımlarda bulunmamız beklenmektedir; örneğin görevi gereği tarafsız olması beklenen bir hâkim ya da savcının sosyal medya profilinde herhangi bir siyasi partiyi destekleyen açıklamalar yapması eleştirilebilir. Goffman'ın yüzyüze ilişkilerde rollerin sergilendiği mekân olarak kullandığı set kavramının sosyal ağlardaki karşılığı ise sosyal medya profilleridir; insanlar kendi yaşamlarıyla ilgili bilgileri, siyasal görüşlerini, paylaşmak istedikleri anıları bu profiller aracılığıyla bir başkasına dilediği gibi iletebilmektedir. İnsanların sergiledikleri performanslarda inandırıcı olmaları benlik sunumunun sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesinin önkoşuludur; sosyal medyada setlerin gündelik hayattaki setlere nazaran avantajları olduğu söylenebilir, bu bağlamda dijital dünyanın getirdiği avantajlardan yararlanan kullanıcılar iletmek istedikleri mesajları diledikleri gibi şekillendirerek takipçilerine ulaşma avantajını elde etmektedirler. Sosyal medyayla birlikte yeniden düşünülebilecek bir diğer kavram ise performans takımıdır. Bireyler nasıl ticaret ve okul hayatlarında takım halinde bir işi yürüterek birlikte performans sergiliyorlarsa gündelik yaşamdaki takımlarla iletişimlerini sıklaştırmak için bağlantılarını

WhatsApp gibi uygulamalar üzerinden sosyal ağlara taşıyabilmekte ya da sosyal ağlar üzerinden yeni bağlantılar edinerek –bilgisayar oyunları örneğinde olduğu gibi- yeni takım arkadaşlıkları kurabilmektedirler (Goffman, 2016). Performans takımında yer alan takım üyelerinin birbirleriyle uyumlu hareket etmeleri, sahne arkasına ilişkin bilgileri sahne önüne taşımamaları gerekmektedir; aksi durumda benliğin sunumu olumsuz yönde etkilenecektir.

Sosyal medya ve benlik sunumuyla ilgili saha çalışmalarına bakıldığında daha önce de ifade edildiği gibi Goffman'ın kavramlarından yararlanıldığı ve onun teorisiyle koşut sonuçlar çıktığı görülmektedir. Bu bağlamda Goffman'ın benlik kuramı (2016) sosyal medyayı anlamak için de bize önemli bir kavram haritası sunmaktadır. Fotoğraf paylaşımı, sanal ortamlarda hikâye paylaşımı, profil fotoğraflarının güncellenmesi, metin ve video paylaşımı gibi birçok sosyal medya pratiğini benlik sunumu dahilinde değerlendirmek mümkündür. Kimi saha çalışmalarında sosyal medya ile narsizm arasında doğrudan bir ilişki kurulmuş ve online ortamdaki etkileşimlerin insanların kişilikleri üzerinde değişimler yarattığı öne sürülmüştür (Çakmak, 2018). Facebook üzerinden yapılan benlik sunumu konulu bir çalışmada gündelik hayattaki benlik algısının dijital dünyadaki sosyal medya profillerine de yansıdığı, insanların sanal kimlikleri ile gündelik hayatları arasındaki kimlik arasında bir tutarlılık sergilemeye çalıştıkları bulgusuna ulaşılmıştır. Aynı çalışmada ayrıca Goffman'ın idealize edilmiş performans kavramından hareketle cinsiyet ve yaş farkına göre sosyal medyada benliğin sunumunun da toplumsal rollere göre değiştiği sonucu yer almaktadır (Uçar, 2016). Yaklaşık 900 milyona yakın kullanıcı sayısına sahip olan Instagram (Dijilopedi, 2019) üzerinden yapılan benlik sunumuyla ilgili başka bir çalışmada bu sosyal ağı kullanan üniversite öğrencilerinin sosyal medya pratiklerine odaklanılmıştır. Araştırmaya veri sunan katılımcılar dijital platformun insanların mutlu anlarını anında diğer insanlarla paylaşılmasını olanaklı kıldığı, filtreleme gibi uygulamaların fotoğrafları olduğundan daha estetik bir forma getirdiğini vurgulamışlardır. Bu doğrultuda öğrencilerin bu mecradaki fotoğraf paylaşımlarıyla takipçilerinin nazarında bir değer yaratma çabasında olduğu bulgusuna ulaşan araştırmacılar, Instagram'ı Goffman'ın teorisi bağlamda öğrencilerin sahne önünde rollerini sergiledikleri bir oyun alanına benzetmiştir (Çakmak & Baş, 2017).

Sosyal medyada benlik sunumu ve gözetim arasında da doğrudan ilişki kurmak mümkündür; gözetim meselesine makalenin bir sonraki bölümünde daha detaylıca değinileceği için bu bölümde bu iki olgunun arasındaki ilişkiye değinilmekle yetinilecektir. Algül (2018) çalışmasında sosyal platformlardaki arkadaşların genellikle yakın çevrelerden oluşmasından kaynaklı olarak bu platformların birer gözetleme aracı işlevini yerine getirdiği sonucuna ulaşmıştır. İnsanların izledikleri kimlik stratejileri noktasında bu durum kimi zaman kişilerin benliklerini daha fazla görünür kılmak için abartılı paylaşımlar yapmalarıyla sonuçlanırken kimi zaman da tepki almaktan çekindikleri için paylaşım yapmaktan çekinmeleriyle



sonuçlanabilmektedir. Aynı araştırmada erkeklerin kadın kullanıcılara göre daha fazla benlik sunumuna önem verdikleri ve benlik sunumu ile mahremiyet algısının takipçiler arasında yer alan kullanıcılara göre şekillendiği bulgularına da ulaşılmıştır. Özdemir'in (2015) çalışmasında ise Goffman'ın teorisine paralel bir şekilde kişilerin sosyal medyada olumsuz yönlerinin benlik sunumlarını olumsuz etkileyeceği yönündeki endişelerinden dolayı kendilerini perdelediklerine yer verilmektedir.

### **Benliğin sunumunda sosyal medyadaki ödüller-İlgiler ve mahremiyet algısının değişimi**

Hayatımızın hemen her anında süper bağlantılı (Chayko, 2018) bir şekilde bağlı olduğumuz sosyal medyayı ve buradaki benlik sunumunu bu kadar önemli hale getiren olgu nedir? Bauman bu soruya sosyal ödül karşılığını vermiştir. Bauman'a göre insanlar bir pazar alanı gibi inşa edilen dijital platformlarda sosyal ödülleri toplayabilmek adına kendilerini sosyal medya piyasasının taleplerine göre yeniden bir mal olarak üretmektedirler. Sosyalleşme pratikleriyle birlikte insanların kendilerini pazarlama çabalarının, kendi mahrem mekanını görünür kılmalarının arkasındaki temel motivasyon bu alandaki ödüllerdir (Bauman & Lyon, 2018). Kavramın mimarı olan Bauman her ne kadar sosyal ödül kavramının içeriğini doldurmasa da sosyal alanda elde edilecek popülerlik, ekonomik kazanç, flört, arkadaş bağları, cinsellik gibi bir takım maddeleri bu ödüller arasında sıralamak mümkündür. Makalenin ilerleyen bölümünde değinileceği üzere bu sosyal ödüller gözetim olgusunu da gönüllü hale getirecektir.

Chayko (2018, s. 81-90) sosyal ağlarda benliğin sunumuyla alakalı olarak ilgi kavramını kullanmaktadır; bu kavramı Bauman'ın ortaya attığı sosyal ödüller kavramıyla birlikte düşünmek mümkündür. Sosyal medyada yaşanan pratikleri ilgi ekonomisi kavramıyla tanımlayan Chayko'ya göre dijital platformda yer alan kullanıcılar ilgi görmek istemekte ve yeni medyada bu ilgi görme arayışının peşinden gitmektedirler. Chayko'nun perspektifinden yüklenilen her bir fotoğraf, video, resim, müzik, metin aslında ilgi görmek istemenin bir yansıması olarak okunabilir. İnsanlar ilgiyi yakalamak için defalarca paylaşım yapmaya devam edebilirler. Sosyal ağ kullanıcıları kabul görme, sevilme ve ilgi görme gibi ihtiyaçlarını dijital alan üzerinden tatmin etme imkânına sahiplerdir; bu doğrultuda insanlar aslında bile isteye kendi profillerinin ve paylaşımlarının gözetlenmesine talip olmaktadır. Bu olgu doğrudan mahremiyet tartışmasını doğurmaktadır. Chayko'nun benliğin sunumuyla ilgili değindiği bir başka şey ise eşitlik ilkesidir; insanlar kendileriyle eşit gördükleri insanlara karşı ilgi gösterdiklerinde aynı şekilde kendileri de ilgi görmeyi beklemektedirler. Bu ilgi kendisinin takip edilmesi, paylaşımlarının beğenilmesi şeklinde ortaya çıkabilir. Örneğin bir kullanıcı üç milyon takipçisi olan bir oyuncunun kendisini takip etmemesi durumunda bunu yadırgamaz çünkü karşısındaki insanın statüsüyle kendisinininkini eşit görmemektedir fakat iş yerinden

bir arkadaşını takip ettiğinde arkadaşı tarafından takip edilmezse bu durum karşısında bozulabilir ve tepkisini çevrimiçi dünyada çevrimdışı dünyaya taşıyabilir.

Benliğin sunumuyla ilgili üzerine tartışılan konulardan birisi sosyal medyada üretilen sahte profiller ya da gerçek profiller üzerinden söylenen yalanlardır; benliğin sunumunda sosyal medyanın gündelik hayat pratiklerinde olduğu kadar güven sağlayıp sağlayamayacağı önemli bir soru işaretidir. Sosyal medyada açılan sahte hesaplar üzerinden sürdürülen ilişkilerde kişilerin kimliklerinin açığa çıkmadığı sürece doğrudan etkilenmeyecekleri bu platform insanların rahatça hareket edebilecekleri bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır (Uzun H. , 2016). Chayko (2018, s. 62-70) insanların çevrimiçi dünyada kendileri gibi davranma eğiliminde olduklarını düşünmektedir; suçların ve yalanların dijital alanda olduğu gibi gündelik hayatta da var olduğunu ifade eden yazara göre çevrimiçi dünyada yaşanan bu gibi olayları dijitallikle özdeşleştirmek yanlış bir tutumdur. Çevrimiçi ve çevrimdışı dünyanın birbirlerini desteklediklerini söyleyen yazar bu önermesinden hareketle insanların çevrimiçi dünyada çevrimdışında olduğu halini yansıtma eğiliminde bulunduğu işaret etmektedir.

Mevcut konuyla ilgili en önemli tartışmalardan bir diğeri de mahremiyet ve özel hayatın gizliliği kavramları üzerinden sürdürülmektedir. Dijk (2018, s. 256-266) sosyal medyada insanların özel hayatlarıyla ilgili birçok paylaşımda bulunarak kişisel bilgilerini açığa çıkartmak suretiyle özel hayatın gizliliğini görmezden geldiklerini ifade etmektedir. Hollandalı toplumbilimciye göre bu platformlar bilhassa ergenlerin-gençlerin kendi kimliklerinin ne kadar onandığını ve ne kadar güçlü bir kimlik inşa ettiklerini ölçme hususunda önemli ipuçları vermektedir. Dijk kimlik algısının güçlü olup olmadığını test etme dürtüsünün özel hayatın gizliliği dürtüsünden daha baskın geldiğini ifade etmekte ve benliğin sunumunda bu paylaşımların artık hayatımıza girdiğini söylemektedir. Chayko da Dijk gibi ergenlerin ve gençlerin dijital medya kullanımlarını ön plana çıkartarak (2018, s. 132-135) insanların kendi benliklerini daha iyi ifade edebilmeleri için teknolojik aygıtlar üzerinde daha fazla uğraşmakta olduklarını ve bu alanları kişiselleştirme eğiliminde olduklarını söylemektedir. Angela Thomas'ın perspektifinden konuya yaklaşacak olursak gündelik hayattaki güç, popülerlik, cinsellik üzerinden kimliği oluşturma mücadelelerinin dijital alana yansıdığı ifade edilebilir (Chayko, 2018, s. 136). Byung-Chul Han (2017, s. 12-32) günümüzde şeffaflık toplumu adını verdiği olgunun insanların pratiklerine yön verdiğini, şeffaflığın ideolojize edilerek olumlandığını ve şeffaflık adına mahremiyetin aşındığını ifade etmektedir. Chul-Han şeffaflık toplumunda bir şeyin var olmak için sergilenmeye ihtiyaç duyduğundan bahsetmektedir. Şeffaflık toplumunun eksi yönleri üzerine odaklanan yazara göre insanların kendileriyle baş başa kalacakları yani şeffaflığın olmayacağı bir alana ihtiyaçları vardır; Han'ın görüşlerini Goffman'ın kavramsal çerçevesinden hareketle ele alacak olursak bu bahsettiği yere sahne arkası demek mümkündür. Han'ın aslında şeffaflık toplumunun arka sahneyi ön sahneye taşıyarak

mahremiyetle birlikte insanların benliklerini olumsuz yönde etkilendiğine yönelik bir eleştiride bulunduğu söylenebilir.

Sosyal medya profilleri ilkokuldan liseye, üniversiteden iş hayatına, aile bağlarından sosyal aktivite arkadaşlıklarına kadar hayatımızın farklı zaman dilimlerinde ve farklı mekânlarında edindiğimiz birçok arkadaşlığı tek bir arkadaş listesinde buluşturma olanağını tanımaktadır. Bu olgunun bireylerin benlik sunumu açısından olumlu ve olumsuz sonuçları aynı anda doğuracağı varsayılabilir. Olumlu sonuçları üzerine düşünecek olursak örneğin elde ettiği bir başarıyı tüm çevresine duyurmak isteyen bir insanın sosyal medya profilinden paylaşacağı bir fotoğraf ya da metinle bunu aynı anda hem ilkokul arkadaşlarıyla hem de üniversite arkadaşlarıyla paylaşabilmesi mümkündür. Evlenecek olan çiftler her ne kadar basılmış olan davetiye çevrelerine dağıtıyor olsalar da sosyal ağlardan yaptıkları paylaşımlarla bunu tüm çevrelerine hatırlatma olanağını elde edebilirler. Olumlu örnekler daha da çoğaltılabilir fakat olumsuz örneklere düşünülecek olunursa farklı arkadaş gruplarının aynı platformda yer alması durumunun olası bir yanlış anlaşılma ya da çatışma durumuna sahne olabileceği düşünülebilir. Sosyal medya sitelerinde insanlar çevrimdışı olduğu gibi –belki de daha fazlası- kriz durumları yaşayabilirler; birçok kitleden arkadaşı olan insanların paylaştıkları bir gönderinin altına yapılan yorumlar kişiyi zor durumda bırakabilir ya da bu gönderi farklı kitlelerce farklı algılanabilir. Bu duruma bağlam çöküşü denmektedir; bağlam çöküşünde kitlelerin birbirine girmesi ya da parçalanması söz konusudur. Çevrimiçi ortamda farklı kitlelere hitap etmek zordur; insanlar her ne kadar gönderilerini gizleseler bile bir anda hızlıca yayılma riski ve istemedikleri kişilerle gönderilerinin paylaşılması riski her zaman mevcuttur (Chayko, 2018, s. 90-96).

### **Sosyal Medyada Gözetim ve Denetim Olgusu**

Gözetim dediğimiz olgunun devletler, şirketler ya da başka bireyler tarafından gerçekleştiği varsayılabilir. Öncelikle gözetim olgusunu iki açıdan incelemekte fayda vardır; bu doğrultuda gözetimi yatay gözetim ve dikey gözetim olmak üzere ikiye ayırmak mümkündür. Yatay gözetim insanların sosyal ağlar aracılığıyla birbirlerinin paylaşımlarını takip edebilmesi anlamını taşırken dikey gözetim devletler ve şirketler gibi güç odaklarının internet kullanıcılarını onların iradesi olmaksızın gözetlemeleri olarak düşünülebilir (Chayko, 2018). Deleuze güvenlik kameralarından sosyal medyaya kadar gözetimin hayatın her alanında yoğunlaşması sonucu gözlemlendiği toplumsal gerçekliği gözetim toplumu kavramıyla açıklamıştır. Gözetim toplumunda gözetim dediğimiz süreç bir ağaç gibi dikey bir panoptikon şeklinde gerçekleşmemektedir; bu toplum modelinde gözetimin bir sarmaşık gibi yatay bir biçimde yayıldığı ifade edilmektedir (Bauman & Lyon, 2018, s. 11-14). İnsanların mahremiyetini koruyan en önemli yerlerden birisi kendi özel alanları olarak gördükleri evleridir; insanlar evlerinin duvarları sayesinde kendilerini diğer insanların gözetimlerinden soyutlayarak mahremiyetlerini koruyabilmektedirler.

Deleuze'ün gözetim toplumu kavramı bağlamında düşünecek olursak evlerdeki bilgisayar, tablet, cep telefonu ve akıllı saat gibi birçok dijital aygıtın duvarları aşarak evlerin içerisinde gözetimi mümkün kıldığını ve bu olgunun bir sarmaşık gibi tüm toplumu sardığını söylemek mümkündür. Sosyal medya profilleri ile gözetim arasında doğrudan bir ilişki kurulabilir; zaman ve mekân mefhumlarını aşan sosyal medya gözetim dediğimiz olguyu her an gerçekleşmesi mümkün bir durum haline getirebilmektedir. Bununla birlikte takipçi kitlesine ve uygulamaya göre gözetim dediğimiz şey uluslararası boyutta da gerçekleşebilmektedir; örneğin Türkiye'den yapılan bir Periscope uygulaması yayını dünyanın herhangi bir ağ bağlantısı olan yerinde aynı anda izlenebilmektedir (Göker, 2016).

Sosyal medyada gözetim ve şirketlerin ticari pratikleri arasındaki ilişki ele alınacak olunursa karşımıza veri madenciliği, kişiselleştirilmiş veri gibi birtakım kavramlar çıkacaktır. Dünyadaki firmalar tüketicilerini yönlendirmek için çeşitli yöntemlere başvurumaktadırlar; sermayesini büyütmek isteyen bu kuruluşlar insanların alacağı kararları kapitalist sistem içerisinde tesadüflere bırakmamaktadırlar (Ritzer, 2016, s. 59-63). Sosyal ağlar ayakta kalabilmek ve büyüebilmek için reklamlara ihtiyaç duymaktadır; tam da bu noktada reklam alabilmek adına kullanıcılarının verilerini işleyerek şirketlere satmakta ve buradan ekonomik bir gelir kaynağı elde etmektedirler. Gözetim burada örtük bir şekilde gerçekleşmektedir; birçok sosyal ağ kullanıcısı bu tip sitelere üye olurken uzun-karmaşık metinleri onaylayıp geçmektedirler fakat içerisindeki veri madenciliğini onaylayan maddelere dikkat etmemektedirler. Veri madenciliği aracılığıyla çevrimiçi ayak izleri kategorize edilerek her bir kullanıcının olası etkileeneceği ürünler belirlenir ve bu ürünler sosyal medya sitelerinde karşılına reklam olarak çıkartılır. Google gibi şirketler kazancının neredeyse tamamını bu kişiselleştirilmiş reklamlar üzerinden kazanmaktadır; buradaki temel amaç bu yazılımların kullanılması üzerinden reklam modeli oluşturmak ve aldığı reklamı kullanıcınsa sunabilmektir (Chayko, 2018, s. 80-97; Dijk, 2018, s. 122-133). Bu reklamların her ne kadar kişiye özel tasarlandığı düşünülse de aslında sistemin büyük verilerden elde ettiği sonuçlardan hareketle bireylerin benzer eğilimlerini kategorize ederek bu kişiselleştirilmiş reklamları tasarladığı unutulmamalıdır (Bauman & Lyon, 2018, s. 85-89). Yapılan araştırmalara göre şirketlerin internet üzerinden müşterilerine ulaşmaya çalıştıkları reklam oranları her geçen yıl artmaktadır (Castells, 2016, s. 115-117). Türkiye'de ve Avrupa'da yapılan çalışmalara bakıldığında da televizyonların reklam pastasından aldıkları payın düştüğü, dijital medyanın bu paydan aldığı oranı arttırdığı görülmektedir (euronews, 2019; webrazzi, 2019).

Şirketlerin dışında sosyal medyada gözetimi dikey olarak gerçekleştiren bir diğer güç odağı ise devletlerdir. Devletlerin ağlar üzerindeki hâkimiyetlerini arttırarak sosyal denetimi merkezileştirdikleri ve insanlara daha kolay yön verme imkânlarına sahip oldukları söylenebilir (Dijk, 2018, s. 148, 149). Lyon (2018, s. 22-25) Foucault'nun katı modernite ile özdeşleştiği panoptikon kavramının günümüz

dünyasını açıklamakta yeterli olamayacağını belirterek panoptikon sonrası bir dönemde olduğumuzu, artık geçmiş dönemdeki gardiyanların günümüzde görünmez hale geldiğini söylemektedir. Ona göre iktidar elektronik sinyal hızıyla hareket edebilmekte ve insanların gönüllü katıldıkları gözetimle birlikte iktidar odakları işlerine yarayan toplumsal sınıflandırma kategorilerine kolaylıkla ulaşabilmektedirler. Bauman da (2018) gözetime ilişkin ulus devlet faktörünün altını çizmektedir; artık ülkelerin güvenlikleri sadece coğrafi sınırlarda askerlerin nöbet tutmasıyla sağlanamamaktadır. Ülke güvenlikleri sanal dünyada da gözetilmesi gereken bir olgu haline gelmiştir; bu bağlamda sosyal mecralar devletlerin gözetimi altındadır. Eskiden yöneticilerin büyük eforlar sarf ederek gerçekleştirdikleri gözetim bugün pasif olan özenin yeniden özneleştirilmesi adı altında kontrol görevinin yönetilenlere paylaşılmasıyla daha kolay bir hale gelmiştir (Bauman & Lyon, 2018, s. 83-89). Hükümetler mikro devreler aracılığıyla her an peşinde oldukları insanların nerede olduklarını takip etme olanağını yakalamaktadırlar. Bu gözetim kimi zaman tahakkümün bir aracı olabilirken kimi zaman da zorda kalmış bir insanı kurtarmanın aracı olarak da karşımıza çıkabilir (Chayko, 2018, s. 88-94). Fakat her halükârda devletin sosyal medya üzerinden insanları gözetiminde mahremiyet tartışması önemli bir başlık olarak kendisini göstermektedir; devletin dijital dünyada yer alan bilgilerimize hangi koşullarda ne kadarına erişim sağlayacağı önemli bir soru işaretidir. Bu konu bir sonraki sosyal medya ve risk ilişkisinin tartışıldığı bölümde detaylıca tartışılacaktır.

Bu tartışmadan çıkarılan sonuç internette elde edilen bilgilerin tamamının her an bireyler, örgütler ve hükümetler tarafından gözetlenebileceği ve denetim altında tutulabileceğidir. Sosyal medya siteleri de zaten özellikle insanların başkaları tarafından görülmeleri, gözetlenmeleri ve gözetlemeleri için tasarlanmıştır (Chayko, 2018, s. 88-93). Peki, burada soracağımız bir diğer soru insanlar yoğun bir biçimde gözetlendikleri bu platformlarda kendileriyle ilgili bilgileri zorla mı paylaşmaktadır? Literatüre bakıldığında bu soruya verilen ağırlıklı cevap gözetimin sosyal medya kullanıcıları tarafından gönüllü bir şekilde gerçekleştiği yönündedir. Sosyolojinin dijitallik üzerine daha fazla eğilmesi gerektiğini savunan Lyon ve Bauman (2018) yeni gözetim biçiminin eskisi gibi baskıya dayalı değil eğlenceye ve tüketime dayalı olarak gerçekleştiğini, dolayısıyla insanların gözetim sürecine gönüllü bir biçimde katıldıklarını söylemektedirler. İnsanlar kendilerine sunulan sosyal ödüller karşısında kendi özgürlüklerini göz ardı etmekte ve kendi mahrem dünyalarını da aşındırarak gözetime bile isteye katılmaktadırlar; toplumsal gözetimin ve toplumsal sınıflandırmanın sağlanmasında toplum ile bilgiyi toplayan güç odakları arasında örtük bir işbirliği olduğu söylenebilir. Paylaşım yapmanın verdiği hazlar yeni nesil panoptikonun insanlara herhangi bir dayatma olmaksızın gerçekleşmesini de sağlamaktadır; Bauman ve Lyon paylaşım ile tüketime cezbedilen insanın gönüllü bir kölelik durumu yaşadıklarını düşünmektedirler. Özetle artık gözetim için gözetilenler değil gözetilenler efor sarf etmektedir.

Chayko'ya (2018, s. 88-93) göre de insanlar gözetim sürecine gönüllü bir şekilde katılmaktadırlar; gözetim süreçlerine olumsuz bir anlam yüklemeyen teorisyenin bu düşüncesini makalenin daha önceki bölümünde bahsedilen sosyal ilgi kavramıyla birlikte düşünmek anlamlı olacaktır. Denetimin gönüllülüğüne ilişkin en ciddi eleştirilerden birini de Chul Han yapmıştır. Güney Koreli düşünür sınırsız özgürlüğün ve iletişimin beraberinde getirdiği şeffaflığın bir kontrol-gözetim toplumu oluşturduğunu ifade etmektedir; bu doğrultuda her şeyin paylaşıldığı dijital platformlar Foucault'nun kavramsallaştırmasından mülhem bir dijital panoptikona dönüşmektedir. Bu dijital panoptikonda geleneksel dönemdeki gibi insanların arasına örülmüş kalın duvarlar ve sessizlik kuralları yoktur; aksine burada insanlar dijital panoptikona aktif bir şekilde özgürlüğünün bir gereği olduğunu düşünerek katılırlar. İnsanlar dış baskılarla değil iç ihtiyaçlarla paylaşımlarda bulunurlar; mahrem olan burada vitrinde sergilenebilir. Chul Han bu bağlamda şeffaflığın ideolojize edildiğini ve tüm toplum tarafından uygulandığında şiddete yol açtığını öne sürmektedir (Han, 2017, s. 1-17).

Gözetleme tartışmalarında yer alan bir diğer önemli kavram ise Mathiesen tarafından üretilen sinoptikondur. Aynı *The Truman Show* (1998) filmindeki gibi büyük bir çoğunluğun ekranlar aracılığıyla küçük bir azınlığı izlemesi olarak zihnimize canlandırabileceğimiz sinoptikon kavramsallaştırması esasında büyük kitlelerin internet ve televizyonlar aracılığıyla günlük takip ettikleri çeşitli televizyon programlarını, sosyal medya yayınlarını ifade etmektedir. İnsanlar gönüllü bir biçimde bu programları düzenli olarak izlemekte ve yaşamlarının bir parçası haline getirmektedirler. 21. Yüzyılda teknolojinin ve sosyal medyanın sunduğu imkanlarla insanların her an birbirlerini dijital ortamlar aracılığıyla takip edebilmesi, izlemesi olgusu ise omniptikon kavramıyla ifade edilmiştir. İlk defa Jeffrey Rosen tarafından kullanılan bu kavram esasında insanların kendi rızalarıyla yaşamlarının her anını sosyal medya mecraları aracılığıyla gözetlenmeye açık hale gelmesine işaret etmektedir (Okmeydan, 2017).

### **Sosyal Medya ve Dijital Dünyadaki Riskler**

Makale kapsamında son tartışılacak konu ise sosyal medya ve dijital dünyadaki risklerdir; bu bölümde Ulrich Beck'in risk toplumu kavramı referans alınarak sosyal medyadaki olası riskler üzerine tartışma yürütülecektir. Sözlükte risk kelimesinin karşılığı zarara uğrama tehlikesidir (TDK, 2019). Beck'e göre modernleşme ile birlikte tehlikeler ve potansiyeller daha önce görülmediği kadar artmıştır; ileri modernleşme beraberinde bazı yeni riskleri üretmiştir ve modernleşmenin ilk başlarda refah uğruna göze alınan yan etkileri artık sorgulanır hale gelmiştir. Risk kavramı her ne kadar modern dönemin bir icadı olmasa da geleneksel dönem ile modern dönem arasındaki en önemli ayrımlardan birisini oluşturmaktadır; Beck'e göre modern dönemin en ayırıcı özelliği risk olgusudur. Risk sözcüğü de zaman içerisinde bir değişim yaşamıştır; artık kişisel risklerden

ziyade dünyanın geleceğini etkileyecek küresel riskler sosyolojik bağlamda bu kavramın içini doldurmaktadır. Küresel risklerden hiçbir toplum azade değildir; komşu ülkelerden birinde gerçekleşen bir risk gelip bizim kapımızı da çalabilmektedir (Beck, 2011, s. 21-32). Beck'in risk analizini sosyal medya ve dijitallik üzerinden de okumak mümkündür. Sosyal medya kullanıcıları Beck'in tanımlamış olduğu risklerde olduğu gibi görmedikleri, kestiremedikleri birçok tehlikeyle iç içe yaşamaktadırlar.

İlk olarak devletlerin karşı karşıya kaldıkları riskler üzerinden bir tartışma yürütecek olursak ulus devletlerin dijital dünyada çeşitli tehlikelerle karşı karşıya olduğu söylenebilir. Beck'in bahsettiği ulus aşırı riskler sosyal dünyada da karşımıza çıkmaktadır. Gözetimin artmasında ve meşrulaşmasındaki en önemli gerekçelerden birisi güvenlik sorunudur; güvenlik sorunu artık sadece çevrimdışı dünyanın değil aynı zamanda çevrimiçi dünyanın da bir sorunu haline gelmiştir. Sanal dünyada gerçekleşen güvenlik sorunları ulus devletlerin gücünü aşmakta ve devletleri bir acziyet içerisinde bırakabilmektedir (Bauman & Lyon, 2018, s. 109-133). Bu olguya verilebilecek en iyi örneklerden birinin Wikileaks belgeleri olduğu söylenebilir. Birden çok yöneticisi olan Wikileaks adlı internet örgütünün kamuoyunda en fazla görünür yüzü Assange adlı gazeteci olmuştur. Avustralyalı bir gazeteci ve bilgisayar teknisyeni olan Assange ve arkadaşları dünyanın çeşitli yerlerindeki katılımcılarından gelen ulus devletlere ilişkin bilgileri kendi yerel kaynaklarını da devreye sokarak teyit ettirmek suretiyle internet ortamında yayınlamışlardır. Bu harekete karşı ulus devletlerin büyük yaptırımlarıyla karşı karşıya kalan Assange her ne kadar Londra'da Ekvador'un büyükelçiliğine sığınmış olsa da bu ülkenin siyasal konjonktürünü değişmesiyle birlikte 2019 yılında siyasal sığınmacılığı iptal edilmiş ve tutuklanmıştır (BBC, 2019; Castells, 2016, s. 12, 13). Assange'ın devletlerin sahne arkasına ilişkin sırlarını sosyal medya aracılığıyla sahne önüne çıkarması bu belgelerden etkilenen ulus devletleri ya da hükümetleri ciddi anlamda rahatsız etmiştir.

Ağlar kullanıcılarının diğer insanlara iletişim kurma imkânlarını kolaylaştırırken diğer taraftan diğer kişiler tarafından kendi ağlarına girilme riskini açığa çıkarmaktadır; dolayısıyla olumsuzluklarla karşılaşma riskimiz de artmaktadır. Ülkeler arası güç savaşlarında da dijital ağlar yerini almıştır. Artık birçok ülke kendi menfaatleriyle çatışan ülkelere zarar verebilmek için ya da kendisine yönelik sanal ortamda yapılan saldırıları önleyebilmek adına dijital alanda kendisini geliştirmiş teknisyenleri devlet bünyesinde tutmakta ve istihbarat faaliyetleri yürütmektedir. Ulus devletler güvenlikleri ve bürokratik işleriyle ilgili birçok veriyi dijital dünyaya taşımaktadır; bu noktada dijital dünyadaki veri güvenliği de ulusal güvenliğin bir parçası haline gelmektedir. Ülkeler arasında yaşanan veri casusluğunun sistematik bir saldırıya dönüşmesi haline ağ savaşı adı verilmektedir. Ağ savaşları ülkeler arasında devletlerin istihbarat teşkilatlarının birbirlerine yönelik yaptıkları casusluk faaliyetleridir. Siber savaş olarak da bilinen bu savaşlara dijital dünyanın önemini

arttırmasıyla birlikte ülkeler yatırımlarını arttırmaktadırlar. Ülkeler arasındaki siber savaşların kanıtlanması zor olduğu için bu savaşların yaptırımlarıyla ilgili tartışmalar da havada kalmaktadır; Kuzey Kore ve ABD arasındaki teknolojik savaşlar son yıllarda en çok gündeme gelen ağ savaşlarıdır (Dijk, 2018, s. 142-147).

Dijital dünyada devletler risk altında olduğu kadar sosyal medya kullanıcıları olan bireyler de aynı şekilde dijital dünyada çeşitli risklerle karşı karşıyadır; bu risklerden en önemlisi kendi kişisel verilerinin güvenliğine ilişkindir. Mahremiyet alanımızı oluşturan duvarları aşarak hayatımızın her anında kullandığımız ve kişisel verilerimizi sakladığımız teknolojik aygıtlar olası siber saldırılar sonrası hacklenme tehlikesiyle karşı karşıyadır. Verilerin internet ortamında depolandığı bulut bilişim sisteminde bahsedilen risklerle karşılaşma olasılığının daha da arttığı söylenebilir (Chayko, 2018, s. 39). Örneğin kullanıcı verilerini büyük ölçüde bulut bilişim yöntemi üzerinden depolayan Apple firması 2014 yılında hacklenmiş ve dünya kamuoyunda tanınırlığı olan birçok sanatçının Goffman'ın teorisi bağlamında sahne arkası diyebileceğimiz çıplak fotoğrafları sosyal medyaya sızdırılmıştır (TRT, 2014). Yüzyüze iletişimler büyük ölçüde gizli tutulabilirken dijital ortamdaki iletişimler kayıt altına alınmakta ve üçüncü şahısların eline geçebilmektedir. Bunun yanı sıra ağa bağlı olmayan bilgisayarlarda yer alan teknolojiler de bu bilgilere ulaşabilmenin önünü açmaktadır. Üstelik hukuk sistemi ağlardaki bu riskleri engelleme noktasında yetersiz kalmaktadır. Teknolojiyle ilgili kanunları revize etme ve uygulamada ciddi sorunlar yaşanmaktadır; yeni medyadaki hukukun ihlaliyle ilgili suç algısının rölatifliği, dijital ortamdaki suçların ispatlanmasının zorluğu ve ulus aşırı suçlarda yasal takibin önündeki engeller bu gibi riskleri önlemede büyük dezavantajlar oluşturmaktadır (Dijk, 2018, s. 132-196).

Beck modern dönemde her şeyin birer tehlikeye dönüşmesiyle birlikte insanların bu tehlikeleri düşünmek istemediklerini ve bir süre sonra durumu kabullenerek ekolojik bir kaderciliğe teslim olduklarını savunmaktadır (Beck, 2011, s. 49-52). Beck'in ekolojik kaderciliğini sosyal medya üzerinden de düşünmek mümkündür. Dijital dünyadaki verilerimiz bilhassa ağ bağlantılarında saniyeler içerisinde üçüncü tekil şahıslar tarafından ele geçirilebilir; bu görünmez riskler karşısında durumu kabullenen insanların dijital bir kaderciliğe teslim olduklarını söylemek mümkündür. Gözetim ve denetim olgusu ile riskler arasında ilişki kurulacak olunursa insanlar bıraktıkları dijital ayak izleriyle gözetlenmeyi mümkün kılmaktadırlar. Gözetlenme dijital alanın adeta doğasında vardır ve bununla mücadele eden insan baştan kaybedeceği bir savaşa giren asker gibidir (Chayko, 2018). Dolayısıyla sosyal ağlarda göremediğimiz, kişisel verilerimizi tehlike altına sokacak, haksızlığa uğramamız durumunda hukuken yaptırımı meşakkatli olan risklerle birlikte yaşamaktayız.

## **SONUÇ**



Bilhassa 20 ve 21. yüzyıllarda gelişen teknolojiyle birlikte dijital dünyadaki içerikler gelişerek çeşitlenmiş ve sosyal medya uygulamaları insanların hizmetine sunulmuştur. Dünyanın dört bir yanında milyarlarca insanı birbirine bağlayan sosyal medyanın her geçen yıl kullanıcı sayısı artmakta ve kullanıcıların bu platformlarda açtıkları profiller hayatlarının birer parçası haline gelmektedir. Dijital dünya içerisinde insanların en çok rağbet ettiği sosyal medya uygulamaları insanların mütemadiyen birbirleriyle etkileşim içerisinde bulunabilecekleri bir süper bağlantılılık durumunu doğurmuştur (BoxOffice, 2019; Chayko, 2018). Sosyal medya ağlarının hızla yayılmasının arkasında bir taraftan teknolojik imkânların hızla gelişmesi yatarken diğer taraftan Dijk'ın (2018) ağların dışsallığı kanunu adını verdiği olgu yer almaktadır. Bu doğrultuda bir toplum içerisinde ne kadar çok insan bir sosyal ağa üye olursa geriye kalan insanlar da sosyal dışlanma yaşamamak adına bu ağlara katılma ihtiyacı hissedeceklerdir. Teorisyenler yaşamlarımızda önemli bir yer edinmiş olan sosyal medyanın gündelik hayattaki ilişkilerimizin yerini alıp alamayacağı ile bu dijital mecraların doğurduğu olumlu ve olumsuz sonuçlar üzerine bir tartışma yürütmüşlerdir.

Çevrimiçi dünyanın çevrimdışıdaki ilişkilerin yerini alıp alamayacağına ilişkin tartışmada Bauman (2018) bu mecranın sağladığı rahatça davranma potansiyelinden dolayı dijital dünyadaki ilişkilerin gündelik hayattaki ilişkilerin yerini alabileceğine işaret ederken, Chayko (2018) ve Jan Van Dijk (2018) bu iki mecranın birbirini desteklediğini vurgulamışlardır. Chayko'nun söz konusu meselede dijital dünyanın avantajlarını bir adım daha ön plana çıkarttığını söylemek mümkündür. Bu tartışma bağlamında çevrimiçi ve çevrimdışı dünyanın birbirlerinin alternatifleri olarak görülmek yerine birbirlerini destekleyen, besleyen ve birbiriyle ilişkili olan alanlar olarak görülmeleri daha makul görülmektedir. Netice itibariyle insanların gündelik hayatlarındaki arkadaşlık ilişkileri sosyal medya profillerine yansımakta, sosyal medya üzerinden edinilen arkadaşlıklar da gündelik hayattaki arkadaşlıklara dönüşebilmektedir; bu doğrultuda sosyal medyanın ve gündelik hayatın birbirini desteklediği ve beslediği söylenebilir.

Dijital dünyadaki ağların olumlu ve olumsuz yönlerine ilişkin tartışmada ise Bauman (2018) ve Byung-Chul Han (2017) gibi isimlerin bilhassa mahremiyetin aşınması ve gözetimin yoğunlaşması gibi sonuçlar üzerinden sosyal ağların olumsuz yönleri üzerine odaklandıkları görülmektedir. Bauman sosyal ağlara yönelik eleştirisinde daha çok iktidar odaklarının gözetiminin doğrudan kullanıcılar tarafından kolaylaştırılmasının altını çizerken Chul Han ise daha felsefi bir perspektif ile mahremiyetin aşınmasının insanlar için doğuracağı olumsuz sonuçlar üzerine eğilmiştir. Chayko (2018) bu iki düşünürden farklı olarak sosyalleşme olanaklarını arttırması, insanlara birçok alanda işlevsel olarak yeni kapılar açmasını delil göstererek olumlu taraflar üzerine odaklanmıştır. Van Dijk (2018) ise sosyal medyanın olumlu ve olumsuz sonuçları aynı anda ürettiğini söyleyerek her iki sonuca da değinmiştir. Çoğu araştırmacı tarafından benliğimizin bir parçası haline

geldiği ifade edilen sosyal medya dijital alanın dışında hayatın her anında olabileceği gibi pozitif ve negatif çıktılara sahiptir; konuya bu açıdan yaklaşacak olursak sosyal medyanın insan yaşamına etkisini yalnızca pozitif ya da yalnızca negatif bir perspektiften anlatmaya çalışmanın gerçeklikle uyumlayacağı açıktır.

Sosyal medya kullanıcılarının pratiklerini Goffman'ın 1956 yılında yayınladığı benlik sunumu teorisi çerçevesinden yeniden okumak mümkündür; insanlar aynı gündelik hayat pratiklerinde gerçekleştirdikleri gibi sosyal medyada da rol yapmakta ve çevrelerinde inşa ettikleri kişilik algılarına uygun performanslar sergilemektedirler. Günümüzde milyarlarca insanın kullandığı sosyal medya profillerinin benlik sunumunda sahnelenen performansların oyun seti olduğunu düşünmek mümkündür; dijital dünyadaki benlik sunumu sosyal ağları aktif kullanan insanların yaşamında önemli bir yer tutmaktadır. Çevrimiçi dünya ve çevrimdışı dünya birbirlerinden bağımsız şeyler değildir (Chayko, 2018); çevrimiçi profilleri oluşturan bireyler doğrudan çevrimdışı sahneledikleri kişiliklerinden beslenmektedirler. Bu doğrultuda sosyal ağlardaki benlik sunumunun ağırlıklı olarak kişilerin gündelik hayattaki benlik sunumu ile örtüştüğü söylenebilir. Sosyal medya profilimizdeki kişisel bilgilerimizden paylaşım yaptığımız müziğe kadar metin, görüntü, ses içeren her türlü materyal sosyal medyadaki benlik sunumumuzun bir parçası olabilir. İnsanlar sosyal ağlardaki profil fotoğraflarındaki kıyafet tercihinden yapılan paylaşımdaki yorumlara kadar sosyal ağ kullanıcıları hakkında izlenim elde edebilmektedirler. Çevrimdışı dünyadaki benlik sunumuyla çevrimiçi dünyadaki benlik sunumu kıyaslanacak olunursa dijital dünyada paylaşılan materyallerin önceden düzenlenmesi, istenilen formata rahatça getirilmesi gibi birtakım avantajları olduğu için sosyal medyadaki benlik sunumunun istenilen performansı sergileyerek arzu edilen algıyı oluşturmak noktasında insanlar için birtakım avantajlarından söz etmek mümkündür. Fakat farklı arkadaş gruplarının aynı sosyal ağ listesinde yer aldığı bu dijital dünyada yapılan bir paylaşım her insanda aynı çağrışımları oluşturmayabilir; sözgelimi yüklediğimiz mizahi bir içeriğe ilkokul öğretmenimiz, üniversite arkadaşımız ve iş arkadaşımız tarafından farklı anlamlar yüklenebilir. Tam da burada sosyal ağlarda karşımıza bağlam çöküşü dediğimiz faktör çıkmakta ve sosyal ağ kullanıcılarının işini zorlaştırmaktadır (Chayko, 2018).

İnsanların benlik sunumlarını sosyal medyaya yoğun bir şekilde taşımalarının arkasındaki sebepler nelerdir? Bauman (2018) bu soruya sosyal ödül kavramını verirken Chayko (2018) ilgi arayışı yanıtını vermektedir. İnsanlar dijital dünyada iş arayışından ortak yönlerinin olduğu arkadaşlık bağı kurmaya, flörtleşme çabalarından yeni sosyal aktiviteler edinmeye kadar birçok imkâna kolayca ve hızlıca tek bir tuşla ya da dokunmatik ekrana temas etmekle erişebilmektedir. Sosyal ağlar üzerinden bu ve buna benzer ödülleri toplayıp çevrimdışı dünyaya taşımayı hedefleyen birçok sosyal ağ kullanıcısı için bu mecraların cazip bir yer haline geldiği söylenebilir. Aynı şekilde insanlar tarafından ilgi görmek, beğenilmek isteyen birçok kişi de sosyal medya uygulamalarını aktif bir şekilde kullanmaktadır. İlgi görme

arayışında olan kullanıcılar yükledikleri fotoğrafların ve gönderilerin beğenilmesi, arkadaş sayısının artması gibi beklentiler içerisinde yaşamakta ve sosyal medyayı hayatının bir parçası haline getirmektedirler. Bu paylaşımlarla ilgili olarak doğan bir başka tartışma ise mahremiyetin sosyal medya aracılığıyla yaşadığı değişime ilişkindir. Dijk (2018) bilhassa gençlerin sosyal ağlarda kendi kimliklerinin ne kadar kabul görüp görmediğini test ettiklerini ifade etmektedir; bu meraklı arayış onların paylaşımlarında mahremiyetin aşınmasını göz ardı edebilmelerine sebebiyet verebilmektedir. Byung-Chul Han (2017) ise şeffaflık terörü kavramıyla doğrudan çağımızda mahremiyetin aşınması anlamını taşıyan şeffaflığın ideolojize ve idealize edilerek aynı Dijk'in ağ kanunlarında olduğu gibi toplumda yayıldıkça diğer insanları da içine sürükleyen bir gerçeklik olduğundan bahsetmektedir. Han, Goffman'ın sahne arkası kavramına yakın bir görüşün altını çizerek sosyal ağlardaki mahremiyet aşınmasına karşı çıkmış ve insanların kendileriyle baş başa kalacakları bir sosyal gerçekliğin daha olumlu sonuçlar doğuracağını savunmuştur. Dolayısıyla sosyal medyayla ilgili benliğin sunumu tartışmalarının bir şekilde Goffman'ın sahne ölü ve sahne arkası tanımlamalarıyla ilişkili olduğu söylenebilir.

Bu makale kapsamında ele alınan dijital dünya ve sosyal medyayla ilgili öne çıkan üçüncü tartışma dijital dünyadaki gözetim ve denetim olgusudur. Gözetim olgusu Chayko'nun (2018) ifade ettiği gibi bir taraftan yatay bir biçimde aynı sosyal medya uygulamalarında olduğu gibi insanların birbirlerini takip etmeleri şeklinde gerçekleşirken diğer taraftan devletlerin ve şirketlerin inisiyatifiyle dikey bir biçimde gerçekleşmektedir. Gözetim tartışmaları denildiğinde akla Foucault'nun Bentham'dan mülhem ortaya koyduğu panoptikon kavramı ve George Orwell'in kaleme aldığı meşhur distopyası 1984 adlı roman gelmektedir; günümüzde klasik panoptikondan ziyade dijital panoptikonların varlıklarından söz edilebilir (Han, 2017). Dükkânlardaki güvenlik kameralarından otoyollardaki mobese kameralarına, sosyal medyadaki 7-24 bağlantılılık durumu sayesinde mütemadiyen ulaşabildiğimiz paylaşımlardan dijital dünyadaki bilgilerimizin her an şirketler tarafından veri madenciliği ile işlenmesine kadar hayatımızın her bir anında gözetim gerçekleşmektedir; Deleuze bu olgu karşısında çağımızda toplumların birer gözetim toplumu haline geldiğini savunmaktadır (Bauman & Lyon, 2018). Devletler-hükümetler iktidarlarını sağlamlaştırmak için dijital dünyadaki gözetime daha fazla başvurmakta, şirketler reklam gelirlerini arttırıp potansiyel müşterilerine ulaşabilmek için sosyal medya sitelerinden kullanıcı bilgilerini satın almakta ve sosyal medya profillerimizdeki arkadaş listeleri ya da takipçiler paylaşımlarımızı anında takip edebilmektedirler. Buradaki en temel problem gözetimin muhtevasına ilişkindir; gözetim eskisi gibi baskıyla değil sosyal medya dünyasının kullanıcılarının gönüllü katılımıyla gerçekleşmektedir. Bu gönüllüğün arkasında daha önce de ifade edildiği gibi sosyal ödül ve ilgi arayışını bulmak mümkündür. Bauman ve Lyon (2018) günümüzde eskisi gibi yönetenlerin değil yönetilenlerin kendileri hakkında bilgi paylaşmak için çaba sarf ettiklerini söyleyerek mevcut durumun bir gönüllü kölelik hali olduğunu ifade etmektedirler.

Son olarak dijital dünyadaki risklere değinilecek olunursa Ulrich Beck'in (2011) modern dönemin üretmiş olduğu risklerle ilgili analizini dijitallik tartışmalarına taşıyarak sosyal dünya üzerinden yeniden okumak ve bu ikisi arasında ilişkiler kurmak mümkündür. Dijital dünya ve sosyal medya her yeni gelen teknolojiye olduğu gibi beraberinde yeni riskleri getirmiştir. Tekil şahıslar, şirketler ve devletler çeşitli risklerle karşı karşıya kalmaktadır; insanların kişisel verileri, şirketlerin ticari bilgileri, devletlerin savunma sırları sanal dünyada başka kişilerce, şirketlerce veya devletlerce ele geçirilme tehlikesi altındadır. Sanal ayak izlerinin kaybolmadığı bu dijital dünyada veri güvenliğine ilişkin risklerden hiçbir kişi, şirket ya da devlet muaf değildir; her biri söz konusu tehlikelerle karşı karşıyadır. Bu risklerin yaptırımlarıyla ilgili de büyük belirsizlikler söz konusudur; hukukun dijital dünyadaki tehlikeleri cezalandırma konusunda yetersiz kaldığı ifade edilebilir (Dijk, 2018). Son bir değerlendirme yapılacak olunursa dijital dünyadaki dijital dünyadaki sosyal medya ağlarının, benlik sunumunun, gözetim-denetim olgusunun ve risklerin birbirlerine etkileri olan çok katmanlı birer gerçekliği oluşturdukları söylenebilir. Toplumsal hayatta etkili olan olguların dijital dünyada da etkili olduğu görülmekle birlikte toplumsal yaşamda yüz yüze etkileşim pratikleri ile dijital dünya pratiklerinin iç içe geçtiği söylenebilir.

#### **KAYNAKÇA**

Algül, A. (2018). Sosyal ağ kullanıcılarının abartılı paylaşım, benlik sunumu ve mahremiyet tüketimleri. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 21-44.

Bauman, Z., & Lyon, D. (2018). *Akışkan gözetim*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

BBC. (2019, 04 11). *Julian Assange kimdir?: WikiLeaks'in kurucusu Londra'da çıkarıldığı mahkemece tutuklandı*. 06 7, 2019 tarihinde BBC News: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-47893883> adresinden alındı

Beck, U. (2011). *Risk toplumu - Başka bir modernliğe doğru*. İstanbul: İthaki Yayınları.

BoxOffice. (2019, 6 5). *Yıllık*. 6 5, 2019 tarihinde Box Office: <https://boxofficeturkiye.com/yillik/?yil=2018&yilop=tum> adresinden alındı

Castells, M. (2016). *İletişim gücü*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Chayko, M. (2018). *Süper bağlantılı: İnternet, dijital Medya, tekno-sosyal hayat*. İstanbul: Der Yayınları.

Çakmak, V. (2018). Online benlik sunumu ve narsisizm arasındaki ilişki: Üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Online Academic Journal of Information Technology*, 137-152.

Çakmak, V., & Baş, Ü. (2017). Benlik sunum aracı olarak Instagram kullanımı: Öğrenciler üzerinde nitel bir araştırma. *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 96-119.

Deleuze, 2., akt, & Lyon, 2. (tarih yok).

Dijilopedi. (2019, 6 2). *2019 İnternet kullanımı ve sosyal medya İstatistikleri*. 6 2, 2019 tarihinde Dijilopedi: <https://dijilopedi.com/2019-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/> adresinden alındı

Dijk, J. V. (2018). *Ağ toplumu*. İstanbul: Epsilon Yayınevi.

euronews. (2019, 01 11). *AB’de artık reklam pastası TV’ye değil, internete gidiyor*. 06 08, 2019 tarihinde euronews: <https://tr.euronews.com/2019/01/11/ab-de-artik-reklam-pastasi-tv-ye-degil-internete-gidiyor> adresinden alındı

Göker, G. (2016). Bir gözetim aracı olarak Periscope. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 969-992.

Goffman, E. (2016). *Günlük yaşamda benliğin sunumu*. İstanbul: Metis Yayınları.

Han, B.-C. (2017). *Şeffaflık toplumu*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kara, T. (2013). *Sosyal medya endüstrisi*. İstanbul: Beta Yayınları.

Okmeydan, S. B. (2017). Postmodern kültürde gözetim toplumunun dönüşümü: ‘Panoptikon’ dan ‘sinoptikon’ ve ‘omniptikon’a. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 45-69.

ogretmenlericin.com. (2018, 01 13). *Okullarda kurulan WhatsApp grupları ile öğretmenlere talimat verilemez*. 6 2019, 8 tarihinde ogretmenlericin.com: <https://www.ogretmenlericin.com/meb/meb-personel/okullarda-kurulan-whatsapp-gruplari-ile-ogretmenlere-talimat-verilemez-25695.html> adresinden alındı

Özdemir, Z. (2015). Sosyal medyada kimlik inşasında yeni akım: Özçekim kullanımı. *Maltepe Üniversitesi · İletişim Fakültesi Dergisi*, 112-131.

Ritzer, G. (2016). *Büyüsü bozulmuş dünyayı büyülemek*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

TDK. (2019, 1 6). *Türk*. 1 6, 2019 tarihinde Türk Dil Kurumu: <http://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı

TRT. (2014, 9 3). *Apple iCloud'un hacklenmesiyle ilgili açıklama yaptı*. 6 4, 2019 tarihinde Trt Haber: <https://www.trthaber.com/haber/bilim-teknoloji/apple-icloudun-hacklenmesiyle-ilgili-aciklama-yapti-142780.html> adresinden alındı

Uçar, F. (2016). Facebook'taki benlik sunumu ve toplumsal cinsiyet rolleri. *Research Gate*, 311-338.

Uzun, H. (2016). Sosyal medyanın bilgi kalitesine etkisi: Sahte hesaplar. *Akademia Sosyal Bilimler Dergisi*, 1-31.

Uzun, K., & Uluçay, D. M. (2017). İş ortamında WhatsApp kullanımı ve kesintiye uğrama. *Dergipark*, 221-225.

Vural, B. A., & Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yaşar University*, 3348-3382.

We Are Social. (2021, 12). *Special report, Digital 2021*. We Are Social: <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-uk/> adresinden alındı

webrazzi. (2019, 3 29). *Türkiye 2018 medya ve reklam yatırımları raporu: Dijital yüzde 15 büyürken, TV aynı, Basın ise küçülüyor*. 6 8, 2019 tarihinde webrazzi: <https://webrazzi.com/2019/03/29/turkiye-2018-medya-ve-reklam-yatirimlari-raporu-dijital-yuzde-15-buyurken-tv-ayni-basin-ise-kuculuyor/> adresinden alındı

WebTekno. (2018, 6 7). *YouTube'da 2 Milyar İzlenme Barajını Aşmış, Tüm Zamanların En Çok İzlenen 21 Videosu*. 6 2019, 8 tarihinde WebTekno: <https://www.webtekno.com/youtube-da-2-milyar-izlenme-barajini-asmis-tum-zamanlarin-en-cok-izlenen-21-videosu-h41232.html> adresinden alındı



Yayın Geliş Tarihi: 28.07.2021  
Yayına Kabul Tarihi: 27.10.2021  
Online Yayın Tarihi: 31.12.2021  
http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.975564

Dokuz Eylül Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi  
Cilt: 23, Sayı: 4, Yıl: 2021, Sayfa: 1671-1708  
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

*Araştırma Makalesi*

## **SORUMLU TURİZM YAKLAŞIMI İLE TURİSTİK DESTİNASYONLARIN GELİŞİMİ: FOÇA ÖRNEĞİ<sup>1</sup>**

Erdem AKTAŞ\*  
Avşar KURGUN\*\*

### **Öz**

*Turizm ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel faktörleri etkilemesi açısından çok boyutlu ve turist ile ev sahibi arasındaki etkileşime dayalı dinamik bir süreçtir. Turizmin olumsuz ekonomik, çevresel ve sosyal etkileri azaltmayı ve yerel halka fayda sağlamayı amaçlayan sorumlu turizm yaklaşımı destinasyonda yer alan bütün paydaşların sorumluluklarının bilincinde olmasını ve bu sorumluluklar çerçevesinde gerçekleştirdikleri uygulamalarını kapsamaktadır. Bu çalışmanın temel amacı, turistik destinasyonların gelişiminde, turizmin destinasyon üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirmeyi, yerel halk için ekonomik faydalar üretmeyi, yerel halkı karar verme sürecine dahil etmeyi, doğal kaynakları ve kültürel mirası korumayı, turistler ve yerel halk arasında anlamlı bağlar kurmayı, dezavantajlı grupların erişimini sağlamayı ve kültürel açıdan duyarlı olmayı hedefleyen sorumlu turizm anlayışının rolünün incelenmesidir. Çalışmada öncelikle literatür taraması yapılmıştır. Yerli ve yabancı literatürde yer alan bilgiler ışığında çalışmanın ilk iki bölümü oluşturulduktan sonra veri toplama araçları olan derinlemesine görüşme ve odak grup görüşmesi yardımıyla elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Sorumlu turizm ile destinasyon gelişimi arasındaki ilişki sorumlu turizmin boyutları olan çevresel sorumluluk, ekonomik sorumluluk ve sosyo-kültürel sorumluluk kapsamında derinlemesine incelenmiştir. Çalışmanın son bölümünde ise araştırma kapsamında elde edilen bulgular ışığında sorumlu turizm anlayışının destinasyon gelişimi üzerindeki etkileri, destinasyon paydaşlarının sorumlu turizm anlayışı içerisindeki rolleri ve sorumlu turizm yaklaşımı ile destinasyon gelişimi süreci ortaya konulmuştur.*

*Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):*

Aktaş, E., Kurgun, A. (2021). Sorumlu turizm yaklaşımı ile turistik destinasyonların gelişimi: Foça örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (4), 1671-1708.

<sup>1</sup> Bu makale Erdem AKTAŞ'ın Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Doktora Programında yazdığı "SORUMLU TURİZM YAKLAŞIMI İLE TURİSTİK DESTİNASYONLARIN GELİŞİMİ: FOÇA ÖRNEĞİ" isimli Doktora Tezinden üretilmiştir.

\* Araş. Gör. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, ORCID: 0000-0002-7439-8918, erdem.aktas@deu.edu.tr.

\*\* Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, ORCID: 0000-0002-2092-5292, avsar.kurgun@deu.edu.tr



**Anahtar Kelimeler:** Sorumlu Turizm, Çevresel Sorumluluk, Ekonomik Sorumluluk, Sosyo-Kültürel Sorumluluk, Destinasyon Gelişimi.

## DEVELOPMENT OF TOURISTIC DESTINATIONS WITH RESPONSIBLE TOURISM APPROACH: FOÇA CASE<sup>2</sup>

### Abstract

*Tourism is a multidimensional and dynamic process affecting economic, social, cultural and environmental factors based on the interaction between tourist and host. Responsible tourism approach, which aims to reduce the negative economic, environmental and social impacts of tourism and to benefit the local people, includes the awareness of the responsibilities of all the stakeholders involved in the destination and their implementations within the framework of these responsibilities. The main objective of this study is to examine the role of responsible tourism approach which aims to minimize the negative effects of tourism on destinations, to generate economic benefits for local people, to involve local people in decision-making process, to protect natural resources and cultural heritage, to establish meaningful connections between tourists and local people, to provide access to disadvantaged groups and to be culturally sensitive on development of touristic destinations. In this study firstly literature review was done. After the first two parts of the study, which were formed in the light of the information contained from domestic and foreign literature, the data obtained through the interview and focus group interviews were evaluated. The relationship between responsible tourism and destination development has been investigated in depth within the scope of responsible tourism dimensions; environmental responsibility, economic responsibility and socio-cultural responsibility. In the last part of the study, roles of destination stakeholders and the process of destination development, which is driven by responsible tourism approach, has been put forward in order to achieve destination development in light of the findings obtained within the scope of the research.*

**Keywords:** Responsible Tourism, Environmental Responsibility, Economic Responsibility, Socio-Cultural Responsibility, Destination Development.

### GİRİŞ

Çevre bilincinin ve kültürel değerlere verilen önemin giderek artması daha bilinçli tatiller planlayan, tükettiği ürünün çevreye ve kültürel değerlere etkisini değerlendiren ve kararını bu doğrultuda veren bir turist profilinin ortaya çıkmasını beraberinde getirmiştir. Bunun yanı sıra, turistlerin önemli bir kısmı daha iyi bir deneyim ve daha kaliteli turistik ürünler aramaktadır. Turistler ziyaret ettikleri destinasyonda yaşayan yerel halkın yaşam tarzlarını ve kültürlerini yakından incelemek, doğal güzelliklerini ve kültürel miraslarını daha fazla deneyimlemek istemektedirler. Turistik ürün satın aldıkları işletmelerin itibarlarına ve içinde

---

<sup>2</sup> This article was produced from Erdem AKTAŞ's Ph.D. Thesis titled "DEVELOPMENT OF TOURISTIC DESTINATIONS WITH RESPONSIBLE TOURISM APPROACH: FOÇA CASE", which is written in Dokuz Eylül University Social Sciences Institute Tourism Management Department Tourism Management Doctorate Program.

buldukları çevreye ve topluma karşı sorumluluklarını ne derece yerine getirdiklerine dikkat eden turistler suçluluk duygusundan uzak bir tatil talep etmektedirler. Bu eğilimin önem kazanması faaliyetlerini sorumlu turizm anlayışına göre şekillendiren işletmelere ve destinasyonlara önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadır.

Sorumlu turizm kapsamında destinasyonun sahip olduğu ayırt edici özelliklerin geliştirilmesi, destinasyon paydaşları arasındaki bağların ve iletişimin kuvvetlendirilmesi ve farklı destinasyonlarla kurulan bağlarla birlikte iletişim kanallarının genişletilmesi destinasyon gelişiminin sağlanması açısından büyük önem taşımaktadır. Turistik destinasyonların doğal kaynaklarına ve kültürel yapısına bağımlı olan turizm sektörü, gelişimini planlarken ve bu planları uygularken neden olabileceği olumsuz etkileri önceden tahmin etmeli ve ortadan kaldıracak uygulamaları ön plana çıkarmalıdır. Sadece turistlerin değil yerel halkın da refahını en üst düzeye çıkarmayı hedefleyen sorumlu turizm yaklaşımı turistik destinasyonların gelişimi konusunda temel alınmalı ve turistik destinasyonun paydaşlarının tamamı tarafından benimsenmelidir.

Çalışmada, öncelikle sorumlu turizm anlayışı üzerinde durulmuştur. Destinasyon paydaşlarının rollerinin ve sorumluluklarının bilincinde olduğu ve faaliyetlerini bu doğrultuda gerçekleştirdikleri, destinasyon içi ve destinasyon dışı iletişim kanallarının sürekli açık, koruma, geliştirme ve eğitimi ön plana çıkaran bir anlayış olan sorumlu turizm; destinasyonda gerçekleştirilen turistik faaliyetlerin olumsuz etkilerini en aza indirgeyerek yerel halka daha iyi bir yaşam, turistlere de daha iyi bir tatil deneyimi sunmayı amaçlamaktadır. Çalışmanın ikinci bölümünde destinasyon gelişimi kavramı ele alınmıştır. Çok sayıda paydaşın bir araya geldiği turistik destinasyonların gelişiminin sağlanabilmesi destinasyonun genel anlamda başarısına bağlı olduğu kadar paydaşların başarılarına da bağlı olmaktadır. Bu durum destinasyondaki planlama, uygulama, yönetim ve denetim faaliyetlerinin zor olmasını beraberinde getirmekte ve destinasyon gelişimi kavramının belirli bir süreç kapsamında değerlendirilmesini gerektirmektedir.

Son bölümde Foça'da gerçekleştirilen araştırmada elde edilen verilere yer verilmiştir. Çalışmada, araştırmanın amacına ve kapsamına uygun olarak nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Verinin elde edilmesinde odak grup görüşmesi ve derinlemesine görüşme teknikleri kullanılmıştır. Odak grup görüşmesi araştırmanın gerçekleştirildiği Foça destinasyonunda turizm konusunda uzman karar verici ve uygulayıcıları ile turizm faaliyetinde bulunan kamu sektörü, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının yöneticileri ve temsilcilerinden oluşan katılımcılarla gerçekleştirilmiştir. Odak grup görüşmesinin yanı sıra Foça Belediyesi'nin odak grup görüşmesine katılan paydaşlar açısından stratejik değerinde bir rol oynadığı değerlendirilmesi nedeniyle odak grup görüşmesi dışında Foça Belediye Başkanı ile derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular değerlendirilerek sorumlu turizm uygulamalarının destinasyon gelişimine ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açıdan sağlayacağı etkiler, destinasyon

gelişiminin sağlanabilmesi için belirlenen paydaş rolleri ve sorumlu turizm yaklaşımı ile destinasyon gelişimi süreci ortaya konulmuştur.

## **SORUMLU TURİZM**

Küresel anlamda bilgiye erişimin gün geçtikçe kolaylaşması, teknolojinin gelişim hızının olağanüstü seviyelere ulaşması, sosyal medyanın etkin kullanımı ve toplumsal hareketlerin gündelik hayata etkileri, insanların (tüketicilerin) çevresel, sosyal ve ekonomik konulardaki farkındalık seviyelerini yükseltmektedir. Bu farkındalık, insanların davranış şekillerine, paralarını nasıl harcadıklarına ve işlerini nasıl yaptıklarına etki etmeye başlamıştır. Mevcut ve potansiyel müşterilerinin davranışlarındaki değişimler turizm ekosistemi paydaşlarının da benzer konularda inisiyatifler almalarını zorunlu hale getirmiştir. Günümüzde turistik destinasyonlar ve turistik destinasyon paydaşları uygulamalarını, çalışanlarına, yerel halka ve çevreye karşı sorumlu bir anlayışla yöneterek etik değerlere daha fazla dayandırmaktadırlar. Bu durum herkesin sorumluluklarının bilincinde olmasını gerektiren yeni bir ekonominin oluşumuna zemin hazırlamaktadır.

Spenceley vd. (2002, s.8) sorumlu turizmi basitçe "turistler için daha iyi tatil deneyimleri sağlamak ve turizm işletmeleri için iyi iş fırsatları sağlamakla ilgili turizm anlayışı" olarak tanımlamaktadır. Sorumlu turizm, bunun yanı sıra, artan sosyo-ekonomik faydalar ve geliştirilmiş doğal kaynak yoluyla yerel halkın daha iyi bir yaşam kalitesine sahip olmalarına olanak sağlamayı hedeflemektedir. Güney Afrika Çevre Sorunları ve Turizm Departmanı (Government of South Africa Department of Environmental Affairs and Tourism) ise kavramı "çevrenin sürdürülebilir kullanımını sağlama; yerel halkı turizm endüstrisine dâhil etme; ziyaretçilerin, sorumlu hükümetin, çalışanların, işverenlerin, sendikaların ve yerel halkın güvenliğini ve emniyetini sağlama sorumluluğunu üzerine alan turizm anlayışı" olarak tanımlamıştır (DEAT, 1996, s.4). Turizmin talep yönü açısından incelendiğinde ise sorumlu turizm spesifik olarak "turistlerin çevre dostu uygulamalara katılarak, yerel geleneklere ve değerlere daha fazla farkındalık ve duyarlılık göstererek ya da yerel mal ve hizmetlerin daha büyük bir bölümünü satın alarak turistik destinasyonlarda sorumlu bir şekilde hareket edebileceği düşüncesi" olarak tanımlanabilmektedir (Lee vd., 2017, s.298). Doğal Hayatı Koruma Vakfı ise, sorumlu turizmi "turistleri tatmin eden, turistik destinasyonun çevresini koruyan ya da geliştiren ve yerel halka fayda sağlayan turizm anlayışı" olarak tanımlamaktadır (WWF, 2001, s.1). Bir başka tanıma göre sorumlu turizm "ekonomik, sosyal ve çevresel hedeflere ulaşmak, eğitilmiş ve motive olmuş tüketiciler yaratmak için piyasayı kullanan turizm anlayışı" olarak tanımlanmaktadır (Goodwin, 2005, s.1).

Güney Afrika Çevre Sorunları ve Turizm Departmanı tarafından 1996 yılında yayınlanan "Güney Afrika'da Turizmin Gelişimi ve Tanıtımı" başlıklı raporda sorumlu turizmin temel unsurları (DEAT, 1996, s.13):

- Atıklardan ve aşırı tüketimden kaçınma,
- Yerel kaynakların sürdürülebilir kullanımı,

- Doğal, ekonomik, sosyal ve kültürel çeşitliliğin korunması ve teşvik edilmesi,
- Ev sahibi kültüre karşı duyarlı olma,
- Yerel halkın turizm planlamasına ve karar alma süreçlerine katılımı,
- Turizmin çevresel, sosyal ve ekonomik etkilerinin turizmin geliştirilmesi için bir ön koşul olarak değerlendirilmesi,
- Yerel halkın turizme katılımının ve turizmden fayda elde etmesinin sağlanması,
- Turizmin yerel, doğal ve kültürel çevreye saygılı ve sorumlu bir şekilde pazarda konumlandırılması,
- Turizmin etkilerinin izlenmesi ve bilgilerin şeffaf bir şekilde paydaşlarla paylaşılması şeklinde belirlenmiştir.

Güney Afrika Johannesburg şehri 2002 yılında Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi'nden hemen önce, Destinasyonlarda Sorumlu Turizm konulu konferansın ilkinde ev sahipliği yapmıştır. 20 ülkeden 280 delegenin katıldığı Cape Town Konferansı'nın sonucunda turizm işletmeleri için "sorumlu bir yaklaşım benimseme, sorumluluk sahibi belirli uygulamaları yerine getirme, ilerlemeyi şeffaf ve denetlenebilir bir şekilde raporlama ve gerektiğinde pazar avantajı olarak kullanma" çağrılarında bulunan bir deklarasyona imza atılmıştır (Spenceley, 2008, s.5). Cape Town Deklarasyonu'na göre sorumlu turizm (Cape Town, 2002, s.3);

- Olumsuz ekonomik, çevresel ve sosyal etkileri en aza indirmekte,
- Yerel halk için ekonomik yararlar yaratmakta, yerel halkın refah düzeyini arttırmakta, çalışma koşullarını iyileştirmekte ve sektöre erişim sağlamakta,
- Yerel halkın, hayatlarını ve yaşam şanslarını etkileyen kararların alınması sürecine katılımını sağlamakta,
- Doğal ve kültürel mirasın yanı sıra biyolojik ve kültürel çeşitliliğinin korunmasına olumlu katkılar yapmakta,
- Yerel halkla daha anlamlı bağlantılar kurmalarına olanak vererek turistler için daha eğlenceli deneyimler sunmakta ve kültürel, sosyal ve çevresel konuların daha iyi anlaşılmasını sağlamakta,
- Fiziksel engelleri bulunan insanlara erişim sağlamakta ve
- Kültürel açıdan duyarlı bir turizm anlayışı olduğu için turistler ve yerel halk arasında saygıyı geliştirmekte, yerel gurur ve güvenin oluşumuna katkı sağlamaktadır.

Sorumlu turizm, özel sektörle ilişki kurma aracı olarak devletler ve şehir yönetimleri tarafından giderek daha fazla takip edilmektedir. Kavramın uluslararası kabulü, özel sektörün, turizmin etkilerini yönetmede merkezi olması ve genel olarak kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha fazla ilgi göstermesi ile açıklanabilmektedir. Bu nedenle, normatif bir yapı sunmanın yanı sıra, sorumlu turizm, turizmi yönetme konusunda da pragmatik bir çekiciliği de beraberinde getirmektedir (Chettiparamb & Kokkranikal, 2012, s.307).

### **Sorumlu Turizmin Boyutları**

Cape Town Deklarasyonu, üçlü saç ayağı yaklaşımını, turizmin sosyal, ekonomik ve çevresel sorumlulukları hakkındaki ilkelerinin temeli olarak kullanmıştır. Bu üç saç ayağı bir turizm destinasyonunda olumlu bir etkiye sahip olmak için nelerin uygulanması gerektiğini belirtmektedir. Örneğin, sosyal sorumluluk için bir yol gösterici ilke, “olumsuz etkilerin en aza indirilmesi ve olumlu etkilerin en üst düzeye çıkarılması amacıyla, projenin planlama ve tasarım aşamaları da dahil olmak üzere, operasyonun yaşam döngüsü boyunca sosyal etkileri değerlendirmektir” (Cape Town, 2002, s.4). Sorumlu turizm, tipik olarak üç temel sorun türünde turistik destinasyon paydaşlarının sorumluluklarını özetlemektedir. Bunlar; çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel sorumluluklar olarak sıralanmaktadır (Lee vd., 2017, s.299; Gao, Huang & Zhang, 2016, s.278; Hedlund, Marell & Garling, 2012, s.16; Hudson & Miller, 2005, s.385; Mihalic vd., 2021, s. 856).

### **Çevresel Sorumluluk**

Turizm sektöründe faaliyette bulunan işletmeler, diğer sektörlerde yer alan işletmeler gibi doğal kaynakların serbest mal olarak görüldüğü pazar odaklı özellikler göstermektedir. Bu durumda çevre nihai ürünün bir parçası olduğu gibi, önemli bir girdi görevini de üstlenmektedir. Çevrenin üstlendiği bu görevler, doğal kaynakların aşırı kullanımı ve fiyatlanması mümkün olmayan olumsuz etkileri beraberinde getirmektedir. Turizm sektöründe yaşanan genişlemeler ve özellikle bu genişlemelerin bazı alanlarda yoğunlaşması, endüstrinin çevre üzerindeki uzun vadeli bağımlılığını ihmal etmektedir (Sinclair & Stabler, 2002, ss.158-159). Turizmi geliştirmek isteyenlerin çevreyi koruma ve çevre kalitesini iyileştirme çabaları artacaktır. Çünkü çevre kalitesi turizm ürününün kalitesini olumlu yönde etkileyecektir ve rekabet için gereklidir (Kuşluyan, 1999, s.86). Turistik alanların genel çevresel kalitesi sürdürülmeli veya mümkün olan yerlerde geliştirilmelidir. Çevre kalitesi sadece turistler için değil aynı zamanda yerel halk için de büyük önem taşımaktadır (Lorant & Tünde, 2010, ss.193-194).

Cape Town Deklarasyonu’nda çevresel sorumlulukların yerine getirilmesi için ortaya konan prensipler (Cape Town, 2002, s.4):

- Turizm işletmelerinin ve operasyonlarının - planlama ve tasarım aşaması dâhil - çevresel etkilerini değerlendirmek ve olumsuz etkilerin asgari düzeye indirilmesini ve pozitif olanların en üst düzeye çıkarılmasını sağlamak.
- Kaynakları sürdürülebilir bir şekilde kullanmak, israfı ve aşırı tüketimi azaltmak.
- Sürdürülebilir doğal çeşitliliği yönetmek ve çevrenin destekleyebileceği turizmin türünü dikkate alarak hassas ekosistemlerin ve korunan alanların bütünlüğüne saygı göstermek.
- Tüm paydaşlar için sürdürülebilir kalkınma için eğitim ve farkındalığı teşvik etmek.

- Tüm paydaşların kapasitelerini arttırmak ve en iyi uygulamanın yapılmasını sağlamak, bu amaçla çevre ve koruma uzmanlarına danışmak.

Turistler turistik destinasyonlarda, rekreasyon alanlarında ve turistik işletmelerde çevre dostu uygulamalara oldukça yüksek seviyede önem ve değer vermektedirler. Araştırmalar birçok turistin genel olarak işletmelerin çevresel faaliyetlerine ve yeşil yeniliklere karşı olumlu tutumlara sahip olduklarını göstermektedir (Fairweather, Maslin & Simmons, 2005; Watkins, 1994).

### **Ekonomik Sorumluluk**

Ekonomistler turizmi, doğrudan ve dolaylı birçok ürün ve hizmetlere ihtiyaç duyan belirli bir tüketici talebine cevap olarak görmektedirler. Endüstri, ulaşım, iletişim, altyapı, eğitim, güvenlik, sağlık, göç, gümrük ve barınma gibi birçok sektöre etki eden çok çeşitli ekonomik fırsatları teşvik etmektedir. Turizm gelişmekte olan ülkeler için cazip bir endüstri olarak görülmektedir, çünkü giriş engelleri genellikle düşüktür, buna karşın gelir olumlu stratejik ve pazarlama koşullarında hızlı bir şekilde sağlanabilmektedir. Bununla birlikte, az sayıda yerel ekonomik bağlantının neden olduğu yüksek yabancı mülkiyet ve derin sızıntı etkilerinin olduğu durumlarda gelişmekte olan ülkelerde ekonomik faydalar en üst düzeye çıkarılabilmektedir (Spenceley, 2008, s.6). Gelişmekte olan ülkelerde yabancı sermayenin önemi büyük olmakla birlikte, yerel işletmelerin kurulması, doğru hizmet ve ürünlere yönlendirilmesi ekonomik sızıntıların azaltılmasını sağlamaktadır.

Turizm sektörünün emek-yoğun üretim tarzı ile çalışması, turistik mal ve hizmet üretiminde otomasyon imkânının büyük ölçüde zor olması, turizmin istihdam etkisinin önemini göstermektedir. Turizm sektöründe istihdamın katkısı ekonomik bir kazanç olduğu gibi, işsizlik bakımından da büyük önem taşımaktadır (Avcıkurt, 2007, s.40). Turizm sektörü hem yerel halka istihdam ve gelir yaratmakta hem de yerel halkın turizm hareketi konusunda bilinçlenmesini sağlamaktadır. Farklı kültürlerin bir araya gelerek birbirlerini tanıma fırsatı bulduğu turizmde kalifiye eleman ihtiyacının bir sonucu olarak eğitim düzeyinin yükseleceği ve hoşgörülü bir toplumsal yapısının yaratılabileceği düşünülmektedir.

Turizm sektöründe faaliyet gören işletmeler bütün işletmelerde olduğu gibi varlıklarını sürdürebilmek, işletme maliyetlerini karşılamak ve yapılmış yatırımları geri kazanmak için belirli bir seviyede gelir elde etmeleri gerekmektedir. Bununla birlikte, bir "sorumlu turizm" uygulamalarını benimseyen bir turistik işletme gelir elde etmekten daha fazlasını yapmalıdır (Spenceley vd., 2002, s.17). Bunun yanı sıra turizmin gelişimi söz konusu olduğunda dikkatlice değerlendirilmelidir. Turizmin ekonomik açıdan fayda sağlayacağı ve yerel geçim kaynakları üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirgeyeceği düşünülmeli ancak turizmin her zaman yerel ekonomiye en uygun kalkınma biçimi olmayabileceği de göz ardı edilmemelidir (Fang, 2020, s.135).

Cape Town Deklerasyonu'nda ekonomik sorumlulukların yerine getirilmesi için ortaya konan prensipler (Cape Town, 2002, ss.3-4):

- Turizmi geliştirmeden önce ekonomik etkileri değerlendirmek ve yerel topluluklara fayda sağlayan ve yerel geçim kaynakları üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirgeyen (örneğin kaynaklara erişimin kaybı gibi) kalkınma biçimlerini tercih etmek, turizmin gelişiminin her zaman yerel ekonomiye en uygun biçimi olmadığını kabul etmek.
- Yerel toplulukların turizmde yer almasını ve turizmden faydalanmasını sağlayarak bağlantıları arttırmak ve sızıntıların azaltılması yoluyla yerel ekonomik faydaları en üst düzeye çıkarmak. Mümkün olan yerlerde yoksullukla mücadele stratejilerini benimseyerek yoksulluğu azaltmaya yardımcı olmak için turizmi kullanmak.
- Hedefi yansıtan, tamamlayan ve geliştiren kaliteli ürünler geliştirmek.
- Turizmi, destinasyonun doğal, kültürel ve sosyal bütünlüğünü yansıtan ve uygun turizm biçimlerini teşvik eden şekillerde pazarlamak.
- Adil iş uygulamalarını benimsemek, adil ücretler ödemek, riskin en aza indirilip paylaşıldığı ortaklıklar kurmak ve uluslararası çalışma standartlarına uygun çalışanları işe almak.
- Turizmle ilgili işletmelerin gelişmesini ve sürdürülebilir olmasını sağlamak için küçük, orta ve mikro işletmelere uygun ve yeterli desteği sağlamaktır.

### **Sosyo-Kültürel Sorumluluk**

Ekonomik yapı üzerindeki etkileri turizmin özellikle gelişmekte olan ülkeler tarafından benimsenen ve desteklenen bir sektör olmasında önemli bir rol oynamıştır. Ekonomik getirilerin yanı sıra, turizmin doğal kaynaklara ve kültürel yapıya da olumlu katkılarda bulunduğu tartışılmakla beraber, turizmin eskiden görüldüğü kadar zararsız ve maliyetsiz bir ekonomik seçenek olmadığı gerçeği ortaya çıkmıştır (Gürbüz, 2002, s.50). Turizm sadece ekonomik bir olay olmayıp, ekolojik, siyasi, sosyal ve kültürel yönleri de olan toplum ve sosyal yapı üzerinde önemli rol oynayan uluslararası bir harekettir. Bu nedenle, turizmin etkileri değerlendirilirken sadece gelir getirici ve döviz kazandırıcı özellikleri gibi maddi ve ekonomik sonuçları değil sosyal ve kültürel yansımaları gibi ekonomik olmayan konuların irdelenmesi de gerekmektedir (Avcıkurt, 2007, s.56).

Turizmin yerel kültür üzerindeki en önemli etkilerinden birisi ticarileşmedir. Yerel kültür, turizmin etkisiyle maddeci ve ticari bir nitelik kazanmaktadır. Yerel halk daha önce gönüllü yapılan hizmetleri turizmin destinasyonda gelişmesiyle beraber para karşılığı yapmaya başlayabilmektedir. Böylece, valiz taşımak veya bilgi vermek gibi daha önce nezaket ve yardım ifadesi olarak yapılan davranışlardan para istenmeye başlamasıyla, ahlaki bir kültür yapısı ticari bir yapı kazanmaktadır (Forster, 1964, s.222). Ayrıca, yerel halkın kültürünün önemli bir parçası olan gelenek ve törenlerinin ticari amaçlı bir gösteriye dönüşmesi, gerçek anlamlarını yitirmelerine neden olmaktadır (Graburn, 1980, s.61). Geleneksel olarak kültürel miras varlıklarının korunması için çaba harcanırken turizm sektörünün kültürel miras varlıklarına ticari anlamda baktığı ve bu değerleri “turizmleştirerek” olumsuz etkilediği, bu nedenle iki yapının birbiriyle uyumsuz olduğu savunulmaktadır. Ancak

söz konusu durumun engellenebilmesi ve karşılıklı faydanın sağlanabilmesi için kaynakların paylaşımı sonucunda birlikte çalışma fırsatlarının değerlendirilmesi gerekmektedir (Özdoğan, 2014, s.50).

Sosyo-kültürel sorumlulukların yerine getirilmesi gerek prensipler Cape Town Deklerasyonu'nda aşağıdaki şekilde sıralanmıştır (Cape Town, 2002, s.4):

- Yerel toplumu planlama ve karar verme sürecine aktif olarak dâhil etmek ve bunu gerçeğe dönüştürmek için kapasite geliştirmeyi sağlamak.
- Olumsuz etkileri en aza indirmek ve olumluları en üst düzeye çıkarmak için, operasyonun yaşam döngüsü boyunca -projelerin planlama ve tasarım aşamaları dâhil- sosyal etkileri değerlendirmek.
- Turizmi kapsayıcı bir sosyal deneyime dönüştürmek ve herkes için, özellikle de savunmasız ve dezavantajlı topluluklar ve bireyler için erişimin sağlanması için çaba sarf etmek.
- Sosyal ve kültürel çeşitliliği korumak ve teşvik etmek, ev sahibi kültüre duyarlı olmak.
- Turizmin sağlık ve eğitim alanındaki gelişmelere katkıda bulunmasını sağlamak.

Giderek daha fazla ilgi görmesi ile birlikte sosyo-kültürel boyutuyla sorumlu turizm, turistleri adaletsizlik ve direniş konusunda ahlaki ve pragmatik bir şekilde bilgilendirmektedir. Sorumlu turizm, geleneksel turizmin küresel eşitsizliklere neden olduğu bir ortamda, sadece daha az istilacı olmakla kalmayıp aynı zamanda küresel eşitsizliğin ortadan kaldırılabileceği araçların da olduğunu ileri sürmektedir (McLaren, 2003, s.88; Mahrouse, 2011, s.373). Sorumlu turizm, destinasyonda bulunan yerel halka; kültürlerini paylaşabilme, hikâyelerini anlatabilme, dayanışma isteği ve tolerans artışı talep edebilme ve turistlerle arasındaki anlayışı arttırabilme fırsatı sunmaktadır (Isaac, 2010, s.586).

## **DESTİNASYON GELİŞİMİ**

Turistik destinasyonlar, çeşitli ürünleri ve hizmetleri sunan çok sayıda paydaşı içeren karmaşık ağlar olarak düşünülmektedir (Hu & Ritchie, 1993, s.26; Buhalis, 2000, s.97; Murphy, Pritchard & Smith, 2000, s.43). Turistler, destinasyonu entegre bir deneyim sunan bir birim olarak algılamaktadır ve bu deneyim ya da ürün bireysel aktörler tarafından üretilmekte ve beslenmektedir. Bireysel aktörlerin başarısının yanı sıra, tüm destinasyonun başarısı, destinasyonun kaynaklarının, ürünlerinin ve hizmetlerinin verimli bir şekilde eşgüdümüne ve entegrasyonuna bağlıdır (Beritelli, Bieger & Laesser, 2007, s.96).

Destinasyon gelişimi kavramı, çok sayıda işletme, yerel halk, yerel ve bölgesel yetkililer gibi paydaşları içeren stratejilerin geliştirilmesinin zorluklarını dikkate almak zorundadır. Söz konusu zorluklar ve destinasyonu bir birim olarak ele almak, destinasyon gelişimi ile ilgili farklı konulara odaklanan geniş bir araştırmanın gerçekleştirilmesine yol açmıştır. Destinasyon, sadece kendi rekabet gücünü değil



aynı zamanda paydaşların da rekabet gücünü etkileyen önemli bir birim olduğu kabul edilmektedir (Haugland vd., 2011, s.269).

Destinasyon gelişimi, yerel ve bölgesel kalkınmada önemli bir konu olarak ortaya çıkmıştır ve destinasyon gelişimi kavramına olan ilgi gün geçtikçe artmaktadır. Turizm, çoğu zaman ülkeler ve destinasyonlar için kalkınmayı sağlayacak ve sürdürülebilir kılacak bir endüstri olarak tanımlanmaktadır. Bölgesel Büyüme Anlaşmaları ve Bölgesel Büyüme Programları gibi bölgesel kalkınma politikalarının yanı sıra Avrupa Birliği Yapısal Fon projeleri gibi gelişim projeleri bu eğilimi en iyi desteklemektedir. Yerel ve bölgesel kalkınmanın itici gücü olarak turizme duyulan inancın oldukça güçlü olduğunu görmek mümkündür (Svensson, Nordin & Flagestad, 2005, s.32). Bu inanç turistik destinasyonun gelişiminin bölge ve ülke açısından ne önemli olduğunu göstermektedir. Destinasyon gelişimi, doğru planlandığı ve uygulandığı takdirde ekonomik kalkınmayı ve yerel halkın yaşam kalitesinin artmasını beraberinde getirmektedir. Doğal, ekonomik ve sosyo- kültürel kaynakların etkin kullanıldığı bir destinasyon gelişimi destinasyon için sürdürülebilir kalkınmanın sağlanabilmesi açısından büyük önem arz etmektedir.

Turizm sektörünün bilgi eksikliğinden dolayı turizm tedarikçileri tarafından iyi anlaşılmamış olan sorumlu turizm anlayışının, turistik destinasyonların gelişiminin sürdürülebilir olmasında önemli bir unsur olduğu görülmektedir. Sürdürülebilir turizm gelişmesindeki temel özellikler, etkili faktörlerin (destekleyici faktörler ve kaynaklar, temel kaynaklar ve çekicilikler, destinasyon yönetimi ve planlamasının yanı sıra ilgili yükseltici belirleyiciler) anlaşılmasından kaynaklanmaktadır. Söz konusu faktörler ve sorumlu turizm, sürdürülebilir turizm gelişimi inşa etme anlayışında bütünsel bir bakış açısı sunmaktadır. Sorumlu turizm, turistik destinasyonların geliştirilmesi için önemli bir genel kılavuz ya da bir turistik destinasyonun sürdürülebilirlik statüsünü elde etmesinde ya da bu statünün iyileştirilmesinde ve sürdürülebilir turizm gelişiminin oluşumunda bireyler ve hükümetler için yararlı bir araç olarak hizmet etmektedir (Chan, 2010, s.24).

### **Destinasyon Gelişimini Etkileyen Faktörler**

Destinasyon gelişimi kavramı, destinasyon paydaşlarının entegrasyonunun oldukça zor olması ve yapılacak çalışmaların çok kapsamlı ve iç içe geçmiş faaliyetleri kapsamasından dolayı kapsamlı bir şekilde ele alınıp değerlendirilmelidir. Destinasyon gelişimi kavramının söz konusu karmaşık yapısının çözülebilmesi için üç boyutta incelenmesi gerekmektedir. Bu boyutlar; destinasyonun yetenekleri, destinasyon seviyesinde koordinasyon ve destinasyonlar arası köprü bağlarıdır (Haugland vd., 2011, ss.269-270).

### **Destinasyonun Yetenekleri**

Kaynak tabanlı teoriye göre bir işletmenin kaynakları ve yetenekleri, stratejilerinin oluşturulmasında temel faktörlerdir. İşletmenin kaynakları ve yetenekleri işletmenin kimliğini belirleyen ve stratejisini şekillendiren temel sabitlerdir ve bunlar firmanın kârlılığının birincil kaynaklarıdır. Kaynak temelli bir

yaklaşımında strateji oluşumunun anahtarı; kaynaklar, yetenekler, rekabet avantajı ve karlılık arasındaki ilişkilerin anlaşılması ile rekabet avantajının zaman içinde sürdürülebilir olmasını sağlayacak mekanizmaların anlaşılmasıdır (Grant, 1999, s.21). Bir işletmenin sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilmesi diğer işletmeler tarafından kopyalanamayacak ya da taklit edilemeyecek bir dizi eşsiz kaynak ve yetenek geliştirmesi ile mümkün olmaktadır (Barney, 1991, s.101).

Kaynaklar, işletmelerin sahip olduğu veya kontrol ettiği mevcut faktörlerin stokları olarak tanımlanmaktadır. Kaynaklar, teknoloji, yönetim bilişim sistemleri, teşvik sistemleri, yönetim ve iş gücü arasındaki güven ve daha fazlası gibi çeşitli şirket varlıkları ve bağlanma mekanizmaları kullanılarak nihai ürünlere veya hizmetlere dönüştürülmektedir (Amit & Schoemaker, 1993, s.35). Kaynak tabanlı teori belirli bir coğrafi alanda bir endüstrinin rekabet potansiyelini belirlemeye yardımcı olmaktadır. Burada kullanılan coğrafi alan terimi, belirli bir ekonomik faaliyeti gerçekleştirmesini sağlayan belirli kaynaklara ve/veya yeteneklere sahip bir destinasyonu tanımlamak için kullanılmaktadır. Kaynaklar bir destinasyonda bulunan ve belirli bir ekonomik faaliyette kullanılacak kuruluşlar için mevcut olan herhangi bir girdiyi ifade etmektedir (Melian- Gonzalez & Garcia-Falcon, 2003, ss.721-722).

Yetenekler, piyasanın talep ettiği ürün ve hizmetleri üretmek için kaynakların ve yetkinliklerin entegrasyonu ve yeniden yapılandırılması hakkındaki bilgileri temsil etmektedir. Yetenekler işletmeler açısından incelendiğinde üçe ayrılmaktadır. Bu yeteneklerden ilki işletmenin uygun ortakları seçme yeteneğine odaklanan ilişkisel yetenekler, ikincisi işletmelerin rekabet avantajı elde etmek için bir araya getirebilecekleri kaynaklara atıfta bulunan birleştirme yetenekleri ve son olarak da işletmelerin diğer işletmelerle ilişkilerinden bilgi edinerek rekabet gücünü iyileştirmelerine olanak sağlayan emici yeteneklerdir (Lechner & Dowling, 2003, s.4).

Destinasyon yetenekleri ise, çeşitli yerel aktörler arasında dağıtılan kaynakları, destinasyonda rekabet üstünlüğü yaratmak veya bunu güçlendirmek amacıyla entegre etmek ve yeniden değerlendirmek olarak tanımlanmaktadır (Sainaghi & De Carlo, 2016, s.186). Burada turistik destinasyonlar için zorlu görevlerden birisi de, birçok farklı aktöre dağıtılan kaynakları ve yetkinlikleri sürekli olarak entegre etmek ve bu kaynak ve yetkinlikleri turistler tarafından talep edilen ürün ve hizmetlere dönüştürmektir. Destinasyon yetenekleri hem ürün ve/veya hizmet üretimi yapan bireysel aktörlerin faaliyetlerini hem de bu ürün ve hizmetlerin pazara sunumu aşamasındaki iletişimi içermektedir (Rodriguez-Diaz & Espino-Rodriguez, 2008, s.368).

### **Destinasyon Seviyesinde Koordinasyon**

Turistik destinasyonlar genellikle farklı ürün ve hizmetlerin sunulmasından sorumlu olan çeşitli amaç ve stratejilere sahip işletmeler ve diğer paydaşlardan oluşan parçalanmış yapılar olarak tanımlanmaktadır (Bramwell & Alletorp, 2001,

s.91; Wang & Xiang, 2007, s.75). Destinasyonun bir ürün olarak karmaşık doğası (bağımsız paydaşların bir araya gelmesi), destinasyon bazında stratejilerin oluşturulmasını ve uygulanmasını üstlenilmesini zorlaştırmaktadır. Paydaşlar genellikle kendi yönelimlerini takip ettikleri için, destinasyonlar için turizm faaliyetlerinin yönetimini üstlenmiş kişiler stratejilerin uygulanabilmesini sağlamak için genellikle bir koordinasyon ve rehberlik rolüne yerleşmek zorunda kalacaktır (Fyall, Callod & Edwards, 2003, s.646).

Koordinasyon, özerk turizm kuruluşlarının, ortak görevleri uygulayarak etkinlikleri veya hizmetleri desteklemek için faaliyetlerini düzenlemelerine izin vermektedir. Personel veya faaliyetlerin entegrasyonu asgari düzeydedir ve belirli görevlerin yerine getirilmesine bağlıdır. Politikalar ve prosedürler genellikle kayıt dışı tutulmaktadır. Koordinasyonun odak noktası, paydaşların faaliyetlerini diğer uyumlu kuruluşların faaliyetleri ile düzenleyerek ve çıkarlarını diğer çıkarlarla uyumlu hale getirerek bireysel organizasyonel hedeflerini daha iyi takip etme kabiliyetinin kazanılmasıdır (Wang & Krakover, 2008, s.132).

Bir turistin tatmin edilmesinde geçerli unsurlar arasında uyumun ve sürekliliğinin sağlanabilmesi için turistik ürünün oluşturulmasına katkı yapan birimler arasında da etkili bir koordinasyon ve işbirliği gerekmektedir (Sarı & Kozak, 2005, s.255). Bunun yanı sıra destinasyon seviyesinde koordinasyon destinasyon yönetim örgütünün kuruluş aşamasında da büyük öneme sahiptir. Destinasyon yönetim örgütlerinin oluşumunda destinasyon yöneticileri ve yerel karar verme organları destinasyon seviyesindeki koordinasyonun, paydaşlar arasındaki işbirliği düzeyinin, etkileşimlerin yoğunluğunun, sosyal iklimin, teknoloji altyapısının ve koordinasyon modellerinin bir incelemesini yapmalı, bu verilere dayanarak destinasyon yönetim örgütünün iş modelini seçmeli ve tasarlamalıdır (Ndou & Petti, 2007, s.13).

### **Destinasyonlar Arası Köprü Bağları**

Destinasyonlar arası köprü bağları kavramı birbirileri ile bağlantısı olmayan, bağımsız sistemler arasındaki bağlantıları vurgulamaktadır. Köprü bağları yapısal boşlukların kapsamı ile ilgilidir (Burt, 1997, s.339). Hem bir birim olarak destinasyon hem de bireysel işletmeler için, daha geniş bölgelere ve diğer destinasyonlara bağlanmak önemlidir, çünkü kurulan köprü bağları bilgi alışverişi için değerli kaynaklar olabilmektedir. Destinasyonlara arası köprü bağları sayesinde, farklı destinasyonlarda faaliyet gösteren paydaşlar arasında doğrudan bağlantılar kurulabilmekte ya da pazarlama firmaları, danışmanlık şirketleri, sanayi hizmeti sağlayıcıları ve turizm gelişimine yönelik kamu kuruluşları gibi ortak dış paydaşlarla dolaylı bağlantılar kurabilmektedir. Köprü bağları öncelikli olarak birbirleriyle bağlantısı bulunmayan destinasyonlara arasında bağlantısız bilgi kanalları olarak işlev görmektedirler (Haugland vd., 2011, s.278).

Farklı destinasyonlar verimlilik açısından performans farklılıkları gösterebilmekte ve farklı gelişim aşamalarında olabilmektedirler (Fuchs, 2004,

s.53). Bazı destinasyonlar keşif aşamasında olabileceği gibi, diğerleri de iyi bir şekilde geliştirilebilmekte ve son derece profesyonel hale getirilebilmektedir (Prideaux, 2000, s.234). Burada önemli bir konu, daha az gelişmiş ve daha az verimli olan destinasyonların, daha profesyonel ve verimli destinasyonlardan nasıl bilgi edinebilecekleridir. Araştırmacılar, hedefler arasındaki verimlilik ve performans boşluklarını belirlemek için benchmarking tekniklerinin uygulanmasını önermişlerdir. Benchmarking uygulamalarındaki amaç, destinasyonları bir dizi boyutta karşılaştırmak suretiyle, destinasyonlar arasındaki performans boşluklarını tanımlamak ve performansını geliştirmek için stratejiler ve eylemler geliştirmektir (Fuchs, 2004, s.53).

Destinasyonlar arası köprü bağları konusundaki bir diğer önemli yaklaşım da ağ kapanması kavramıdır. Ağ kapanması kavramı, ağ üyeleri arasında yoğun ve karşılıklı olarak birbirine bağlı bağların bir modelini ifade etmektedir (Soda, Usai & Zaheer, 2004, s.893; Kreiser, 2011, s.1039). Ağ kapanması, paylaşılan normların ve güvenin gelişmesine, paylaşılan anlam ve zihinsel modellerin oluşturulmasına, doğru bilginin paylaşılmasına ve ortak rutinler geliştirilmesine olanak sağlamaktadır (Coleman, 1988, s.106).

#### **Araştırma Konusu ile İlgili Literatür**

Turizm, doğal, kültürel ve çevresel faktörlerine duyarlı, rekabetçiliği ve sürdürülebilirliği göz önünde bulunduran mikro ve makro bir ortamda faaliyet gösteren dünya çapında bir olgu ve karmaşık bir sosyal sistemdir (Mathew, 2009, s.83). Bunun yanı sıra turizm, pek çok ülkede sosyo-ekonomik ve politik gelişimin önemli bir unsuru olup, turizmin sosyo-ekonomik ve kültürel başarıya olumlu katkıda bulunup bulunmadığı ve çevrenin bozulmasına, yerel kimlik kaybına katkıda bulunup bulunmadığı cevaplanmayı bekleyen sorular olarak dikkat çekmektedir (Chan, 2010, s.25).

Turizm sektörü ülkelere ve destinasyonlara yaptığı ekonomik katkılar sayesinde önemini her geçen gün artırarak dünyanın en büyük endüstrilerinden birisi olarak kabul edilmektedir. Ancak ekonomik önemine ek olarak, sektörün çevresel etki ve kaynak tüketimi açısından büyük zararlara verebileceği de unutulmamalıdır. Bu nedenle destinasyonların gelişimi açısından turizm sektörü değerlendirmeye alınırken sektörün performansının sadece ekonomik katkıyı değil, aynı zamanda çevresel ve sosyal boyutları da ele alması gerektiği kabul edilmiştir (Gray & Bebbington, 2001, s.315). Literatürde sorumlu turizm ile ilgili çalışmalar, sorumlu turizmde yaklaşımlarında kavramı; toplum düzeyinde katılımı, kaynak yönetimini, faydaların adil dağıtımını ve turizmin olumsuz etkilerini en aza indirmeyi öncelikli kılan bir planlama, politika ve gelişim süreci olarak değerlendirilmektedir (Grimwood vd., 2015, ss.22-23).

Lorant ve Tünde (2010) turizm sektörünün destinasyondaki doğal, tarihi ve kültürel kaynakları hem yerel halka hem de gelecek nesillere fayda sağlayacak şekilde koruması ve faaliyetlerini bu esasa dayandırması gerektiğini belirtmektedir.

Turizm doğal çevreye, tarihi ve kültürel mirasa bağlı faaliyetlerden oluşmaktadır ve bu kaynakların etkin kullanımı destinasyonlar için oldukça önemlidir. Bu kaynakların yok edilmesi veya doğru bir şekilde kullanılmaması bir destinasyonun gelişiminin engelleyecektir. Sorumlu turizm uygulamaları, destinasyon paydaşlarının tamamının bu konularda sorumluluk almaları destinasyon gelişimini olumlu etkilemektedir. Bu durum, turistik destinasyonların gelişimini planlarken ve yönetirken ciddi çevresel, ekonomik veya sosyo-kültürel sorunların ortaya çıkmasına engel olacaktır. Enerji tüketimini veya atık üretimini azaltmak ve biyolojik çeşitliliği sürdürmek destinasyon gelişimi hedeflerine ulaşılmasına yardımcı olmaktadır.

Turizmin çevresel etkileri ve turizmin gelişimi arasındaki ilişkiyi inceleyen Bertan (2009) turizmin gelişiminin sürdürülebilir olabilmesi için, turizmin çevre üzerindeki olumsuz etkilerinin azaltılması gerektiğini vurgulamaktadır. Bertan'a göre, olumsuz etkiler azaltılarak, turizmdeki gelişmelerin destinasyonun yapısına uygun olması ve süreklilik göstermesi, kaynakların sürdürülebilir bir şekilde gelişmesine yardımcı olacaktır.

Booyens (2010) ise turistik destinasyonlarda sorumlu turizm uygulamaları ile birlikte ekonomik gelişimin ortaya çıkacağını belirtmektedir. Booyens, turistik destinasyon paydaşlarının tamamının sorumlu turizm anlayışını benimsememeleri durumunda ekonomik faydaların ve destinasyon gelişiminin gerçekleşmeyeceğini öne sürmektedir. Bununla birlikte yerel halkın turizm kaynaklı herhangi bir kısıtlama olmaksızın hayatlarına devam etmesinin önemine vurgu yapmakta destinasyon gelişimi için turistlerin yerel halkın yaşam tarzına ve kültürüne saygı göstermesi gerektiğini belirtmektedir. Turizmin gelişiminin etkileri zaman ve mekâna yayılarak, gelişimin yerel halk ve yerel çevre üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirgenmelidir.

Mondal ve Samaddar (2021) sorumlu turizmin paydaşların bakış açılarını ortaya koyması, sosyal cevap verilebilirlik ve sosyal girişimcilik konularına olan ilgiye odaklanması, farkındalığın destinasyon seviyesinde yayılmasını sağlaması ve pazarlama aşamasında destinasyon açısından sağladığı faydaları ortaya koyarak sorumlu turizmin sürdürülebilir kalkınma açısından önemine vurgu yapmışlardır. Sorumlu turizm uygulamalarının Asya-Pasifik bölgesinde ön plana çıkması, bölgenin tercih edilebilirliğini arttırmış ve gelişimine katkıda bulunmuştur. Çalışmada sorumlu turizmin, yalnızca kendi kendine büyüyüp genişlemekle kalmadığı aynı zamanda gelecek nesillerin hayatta kalması ve gelişmesi için bir ortam yarattığı üzerinde durulmaktadır.

Burgold ve Rolfes (2013) ise sorumlu turizm anlayışının turistik destinasyon gelişiminin eşit bir şekilde gerçekleştirilmesindeki önemini ortaya koymaktadır. Güney Afrika'da Safari turları ile birlikte sorumlu turizm anlayışının yoksul yerel halkın ekonomik kalkınmasına ve eğitimine destek olduğunu vurgulayan Burgold ve Rolfes, sorumlu turizm anlayışı ile birlikte destinasyonun tarihsel gelişimi ve politik istikrarının sağlanabileceğini belirtmektedir. Frey ve George (2010) da benzer

şekilde, sorumlu turizm anlayışının yoksul yerel halkın turizmin gelişiminin ekonomik sonuçlarından yararlanmasını sağlayarak daha eşit bir toplum yaratılmasına katkı sağlayacağını belirtmişlerdir. Sorumlu turizmin ekonomik faydalarının orta ve uzun vadede destinasyonda bulunan işletmeler ve yerel halk için motivasyon kaynağı olacağını belirten yazarlar, sosyo-kültürel ve çevresel faydaların destinasyonun gelişimi açısından daha az görünür olsa da turizmin sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşıdıklarını ortaya koymuşlardır.

Destinasyon imajı açısından sorumlu turizmi değerlendiren Krippendorf (1999) rekabetçi bir pazarda satışların genellikle benzersiz bir satış teklifine bağımlı olduğunu ve sorumlu bir turizm taahhüdünün ek rezervasyonlar için güvence sağlayabilecek bir katma değer olduğunu savunmuştur. Krippendorf'a göre birbiriyle rekabet içerisinde olan destinasyonlara arasında seçim yapmak turistler için giderek zorlaşmakta, belirli bir seyahatin sorumlu turizm yönleri destinasyona rekabet avantajı sağlayabilmektedir. Goodwin ve Francis (2003) ise İngiltere'de gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda, turistlerin destinasyonlardan ve turistik işletmelerden ekonomik, sosyal ve çevresel sorumluluğu olan tatiller beklediklerini ancak bu beklentiyi karşılamak için çok yüksek fiyatları ödemeye hazır olmadıklarını belirtmişlerdir. Goodwin ve Francis'e göre, özellikle yerel halk ve çevreyle yüksek kalitede bir bağlantı sağlayan sorumlu turizm uygulamaları, yerel halkın yaşam kalitesini arttırırken turistlerin de daha özel deneyimler yaşamasına yardımcı olmaktadır. Warren, Gripper ve Claringbould (2013) de benzer bir bakış açısıyla, uygun kültürel mirasla harmanlanmış sorumlu turizm uygulamalarının uzun vadeli destinasyon gelişimi stratejilerine katkıda bulunabileceğini, yerel halkın ekonomik kalkınmasına yardımcı olabileceğini ve turistler için unutulmaz deneyimler sunabileceğini belirtmişlerdir.

## **ARAŞTIRMA**

Araştırmada literatür incelemesine bağlı olarak, turistik destinasyonların gelişiminde, turizmin destinasyon üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirmeyi, yerel halk için ekonomik faydalar üretmeyi, yerel halkı karar verme sürecine dahil etmeyi, doğal kaynakları ve kültürel mirası korumayı, turistler ve yerel halk arasında anlamlı bağlar kurmayı, dezavantajlı grupların erişimini sağlamayı ve kültürel açıdan duyarlı olmayı hedefleyen sorumlu turizm anlayışının rolü incelenmektedir. Bu kapsamda araştırmanın temel amacı, sorumlu turizm anlayışından hareketle turistik destinasyon paydaşlarının ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel sorumluluklarının turistik destinasyon gelişimi sürecindeki rollerinin araştırılmasıdır.

Çalışmada nitel veri toplama yöntemlerinden biri olan odak grup görüşmesi tekniği kullanılmıştır. Odak grup görüşmesi, konu hakkında bilgisi olan insanlarla belirlenen bir yerde görüşmenin yapıldığı bir veri toplama yöntemidir (Goebert & Rosenthal, 2002, s.6). Krueger ve Casey (2015, s.2) odak grup görüşmesini, "hoşgörülü ve tehdit içermeyen bir ortamda katılımcıları önceden belirlenen bir konu hakkındaki düşüncelerinin belirlenmesini amacıyla dikkatlice planlanmış tartışmalar

serisi” olarak tanımlamaktadırlar. Belirli bir yerde ve belirli bir zamanda belirli bir konu üzerine gerçekleştirilen odak grup görüşmeleri, katılımcılar açısından esnek, serbest akışlı bir format için fırsat sağlamaktadır. Yapılandırılmamış ve kendiliğinden yanıtların, tartışılan konu hakkında üyelerin gerçek görüşlerini, fikirlerini ve duygularını yansıtmaları beklenmektedir (Sekaran, 2003, s.220). Katılımcıların birbirlerinin deneyimleri ve görüşleri arasında yaptıkları karşılaştırmalar, karmaşık davranışlar ve motivasyonlara dair değerli bir fikir kaynağıdır. Dahası, odak gruplarındaki tartışmalar bu kesin konular hakkında doğrudan bilgi sağlayabilmektedir (Morgan, 1997, s.15).

Çalışmada odak grup görüşmesinin katılımcılarının belirlenmesi aşamasında, katılımcıların Foça destinasyonunda turizm sektörünün karar verici ve uygulayıcılarını temsil eden, sektörel ve akademik bilgi ve deneyime sahip paydaşlar dikkate alınmıştır. Odak grup görüşmesi için yazında belirtilen uygun katılımcı sayılarından hareketle 11 katılımcı davet edilmiştir ancak mücbir nedenlerden dolayı paydaşlardan Su Ürünleri Kooperatifi Başkanı, Yelken İhtisas Kulübü Müdürü, Seyahat Acentesi sahibi ve bir Otel Müdürü görüşmeye katılamamıştır. Odak grup görüşmesi, Ek 1’deki tablo üzerinde yer verilen 7 paydaşın katılımıyla yürütülmüştür.

Foça Belediyesi’nin odak grup görüşmesine katılan paydaşlar açısından stratejik değerde bir rol oynadığı değerlendirilmesi nedeniyle odak grup görüşmesi dışında Foça Belediye Başkanı ile derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Derinlemesine görüşmenin odak grup görüşmesi dışında gerçekleştirilmesinin bir diğer önemli nedeni, Foça Belediyesi’nin paydaşlar açısından denetleyici, yaptırım uygulayıcı ve kolaylaştırıcı rollerinin bulunması ve bu roller nedeniyle odak grup görüşmesi sonucunda elde edilecek bulguların farklı şekillerde etkilenebileceği varsayımdır.

Çalışmada, yarı yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiştir. Böylelikle paydaşların görüşme sırasında ifade ettiği hususların araştırmacı tarafından alt ve yan sorularla detaylandırılmasının sağlanması hedeflenmiştir. Çalışma kapsamında ayrıca, yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin sunduğu olanaklardan faydalanarak sorumlu turizm kavramı ve turistik destinasyonların gelişimi ile ilgili yönelim ve farkındalıklarının detaylı incelenmesi amaçlanmıştır.

Çalışmada, odak grup görüşmesi sonucunda elde edilen verilerin analizinde nitel araştırmalarda kullanılan veri analizi yöntemlerinden betimsel analiz tercih edilmiştir. Betimsel analiz yaklaşımına göre, elde edilen veriler, daha önceden belirlenen temalara göre özetlenmekte ve yorumlanmaktadır. Veriler araştırma sorularının ortaya koyduğu temalara göre düzenlenebileceği gibi, görüşme ve gözlem süreçlerinde kullanılan sorular ya da boyutlar dikkate alınarak da sunulabilmektedir. Betimsel analizde amaç, elde edilen bulguları düzenlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde okuyucuya aktarmaktır. Bu amaçla elde edilen veriler, önce sistematik ve açık bir şekilde betimlenmektedir. Daha sonra yapılan bu

betimlemeler açıklanmakta ve yorumlanmakta, neden-sonuç ilişkileri irdelenmekte ve bir takım sonuçlara ulaşılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006, s.224).

## **ARAŞTIRMA BULGULARI**

### **Odak Grup Görüşmesi Bulguları**

Bu bölümde araştırmacının katılımcılara yönelttiği dokuz sorudan elde edilen bulgular her bir soru ayrı bir başlık oluşturacak şekilde incelenmiş katılımcıların ilgili sorulara verdikleri cevaplar ortaya konulmuştur.

### **Sorumlu Turizm Anlayışı**

Merwe ve Wöcke (2007, s.9) sorumlu turizm kavramının uygulayıcılar tarafından yeterince anlaşılabilmesi nedeniyle faaliyetlerin bireysel algılara dayandırıldığını, ortak bir oluşumun ortaya konamadığı sonucuna varmışlardır. Bu nedenle, odak grup görüşmesinde katılımcılara ilk olarak sorumlu turizm anlayışını nasıl tanımladıkları sorulmuştur. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtların bazıları şu biçimdedir;

K1: “Yerel halkın ve turizm çalışanlarının kendilerini turistik destinasyonda yaşananlardan sorumlu hissetmesidir”. K2: “Turist kaybını engellemek için sorumlu turizm konusunda yerel halkın ve çocuklarımızın önce aileden başlayarak daha sonra okullarda devam edecek şekilde eğitilmesi gerekiyor”. K4: “Sorumlu turizm denildiği zaman aklımda kalan yerel yönetim, sivil toplum kuruluşları ve yerel halkın ortak destinasyonun değerlerinin tamamına yani taşınır taşınmaz kültürel miraslara sahip çıkması geliyor”. K6: “Turizm faaliyetlerinin her alanında, tarihi, kültürel, çevresel ve ekonomik uygulamalarda eksiklerin belirlenerek, bu eksikliklerin giderilmesi ve geliştirilmesidir”.

Çalışmada sorulan birinci soruya katılımcıların verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde sorumlu turizmin farklı boyutlarını ele alarak bu boyutlar ekseninde değerlendirmelerde buldukları görülmektedir. Bu bakış açısının ortaya çıkması katılımcıların sorumlu turizm anlayışında üstlendikleri rolleri ortaya koymaktadır. Paydaş rollerinin belirgin bir şekilde ortaya konması ve bu roller doğrultusunda her paydaşın sorumluluk alması sorumlu turizm anlayışının özünü oluşturmaktadır. Katılımcılar tarafından yapılan tanımlarda genellikle eğitim vurgusunun yapılması ve yerel halk ile özellikle çocukların bu konuda bilinçlendirilmesi ihtiyacı ön plana çıkmaktadır. Bunun yanı sıra katılımcılar tanımlarında destinasyondaki doğal kaynakların ve kültürel varlıkların korunması, paydaşların tamamının sorumluluk alması ve paydaşlar arası koordinasyona dikkat çekmektedirler.

Çalışmanın birinci sorusuna katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda oluşturulan tanıma göre sorumlu turizm; bir destinasyonda turizm paydaşlarının tamamının turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerinin bilincinde olmasını, bu konuda paydaşların üzerine düşen sorumlulukları yerine getirdiği böylece turizmin olumsuz etkilerinin en aza indirgenmesini ve olumlu etkilerinin



pekiştirilmesini, destinasyonun kendine has değerlerinin korunup geliştirilerek gelecek nesillere aktarılmasını, yerel halkın eğitim ve karar alma süreçlerine dâhil edilmeleri ile turizm olayına daha aktif katılımını, adil fiyat ve adil ücret uygulamalarıyla etik ilkelerin uygulanmasını ve tüm paydaşların etkin bir iletişim ve koordinasyon içinde hareket etmesini sağlayan turizm anlayışıdır.

### **Turistik Destinasyon Paydaşlarının Sorumlu Turizm Uygulamalarındaki Roller**

Sorumlu turizm turistik destinasyon paydaşlarının tamamının üzerlerine düşen rolleri eksiksiz ve belirli bir koordinasyon çerçevesinde gerçekleştirmesi ile mümkün olabilmektedir. Bütün paydaşların rollerini benimsemeleri ve sorumluluğu paylaşarak bu doğrultuda faaliyet göstermeleri sorumlu turizm açısından kritik önem taşımaktadır. Buna bağlı olarak odak grup görüşmesi katılımcılarına yöneltilen ikinci soru; “Sorumlu turizm uygulamalarındaki rolünüzü nasıl tanımlarsınız?” şeklindedir. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtların bazıları şu biçimdedir;

K1: “Engelliler ile ilgili çalışmalar yapıyoruz. Bu kapsamda yollarda iyileştirmeler ve engellilerin kullanabileceği bir plaj yapıldı. Foça dışından gelecek engelli bireyler için ise araç desteği sağlanıyor”. K3: “Slowfood kapsamında 2011 yılından itibaren her Pazar üreticilerin bir araya geldiği, ürettikleri ürünü belirledikleri fiyattan satabilecekleri, tüketiciyle bir araya gelebilecekleri Earthmarket’i kuruyoruz. Bunun yanı sıra, Slowfood’un her yıl belirlediği farklı temaları kendi kültürümüze uyarlayarak belirli kurallar çerçevesinde etkinliklerimizi düzenliyoruz”. K4: “İşlettiğim kafede sunulan ürünler Foça Karası gibi yerel ürünlerden oluşuyor. Ayrıca kafemde seramik eğitimi, baskı eğitimi gibi eğitimler vererek yerel halkın ekonomiye katılımını sağlamayı amaçlıyorum”. K5: “Şahsi olarak işletmeciler bazında bir birliktelik yaratmaya çalışıyorum. Foça Turizm Derneği olarak ise, Foça’da yer alan turizm işletmelerinin istek ve şikâyetlerini ortaya koyabilecekleri toplantılar düzenliyoruz”. şeklinde cevaplandırmıştır. K7: “Her misafirimiz için bir ağaç dikiyoruz ve sertifika veriyoruz. Bu sertifika ile birlikte insanlara sizin artık burada bir sorumluluğunuz var diyoruz”.

Çalışmada sorulan ikinci soruya katılımcıların verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde farklı katılımcıların sorumlu turizmin çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel boyutlarında farklı rolleri üstlenerek sorumlu turizm uygulamalarında etkin oldukları görülmektedir. DEAT (1996: 13) tarafından yayınlanan raporda belirtildiği gibi sorumlu turizm uygulamalarının bir turistik destinasyonda verimli olabilmesi ancak paydaşların tamamının üzerlerine düşen sorumluluğu almaları ile mümkün olabilmektedir.

### **Çevresel Sorumluluk Yönelimli Uygulamalar**

Turistik destinasyon paydaşlarının çevresel sorumluluklarının bilincinde olması ve buna uygun hareket etmesi gerekmektedir. Odak grup görüşmesinde katılımcılara sorulan sorumlu turizmin boyutlarından çevresel sorumluluk ile ilgili

soru şöyledir; “Foça destinasyonunda çevresel sorumluluk yönelimli uygulamalar ne düzeydedir?” Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtların bazıları şu biçimdedir;

K2: “Foça’nın nüfusu 30.000 ancak yaz aylarında bu sayı 70.000-80.000 oluyor. Foça Belediyesi’nin temizlik personeli yaz aylarında oluşan yoğunluğu kaldırmakta zorlanıyor ve ek eleman gerekiyor”. K3: “Slowfood’un ilkeleri “iyi, temiz, adil” tüm dünyada Slowfood kapsamında yapılan üretim ve satışların tamamında uygulanmaktadır. Bu ilkelerden “iyi” çevreyi kirletmeyen ürünleri, yerel tohumları, GDO içermeyen ürünleri içermektedir. Bir diğer ilke olan “temiz” ise ürünlerin kimyasal ilaç kullanılmadan üretilmesini gerektirmektedir”. K5: “Foça’da hizmet veren otelciler, restoranlar ve tekneçiler için eğitimler düzenleyerek çevreye karşı duyarlı bir yaklaşım benimsemeleri gerektiğini vurgulamaya çalıştık. Söz konusu eğitimler yardımıyla uluslararası yeşil sertifikalar konusunda onları aydınlatmak istedik”. K7: “Otelimizde çevresel sorumluluk kapsamında pek çok uygulamayı gerçekleştiriyoruz. Atıklarımızı ayrıştırarak geri dönüşüme gönderiyor, enerji tasarrufu ile ilgili çalışmalar yapıyoruz. Her yıl yaz ayları bittikten sonra Türkiye’nin dört bir yanından gelen dalgıçlara ev sahipliği yapıyoruz ve beraber Foça sahillerinde dalarak sahil temizliği yapıyoruz”.

Çalışmada sorulan üçüncü soruya katılımcıların verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde Foça’da özellikle turizm sezonu içerisinde çevresel boyutta bazı sıkıntılar yaşansa da genel olarak çevreye duyarlı bir bakış açısının olduğu sonucuna varılmaktadır. Odak grup görüşmesi katılımcılarının turizmin çevresel etkilerinin bilincinde oldukları ve bu konuda gerekli çalışmaları gerçekleştirdikleri görülmektedir. Foça halkının da Foça Belediyesi ve sivil toplum kuruluşlarının gerçekleştirdikleri eğitimler vasıtasıyla bilgilendirilmesi ve konuya daha duyarlı yaklaşması amaçlanmaktadır. Foça’nın sit alanı olmasının çevrenin korunması açısından oldukça önemli olduğunu vurgulayan katılımcılar bazı ekonomik sınırlamalarına rağmen bu uygulamanın faydaları üzerinde fikir birliğine varmaktadır. İlerleyen dönemde çevresel sorumluluk uygulamalarının gerçekleştirilecek ortak projeler ile birlikte artacağı üzerinde durulmuştur.

### **Ekonomik Sorumluluk Yönelimli Uygulamalar**

Sorumlu turizmin ekonomik boyutu istihdam yaratıcı etkisi, yerel halka sağladığı ekonomik refah ve yatırımların artması açısından destinasyonlar için önem taşımaktadır. Odak grup görüşmesinde katılımcılara ekonomik sorumluluk yönelimli uygulamaların belirlenebilmesi için yöneltilen soru şöyledir; “Foça destinasyonunda ekonomik sorumluluk yönelimli uygulamalar ne düzeydedir?” Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtların bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

K1: “Engelli bireylerimizin hediyelik eşyalar üretmesini ve bu ürünlerin Foça’da satılmasını sağlıyoruz. Bu sayede engellilerimiz ekonomik gelir elde ederken sosyal hayata daha fazla katılmalarını amaçlıyoruz”. K2: “Belediyenin engelli turizmüne yönelik yatırımları bulunuyor. Çok yönlü düşünülerek konferans ve kültür turizmüne uygun tesislerin de yapılmasıyla Foça’da istihdam olanaklarının

önemli ölçüde artacağını düşünüyorum”. K5: “Dört Mevsim Foça Projesi kapsamında Foça’da yaşayan kadınlarımızın hediyelik eşya üretimine yöneldik ve bir standartlaşmaya yönelmeye çalıştık. Bu kapsamda Foça’nın renklerini belirleyerek bunun üzerine gitmek istedik”. K6: “Fuarlara gittiğimizde yanımızda Foça’da üretilen şarap ve zeytinyağlarını götürüyoruz. Amacımız ürünlerin tanıtımını daha fazla yapabilmek ve Foça’ya ekonomik katkı sağlayabilmek”. K7: “Foça’da istihdama katkı sağlamak adına çalışanlarımızı yerel halktan oluşturuyor ve otelde kullanılan yiyecek-İçecek malzemelerini Foça esnafından temin ediyoruz ya da yerel tatları tercih ediyoruz”.

Çalışmada sorulan dördüncü soruya katılımcıların verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde ekonomik açıdan Foça’da yerel halkı güçlendirmeyi amaçlayan projelerin gerçekleştirildiği görülmektedir. Turizmin istihdam üzerindeki etkisinin önemine vurgu yapan katılımcılar yerel halkın ve dezavantajlı grupların turizm sektöründe istihdam edilerek yerel ekonomiye katkıda bulduklarını, yerel üreticilerin tercih edilmesiyle hem yerel lezzetlerin Foça dışında tanıtımının yapıldığını hem de üreticinin kazandığını, fiyat adaletinin uygulanmasıyla da turistler açısından daha çekici bir destinasyon yaratmanın mümkün olduğunu belirtmişlerdir. Yerel işletmelerin genellikle küçük ve orta boyda işletmeler olmasından dolayı genellikle yatırım yapmak ve talebi karşılamakta sıkıntı yaşadığına değinen katılımcılar ortak bir çatı altında üreticilerin toplanmasıyla daha sağlıklı bir ekonomik yapının ortaya çıkacağı üzerinde durmuşlardır. Marka yaratmanın ekonomik anlamda da büyük getiriler sunacağını ve sorumlu turizm uygulamalarının marka yaratma sürecinde önemli bir adım olduğunu belirtmişlerdir.

### **Sosyo-Kültürel Sorumluluk Yönelimli Uygulamalar**

Odak grup görüşmesinde katılımcılara yöneltilen bu soru onların sosyo-kültürel sorumluluk algılarının yanı sıra Foça destinasyonundaki sosyo-kültürel sorumluluk yönelimli uygulamaların derecesinin belirlenmesini amaçlamaktadır. Çalışma kapsamında katılımcılara sorulan beşinci soru şöyledir; “Foça destinasyonunda sosyo-kültürel sorumluluk yönelimli uygulamalar ne düzeydedir?” Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtların bazılarını aşağıda yer verilmiştir;

K3: “Düzenlediğimiz etikliklerde Earthmarket’in sadece bir satış yeri olmadığını, aynı zamanda bir tadım yerini olduğunu, yerel tatların ön plana çıkarıldığı bir yer olduğunu vurguluyoruz”. K4: “Foça’yı seviyorum kültürel mirasına sahip çıkıyorum konulu bir çalışma gerçekleştiriyoruz. İçinde bulunduğumuz ve iki yıl sürecek dönemin teması arkeoloji. İki yıldan sonraki tema ise endemik bitkiler. Çocuklarımızın Foça’nın değerlerine sahip çıkmaları, onları korumaları gerektiği düşüncesini benimsetmeyi amaçlıyoruz”. K5: “Sosyo kültürel anlamda TaTuTa ve Fadime Zülfikar Kaplangil çiftliği Foça için önemli bir örnek. Tohum takas turizmi. Tohum satmanın yasak olmasından dolayı herkes takas yoluyla alışveriş yapıyor. Dünyanın ve Türkiye’nin her yerinden gönüllü insanlar bu çiftliğe gelip bu faaliyetlere katılıyor, kendi kültürlerini tanıtır Foça’nın kültürünü öğreniyorlar”. K6: “Foça’nın tarihi yerlerinin, evlerinin, sokaklarının korunması

oldukça önemli. Bu kapsamda sit alanları ve çevre koruma bölgeleri ekonomik anlamda Foça'ya zarar verse de tarihi dokunun bozulmamasını sağlıyor". K7: "Foça'ya gelen turistler Foça'dan ayrılırken buraya özgü bir şey almak istiyorlar. Bunun yanı sıra, Foça yağurdunu soruyorlar biz de kahvaltıda Foça yağurdu servisi yapıyoruz. Foça'da süt reçeli yapıyor biz de otelimizde Foça'ya gelenler bu lezzeti tanısin diye yine kahvaltıda servisini yapıyoruz".

Çalışmada sorulan beşince soruya katılımcıların verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde Foça'da sosyo-kültürel sorumluluk düzeyinin yüksek olduğu görülmektedir. Foça'da yerel halkın kültürel değerlerine oldukça bağlı olduğunu belirten katılımcılar, yerel lezzetlerin, yerel tohumların, tarihi evlerin ve sokakların, kültürel değerlerin korunmasında ve gelecek nesillere aktarılmasında yerel halkın kültürel bağlılığının önemine dikkat çekmişlerdir. Arkeolojik anlamda da önemli bir yer olan Foça'nın tarihi eserlerinin yerel halka ve özellikle de çocuklara tanıtılmasının önemi katılımcılar tarafından belirtilmiştir. Bu kapsamda yapılan çalışmalar yerel halkın tarihine daha fazla sahip çıkmasına ve destinasyona gelen turistlere bu tarihi aktarmasına olanak tanımaktadır. Katılımcılar, Foça'ya özgü değerlerin ortaya çıkarılması, marka haline getirilmesi ve pazarlanmasının Foça'nın destinasyon olarak gelişiminde önemli bir rol oynayacağını dile getirmiştir.

### **Sorumlu Turizm ve Destinasyon Yetenekleri**

Barney (1991, s.101) bir destinasyonun sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilmesi için diğer destinasyonlar tarafından kopyalanamayacak ya da taklit edilemeyecek bir dizi eşsiz kaynak ve yetenek geliştirmesi ile mümkün olduğunu belirtmektedir. Çalışma kapsamında katılımcılara sorulan altıncı soru şöyledir; "Sizce Foça destinasyonunu etkileyen destinasyon yetenekleri ve sorumlu turizm uygulamalarının etkileşimi ne şekildedir?" Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtların bazıları şu biçimdedir;

K1: "Engelli vatandaşlarımızı spor yapmasını teşvik etmek için Boccia sporuna yönlendiriyoruz. Engellilerimizin toplumsal yaşama daha fazla katılımını sağlamak için sporun yanı sıra, 70-80 kişiyi ağırlayabilecek çadır kampı yapmayı planlıyoruz. Engellilerimiz Foça Halk Eğitim Merkezi'nde düzenlenen kurslara katılıyor ve burada el yapımı hediyelik eşyalar yapıyorlar. Foça Kent Konseyi çatısı altında Engelsiz Kafemiz var". K2: "Foça'nın güneşli gün sayısının fazla olması Rusya ve Uzakdoğu ülkeleri için cazip bir destinasyon olmasını sağlıyor. Tanıtım çalışmalarının bu yönde geliştirilmesi Foça'ya gelen turist sayısını önemli ölçüde arttıracaktır". K3: "Turistik açıdan pek çok değere sahibiz. Bu değerlerin yanına Slowfood gibi bir oluşumun eklenmesi sorumlu turizm açısından yerel lezzetlerin korunmasını ve tanıtılması aracılığıyla büyük katkı sağlıyor". K4 ise bu soruyu "Foça sağlık turizmi açısından da büyük bir potansiyele sahip, Foça Belediyesi'nin de bir sağlık oteli projesi var". K5 soruyla ilgili olarak "Foça'nın tepelerinden aşağıya indikçe büyüleyen bir manzarası var. İlk etkiyi burada yaşıyoruz gelen insanlara. Doğal iki limanı var ve bu limanlar arasında yürüyerek yapılan geçişler turistlerde farklı duygular uyandırıyor, dikkat çekiyor" değerlendirmesini yapmıştır.

K7: “Foça’ya gelecek olan turistler farklı kültürleri öğrenmek, farklı tatları tatmak, denizi olmayan ülkeler için ise denizi görmek için burayı tercih edecektir. Turizme bakış açılarına göre İskandinav ülkelerine yönelik tanıtım çalışmaları yapmamız gerekiyor”.

Çalışmada sorulan altıncı soruya katılımcıların verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde Foça’da fark yaratacak birçok eşsiz özelliğin olduğuna, sorumlu turizm anlayışı ile bu özelliklerin geliştirilerek destinasyonun gelişimine katkı sağlanabileceği sonucuna ulaşılmaktadır. Katılımcılar, Foça’nın İzmir iline yakınlığı, ulaşım imkanlarının fazla olması, deniz, güneş, kum üçlüsünün yanı sıra kültürel ve sportif açıdan da önemli imkanlara sahip olması, sağlık turizmi açısından potansiyeli, manzarası ve doğal limanlarının destinasyonun gelişimi açısından önemli faktörler olarak değerlendirilmesi gerektiğini belirtmiştir. Katılımcılar, sorumlu turizm uygulamaları ile destinasyon yeteneklerinin korunması ve geliştirilmesi konusunda önemli adımlar atılabileceğini belirtmişlerdir.

### **Sorumlu Turizm ve Destinasyon Seviyesinde Koordinasyon**

Destinasyonda paydaşlar genellikle kendi yönelimlerini takip ettikleri için, destinasyonlar için turizm faaliyetlerinin yönetimini üstlenmiş kişiler stratejilerin uygulanabilmesini sağlamak için genellikle bir koordinasyon ve rehberlik rolüne yerleşmek zorunda kalacaktır (Fyall, Callod & Edwards, 2003, s.646). Bu kapsamda turistik destinasyondaki koordinasyon seviyesinin belirlenmesi ve sorumlu turizm anlayışı ile arasındaki etkileşimin ortaya konulabilmesi için katılımcılara yöneltilen soru şöyledir; “Sizce Foça destinasyonunu etkileyen destinasyon seviyesinde koordinasyon ve sorumlu turizm uygulamalarının etkileşimi ne şekildedir?” Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtların bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

K1: “Foça’da birimler arası iletişim olsa da genel anlamda bir koordinasyon eksikliği var. Foça Belediyesi aracılığıyla engellilerimizin turizme katılımı için tatil yapabilecekleri alanların oluşturulması ve bu alanlara ulaşımının sağlanması gibi birçok çalışma gerçekleştiriyoruz ancak turistik işletmelerin bu çalışmalar doğrultusunda yeterli katkıyı gerçekleştirmediğini ve benzer olanakları engellilerimize sunmadığını görüyorum”. K2: “Foça’nın en büyük sorunlarından birisi kurumsallaşmanın istenen niteliklerde olmaması. Sadece Foça bazında değil, ulusal ve uluslararası paydaşlarla da durum aynı. Etkili bir iletişim Foça’da turizmin gelişimi açısından büyük önem taşıyor”. K5: “Hepimiz turizme hizmet ediyoruz ama aramızda bir kopukluk var. Foça Turizm Derneği’nden turizm işletmecilerinin daha fazla yararlanması gerekiyor. Yerel halk ve işletmeciler genel olarak Foça’da gerçekleştirilen organizasyonlardan ve yaşanan gelişmelerden habersizler”. K6: “Foça’da koordinasyon maalesef nitelik açısından geliştirilmesi gereken bir konu. Kurumlar arasında bir koordinasyonun geliştirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Foça’da faaliyet gösteren kurumların birbirleri ile iletişimi yeterli düzeyde değil”. K7: “Foça’nın turistleri buraya çekecek bir tanıtım videosu yok. Tanıtım çalışmalarının Foça Belediyesi, İlçe Turizm Danışma Müdürlüğü ve sivil toplum

kuruluşlarının katılımıyla ortak bir vizyon çerçevesinde gerçekleştirilmesi gerekiyor”.

Çalışmada sorulan yedinci soruya katılımcıların verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde Foça’da paydaşlar arası koordinasyonun geliştirilmesi gerektiği, bazı paydaşlar arasında iyi bir iletişim söz konusu olsa da destinasyon seviyesinde ortak bir iletişimin gelişime açık olduğu görülmektedir. Katılımcıların tamamının üzerinde durduğu bu nokta destinasyon seviyesinde koordinasyonu sağlayacak bir kurumun oluşturulmasının önemini göstermektedir. Ortak bir çatı altında, şeffaf ve bilgilendirici bir koordinasyon çalışmasının Foça’nın gelişimi açısından kritik bir öneme sahip olduğunu belirten katılımcılar sorumlu turizm uygulamaları ile birlikte yerel halkın da etkin katılımıyla bu eksikliğin ortadan kaldırılabileceği üzerinde durmuşlardır.

### **Sorumlu Turizm ve Destinasyonlar Arası Köprü Bağları**

Odak grup görüşmesinde katılımcılara destinasyon gelişimi kavramının boyutlarından biri olan destinasyonlar arası köprü bağlarının belirlenebilmesi için aşağıdaki soru yöneltilmiştir. “Sizce Foça destinasyonunu etkileyen destinasyonlar arası köprü bağları ve sorumlu turizm uygulamalarının etkileşimi ne şekildedir?” Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtların bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

K3: “Slowfood olarak Foça’nın ulusal ve uluslararası birçok bağlantısı bulunuyor. Uluslararası bağlantı direkt İtalya’yla görünüyor ama Slowfood’un tüm dünyayla bağı var. Her yıl Slowfood’un düzenlediği fuara katılım sağlayarak, farklı ülkelerden insanlarla tanışma, onlara kendi yemeklerinizi, kendi kültürünüzü tanıtmaya şans elde edebiliyorsunuz”. K4: “Foça Belediyesi’nin düzenlediği Uluslararası Foça Kültür Sanat ve Balıkçılık Festivali’ne her yıl Foça’nın kardeş kentlerini de davet ediyoruz. Bunun yanı sıra Bedia Midilli İlkokulu’nun yürüttüğü Okullu Erasmus projemiz var. Projenin içeriği healthy foods, happy moods. Proje kapsamında Balkan ülkelerinden öğrenciler Foça’yı ziyaret ettiler, bizim okulumuzu öğretmen ve öğrencileri de Romanya’ya gittiler”. K5: “Foça dış pazarda tanınan, bilinen bir destinasyon. 1990lı yıllarda Foça olarak biz turizmi yeni yeni tanırken sokaklarda sırt çantalı turistler vardı, Foça’yı çok iyi biliyorlardı. Ancak günümüze kadar olan bu dönemde yaşanan olumsuzluklar onların Foça’yı tercih etmelerini engelledi. Bunun nedeninin iyi araştırılıp gerekli önlemlerin alınması gerekiyor”.

Çalışmada sorulan sekizinci soruya katılımcıların verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde Foça’nın destinasyonlar arası köprü bağları ile ilgili olarak etkinliği arttıracak yeni stratejilerin önem taşıdığı görülmektedir. Katılımcılar genel olarak Foça’nın gerek ulusal gerekse de uluslararası destinasyonlarla iletişim potansiyelinin yüksek olduğunu ancak bu durumun etkin bir şekilde değerlendirilmediğini belirtmişlerdir. Bu konuda sorumlu turizmin etkisinin önemli olduğunu belirten katılımcılar özellikle tanıtım ve pazarlama çalışmalarından sorumlu turizm vurgusunun yapılması gerektiğini belirtmişlerdir.

### **Sorumlu Turizm ve Turistik Destinasyon Gelişimi**

Sorumlu turizm anlayışı ile turistik destinasyonların gelişimi arasındaki etkileşimin ortaya konulabilmesi için katılımcılara yöneltilen soru şöyledir; “Sizce sorumlu turizm uygulamaları destinasyon gelişimini nasıl etkilemektedir?” Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtların bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

K1: “Engelli bireylere yönelik farkındalık, çevre konusundaki farkındalık ve destinasyondaki turizm faaliyetlerine yönelik olumlu algılar sorumlu turizm anlayışıyla hissedilir miktarda artacaktır”. K2: “Sorumlu turizm uygulamaları çok kritik olan ahlaklı ticaret ve yerel halka bundan pay dağıtmak anlamına gelmektedir. Turizmcilerin sorumluluk duygusu beraberinde Foça’nın turizminin geleceği için hem iyi bir imaj hem de cennet gibi güzel bir kıyı kasabası bırakacaktır”. K4: “Foça’ya özgü unutulmuş ya da yeterince değerlendirilmemiş birçok turistik öge yeniden kıymet kazanabilecektir. Bu öyle bir konu ki biz Slowfood olarak bir gastronomi değerini sorumluluk anlayışıyla sürdürülebilir kılarken bunun yetiştirileceği toprak ve çevreyi, çalışan işçinin istihdamını ve topyekûn turizmi koruyor olacağımızı düşünüyorum”. K5: “biz zaten sorumlu turizmin Foça turizmine ne kadar çok şey kazandırdığını gördüğümüz için bu projeleri yürütüyoruz. Fakat bunlar da yeterli değil. Bir adım daha atıp sorumlu turizm anlayışının sağlayacağı yararları içeren makro bir plan hazırlamamız, gelecekteki çaba ve enerjimizi bu alanlara yoğunlaştırmamız lazım. Sorumlu turizm anlayışı ile tanıtım stratejimizi birlikte değerlendirmeliyiz”.

Çalışmada sorulan dokuzuncu soruya katılımcıların verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde bütün katılımcıların sorumlu turizm uygulamalarının destinasyon gelişimi üzerinde olumlu katkılarda bulunacağını belirttikleri görülmektedir. Sorumlu turizm uygulamalarının farklı bakış açılarıyla birçok faydasının olacağı vurgusunu yapan katılımcılar turizmin olumsuz çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik etkilerinin en aza indirgenerek gelecek kuşaklara temiz ve değerlerine sahip çıkan bir destinasyon bırakmanın öneminden bahsetmişlerdir. Katılımcılara göre Foça’nın sorumlu turizm uygulamaları ile destinasyon gelişimini sağlayabilecektir ancak bunun sağlanabilmesi için paydaşların birbirinden bağımsız sorumlu turizm uygulamalarının belirli bir çatı altında toplanması gerekmektedir. Oluşturulacak koordinasyon merkezinin paydaşların koordineli bir şekilde çalışmasını ve yaratacakları katma değer artmasını sağlayacağını belirtmişlerdir.

### **Derinlemesine Görüşme Bulguları**

Görüşmeye katılımcının sorumlu turizm kavramından ne anladığının sorulması ve kavram ile ilgili düşüncelerinin alması ile başlamıştır. Katılımcı bu soruya “biz yerel idare olarak kent yaşamını öncelikleyen bir anlayışa sahibiz. Bu yaklaşımımızı sürdürülebilmek kent dokusuna ait her değeri önceliklemek anlamına geliyor. Konuya bu açıdan baktığımızda biz buradaki sorumluluk kavramını sadece turizm olarak değil sosyal, kültürel, çevresel ve ekonomik tüm değerlerin korunması olarak algılıyoruz. Bu anlayışla turizm bakışımız gerek kasabada gerçekleştirdiğimiz

uygulamalar gerekse tarihi sit, çevresel sit, dünya kültür mirası, engelliler için yaşanabilir kent gibi olgularla tamamıyla sorumlu turizm şeklinde biçimlenmiştir” cevabını vermiştir.

Derinlemesine görüşme kapsamında katılımcıya sorulan ikinci soru sorumlu turizm uygulamalarındaki rolünü ortaya koymayı amaçlamaktadır. Katılımcı Foça Belediyesi olarak kritik öneme sahip birden fazla rollerinin olduğuna dikkat çekerek soruya “Bizim tek bir rolümüz olmadığını düşünüyorum. Bu rolleri şöyle özetlemek mümkün gibi görünüyor: planlayıcı, uygulayıcı, denetleyici. Bu durum elbette sorumlu turizm açısından konuya bakıldığında bize oldukça büyük bir sorumluluk yüklüyor. Biz bu rolleri yerel olarak, ulusal olarak ve uluslararası olarak da oynamak durumundayız” cevabını vermiştir.

Çalışma kapsamında sorulan sorumlu turizmin boyutlarından çevresel sorumluluk ile ilgili soruya katılımcı “Yerel idare olarak bu hususta hem Foça için çok yararlı hem de kimi zaman kısıtlayıcı durumlar oluşturan bir durumla karşı karşıyayız. Foça’nın büyük oranda birinci derece tarihi sit ve birinci derecede doğal sit oluşu çok iyi korunması anlamına geliyor. Her ne kadar turistik bazı faaliyetlerde ve yerel halkın gündelik yaşamında bu koruma bölgelerinde ötürü kısıtlar oluşsa da UNESCO Dünya Kültür Mirası adayı bir turistik destinasyon olarak herhalde bizi en çok ön plana çıkartan husus çevrenin korunmasındaki başarısıdır. Elbette bu sadece yasalarla sürdürülebilir bir durum değil. Bu sebeple belediye olarak ilkokullardan başlayarak hemen her sosyal ortamda konunun önemine ilgili sivil toplum kuruluşları ile birlikte vurgu yapıyoruz” cevabını vermiştir.

Çalışma kapsamında sorulan sorumlu turizmin boyutlarından ekonomik sorumluluk ile ilgili soruya katılımcı ekonomik kazanımların sürdürülebilir bir nitelik taşımasının önemine vurgu yaparak “Ekonomik sorumluluk açısından bizce en önemli husus, turizmden elde edeceğimiz gelirin hem sürdürülebilir olması hem de sahip olduğumuz değerlerin korunması arasında bir denge unsuru olmasında yatıyor. Bunu sağlamak gerek kasabadaki turistik işletmecilerin uygulamadaki yaklaşımlarını gerekse bizim konu hakkındaki hassasiyet ve denetimle ilgili. Bu sebeple bir turistik destinasyon olarak Foça’dan, Foça’nın özelliklerine uygun nitelik ve nicelikte ziyaretçi kabul ederken diğer tarafta bu talebe hizmet verebilecek nitelik ve nicelikte hizmet sunabiliyor olmamız lazım” cevabını vermiştir.

Çalışma kapsamında sorulan sorumlu turizmin boyutlarından sosyo-kültürel sorumluluk ile ilgili soruya katılımcı “Sosyo-kültürel bir sorumluluk anlayışı hali hazırda gerek mevzuat tarafından bize verilen bir görev gerekse bizim belediyecilik anlayışımızdır. Dolayısıyla biz bunu sadece kurslar düzenleyerek değil Kent Belleği Müzesi, sanat evleri, çeşitli sanat söyleşileri ve toplantıları aracılığıyla gerçekleştirmeye çalışıyoruz. Bu elbette son derece güç bir görev. Hem var olan ve geçmişe dayanan öğeleri kapsıyor hem de yaşanmakta olan günceli” cevabını vermiştir.



Katılımcıya yöneltilen altıncı soru, Foça'nın destinasyon yeteneklerinin belirlenebilmesi ve sorumlu turizm uygulamaları ile bu yeteneklerin etkileşiminin ortaya konulabilmesini amaçlamaktadır. Foça'nın ayırt edici özelliklerinin oldukça fazla olduğunu belirten katılımcı "Foça bu tip bir destinasyon yani sosyal yaşam alanları, turistik tesisler, çevresel değer taşıyan ortamlar, yat limanı ve balıkçılar hep iç içe. Foça'yı özel kılan doğallık aslında sadece çevreyle ilgili değil. Ağ ören balıkçı, zeytinden dönen çiftçi ve turistin kasaba meydanındaki Karataş'ın önünde buluşmasıyla ilgili" demiştir.

Turistik destinasyondaki koordinasyon seviyesinin belirlenmesi ve sorumlu turizm anlayışı ile arasındaki etkileşimin ortaya konulabilmesi için katılımcıya yöneltilen soruya katılımcı "Sorumlu turizm özelinde yapılanmış bir koordinasyon birimi mevcut değil. Dolayısıyla böyle bir birimi destinasyon kendisi yapılandırmalı. Biz belediye olarak bu konuda bir rehber olmaya gayret ediyoruz. Bu amaçla belediyemizdeki Kent Konseyi ve ilgili birimler aracılığıyla sorumlu turizm faaliyetlerini merkezileştirmeye gayret ediyoruz. Diğer taraftan Slowfood, Terra Madre, Earthmarket gibi uygulamaları belediye bünyesinde destekliyoruz." cevabını vermiştir.

Derinlemesine görüşmede katılımcıya destinasyon gelişimi kavramının boyutlarından biri olan destinasyonlar arası köprü bağlarının belirlenebilmesi için sorulan soruya katılımcı "Foça, Yunanistan'dan Palea Fokea ile kardeş şehir ve Bosna Hersek'in Trebinje şehri ile de kardeş şehir olma yolunda ilerliyor. Bu şehirlerin temsilcileri ile sıklıkla fikir alışverişinde bulunup, ortak projeler üretiyoruz. Bunun yanı sıra Foça'nın Slowfood bünyesinde yer alması ve Earthmarket'inin bu organizasyon tarafından ödüllendirilmesi uluslararası bağlantılarımız açısından oldukça önemli. Ayrıca İtalya'yla tohum değişimi ya da Yunanistan'daki kardeş kentimizle çevresel uygulama paylaşımı ya da dünya kültür mirasına başvuru süreci bizlere çevresel, sosyo-kültürel ve nihayet ekonomik sorumlulukların nasıl entegre edilebileceği ve başarı için neleri önceliklememiz gerektiği konularında çok açık fikirler verdi." şeklinde cevaplandırmıştır.

Son olarak katılımcıya sorumlu turizm anlayışı ile turistik destinasyonların gelişimi arasındaki etkileşimin ortaya konulabilmesi için yöneltilen soruya katılımcı "Destinasyon olarak imajı ekolojik ve kültürel olarak korunmuş olmaya dayalı butik bir kasabanın ulusal ve uluslararası ilgili kuruluşlarla işbirliği içinde yerel halkı bilinçlendirerek ve turizme katarak belediyenin bir çatı birim gibi davranıp uygulayıcı diğer paydaşlarla işbirliği içinde hareket ettiği ve nihai olarak ekonomik gelirlerin payının turizm lehine arttırılmaya çalışıldığı ve geleceğini buna göre yorumlayan bir kasaba olduğu düşünülürse sorumlu turizm uygulamalarının Foça turizmi için hayati değer taşıdığı rahatlıkla görülebilir." cevabını vermiştir.

## **SONUÇ**

Destinasyon seviyesinde gerçekleştirilen sorumlu turizm uygulamaları turizm sektörü açısından kritik bir öneme sahiptir. Ekonomik büyümenin, çevresel

bütünlüğün ve sosyal adaletin üç ana sonucunu elde etmeyi amaçlayan sorumlu turizmin ayırt edici özelliği, destinasyon paydaşlarının ve genel olarak destinasyonların, destinasyon gelişiminin sağlanabilmesi için harekete geçme sorumluluğuna odaklanmasıdır. Bu nedenle, destinasyon paydaşlarının sorumlu turizm konusundaki farkındalık düzeyleri ve oynadıkları roller destinasyonun gelişiminin sağlanmasında son derece önemlidir. Paydaş rollerinin belirgin bir şekilde ortaya konulduğu belirli bir plan ve denetim kapsamında gerçekleştirilecek sorumlu turizm uygulamaları destinasyon gelişiminde çok önemli bir faktör olacaktır.

Günümüzde destinasyonların temel bileşenleri arasındaki benzerlikler, farklılık yaratacak özgün niteliklerin korunması ve unutulmuş olanların ortaya çıkartılmasının önemini büyük oranda artırmıştır. Bu özgün niteliklerin varlığı kültürel ve çevreye dayalı mirasla birlikte bunların turizmde aşırı ticarileşmeye konu olmadan yerel halkın sürdürülebilir bir ekonomik gelire sahip olmasını da sağlayabilmelidir. Bu açıdan destinasyona özgü temaların kullanıldığı hediyelik eşyalar ve yöresel lezzetlerin turistlere sunulması hem yerel halka kazanç hem de destinasyonun niteliklerinin ortaya çıkarılmasını sağlayacaktır. Burada önemli olan nokta bu değerlerin ticari bir sömürüye ve erozyona uğramadan bir plan çerçevesinde gerçekleştirilmesidir. Sorumlu turizmin sağlayacağı en önemli yararlarından biri turistlerin gerek kültürel mirasla gerekse çevre ile kontrollü biçimde temas kurmasının mümkün olacağı bir anlayış ve ortam hazırlamasıdır. Bu kontrollü ilişkinin temelinde söz konusu mirasın sahibinin o mirastan ekonomik gelir elde etmesi ve mirasın onu yaşatacak yerel halkla kendi doğasında yaşamaya devam etmesi yer alacaktır.

Sorumlu turizm yerel halk ile destinasyonda tatil yapmak için gelen turistler arasında karşılıklı anlayış ve saygıya yaptığı katkı açısından büyük önem taşımaktadır. Turizm faaliyetleri, yerel halkın ve destinasyonun yasalarına, niteliklerine ve geleneklerine uygun olarak şekillendirilmeli turistlerin bunlara saygı duyması sağlanmalıdır. Bunun yanı sıra yerel halk ve turizm sektöründe çalışan profesyoneller kendilerini ziyaret eden turistlerin yaşam tarzları, zevkleri ve beklentileri hakkında bilgi sahibi olmalı ve saygı duymalıdır. Bu noktada eğitimin önemi ortaya çıkmaktadır. Yerel halk turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel faydaları ve riskleri hakkında bilgilendirilmeli, mesleki eğitimlerde iletişim ve turistlerin kültürel özellikleri konularına dikkat edilmelidir. Turizm karşılıklı hoşgörü ile halklar ve kültürler arasındaki farklılıkları öğrenmenin ve onların çeşitliliğini korumanın vazgeçilmez bir faktördür.

Dikkat edilmesi gereken en önemli konulardan birisi ise soyut ve somut kültürel mirasın bağlamından koparılmadan hem kültürel niteliklerin hem de doğanın korunması yolu ile sürdürülebilir bir yerel halk refahının sağlanmasıdır. Sorumlu turizm yaklaşımı bu noktada da son derece etkin bir araç görünümündedir. Kültürel mirasın onu yaşatan yerel halkla olan ilintisi kendi doğasında sürdükçe ve sürdürülebilir refahın kaynağı oldukça bağlamından kopma ihtimali azalacaktır.

Sorumlu turizm uygulamaları destinasyon paydaşlarının cinsiyet eşitliğine saygı göstermeleri gerektiğini vurgulamakta, insan haklarının ve özellikle dezavantajlı grupların; çocukların, yaşlıların, engellilerin, etnik azınlıkların ve yerel halkların bireysel haklarının korunmasını teşvik etmektedir. Adil fiyat ve adil ücretin yanı sıra turizme erişimi zor olan grupların turizme katılımını sağlamak konusunda sorumlu turizm uygulamaları destinasyon gelişimine büyük katkı sağlamaktadır.

Turistik destinasyonun gelişiminde rol oynayan tüm paydaşlar, mevcut ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarını ve isteklerini adil bir şekilde karşılamaya yönelik sağlam, sürekli ve sürdürülebilir ekonomik büyümenin sağlanması amacıyla çevrenin korunmasına önem vermelidir. Su ve enerji kaynaklarının korunması, mümkün olduğunca atık üretiminden kaçınmanın yollarının aranması, geri dönüşümün faydalarının benimsenmesi oldukça büyük önem taşımaktadır. Destinasyonun altyapısı bu mantıkla tasarlanmalı ve turizm faaliyetlerinin yapılandırılmasında, ekosistemler ve biyo-çeşitlilikten oluşan doğal mirası koruması dikkate alınmalıdır.

Destinasyonda uygulanacak sorumlu turizm politikaları, yerel halkın yaşam standardını yükseltmeye ve ihtiyaçlarını karşılamaya yardımcı olacak şekilde düzenlenmelidir. Turistik tesislerin ve konaklama yerlerinin planlanması ve mimari yaklaşımı yerel ekonomik ve sosyal yapıya uygun tasarlanmalı işgücünün oluşturulmasında yerel halka öncelik verilmelidir.

Sorumlu turizmin kültürel ve çevresel mirası korumasında teknoloji destekli hikâye anlatımı oldukça önemlidir. Söz konusu değerlerin turistlere sunumunda gerek o öğelerin yitirilmiş parçalarının yeniden oluşturulması gerekse o öğelerin ait oldukları zaman dilimini yaşatacak biçimde sunumunun sağlanması açısından teknoloji son derece kritik bir değer taşımaktadır. Sorumlu turizm uygulamaları bu yolla hem o değerleri gün ışığına çıkarabilmekte hem de teknoloji desteği ile çekiciliğin artması sonucunda ekonomik değer ortaya çıkarmaktadır. Bu uygulamalar aynı zamanda kültürel değerlerin içeriği ve turist ilişkisinin yeniden yorumlanması ve turistin içeriğe yönlendirilmesini sağlayacak çekici sunumların yapılandırılmasını da sağlayacaktır. Bu kapsamda ele alınabilecek konulardan birisi de destinasyon ve insan üzerine deneysel ve yaratıcı özgün sanatsal ve kültürel değerlerin dijital sunumlarının yapılandırılması olacaktır.

Sorumlu turizm uygulamalarının destinasyon gelişimine ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açıdan sağlayacağı olumlu etkiler değerlendirildikten sonra söz konusu destinasyon gelişiminin sağlanabilmesi için belirlenen paydaş rolleri ve sorumlu turizm yaklaşımı ile destinasyon gelişimi süreci ortaya konmalıdır. Destinasyonda sorumlu turizm koordinasyon merkezinin oluşturulmasıyla başlayan sorumlu turizm yaklaşımı ile destinasyon gelişimi süreci sorumlu turizm anlayışına yönelik temel referansların belirlenmesi ve daha sonra paydaş rol tanımlarının belirlenmesi ve destinasyon paydaşlarına yönelik faaliyetleri yapılandırılması ile devam etmektedir. Sürecin son aşaması; sorumlu turizm koordinasyon merkezinin bütüncül eylem planını olgunlaştırmasıdır.

Sorumlu turizm uygulamalarının verimli bir şekilde gerçekleştirilmesi ve destinasyonun gelişiminde etkili olabilmesi için bütün paydaşların katılımının sağlandığı sorumlu turizm koordinasyon merkezinin oluşturulmasıyla mümkün olmaktadır. Bu kapsamda destinasyonda yer alan belediyenin başkanlığını üstleneceği ve kamu kuruluşları, özel sektör temsilcileri ve sivil toplum kuruluşlarının katılımıyla oluşturulan bu merkez sorumlu turizm uygulamalarının planlamasını, uygulanmasını ve denetimini üstlenecektir. Farklı destinasyonların yapısal özellikleri kapsamında koordinasyon merkezinin başkanlığı, ortaya çıkabilecek idari riskler dikkate alınarak bir sivil toplum kuruluşuna da devredilebilecektir. Merkez ayrıca destinasyonun kendini diğer destinasyonlardan ayıran özelliklerin ve destinasyonun ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel kaynaklarının belirlenmesinden, bu kaynak ve özelliklerin geliştirilmesinden ve yerel halka ekonomik katkı sağlanmasından sorumlu olacaktır.

Sorumlu turizm koordinasyon merkezinin bir diğer önemli görevi ulusal ve uluslararası düzeyde diğer destinasyonlarla bağlantılar kurmak, iletişime geçmek, diğer destinasyonlardan olumlu uygulamaları kendi kültürel yapısı doğrultusunda destinasyona entegre etmek ve ortaklaşa projeler düzenleyerek destinasyonun gelişimine katkıda bulunmaktır. Destinasyonun katılacağı ulusal ve uluslararası düzeyde fuar ve etkinlikleri belirlemek, bu fuar ve etkinliklerde destinasyonun kültürel öğelerinin tanıtımını yapmak, destinasyon imajının oluşturulmasına katkıda bulunmak, kardeş şehir anlaşmaları ile destinasyonlar arası köprüler kurmak, destinasyonda düzenlenen etkinliklerle destinasyon tanıtımına katkıda bulunmak merkezin ve merkez tarafından belirlenen paydaşların görevleri arasında yer almaktadır. Bunun yanı sıra ulusal ve uluslararası kuruluşların fon kaynaklarının değerlendirilmesi ve ilgili paydaşların bu kaynaklara yönlendirilmesi, başvuru aşamasında paydaşlara katkı verilmesi de önemli bir görev olarak dikkat çekmektedir.

Sorumlu turizm koordinasyon merkezinin oluşturulmasının hemen ardından sorumlu turizm kapsamında destinasyon gelişiminin sağlanabilmesi için gerçekleştirilecek faaliyetlerin belirlenmesi ve bu faaliyetlerin belirli standartlar çerçevesinde uygulamaya konulabilmesi için sorumlu turizm anlayışına yön verecek standartların çeşitli ulusal ve uluslararası referanslar yardımıyla ortaya konulması gerekmektedir. Bu kapsamda literatürde sorumlu turizm uygulamalarına rehberlik yapabilecek referanslar incelenerek bu referanslar arasından destinasyonun yapısına ve özelliklerine en uygun referans veya referanslar seçilmelidir. Bu referanslarda yer alan hedefler ve uygulamalar destinasyonun özellikleri ve yetenekleri çerçevesinde değerlendirilmeli, destinasyona özgü hedefler ortaya konulmalı, bu hedefler doğrultusunda faaliyetler planlanmalı, uygulanmalı ve denetlenmelidir.

Araştırma bulgularından hareketle destinasyon paydaşlarına ilişkin rol tanımlarının: yasa koyucu ve denetleyici (Kamu), uygulayıcı ve yararlanıcı (Özel Sektör) ve farkındalığı ve katılımı destekleyici (Sivil Toplum Kuruluşları) olduğu

belirlenmiştir. Söz konusu rollere ilişkin eylem tanımları ve destinasyon için sağladığı değer Tablo 1’de görülmektedir.

**Tablo 1:** Sorumlu Turizm Uygulamalarında Destinasyon Paydaşlarının Rollerini

Paydaş	Temel Rolü	Role Bağlı Eylem Tanımı	Destinasyon Gelişimi İçin Sağladığı Değer
<b>Kamu</b>	Yasa Koyucu ve Denetleyici	Altyapı, Üstyapı, Koruma, Yaptırım, Eğitim, Erişilebilirlik, Destinasyon Tanıtımı	Sorumlu Bir Destinasyon İçin İmaj
<b>Özel</b>	Uygulayıcı ve Yararlanıcı	Tanıtım, Gelir, İstihdam, İşletme Temelli Tanıtım	Sorumlu Bir Destinasyon İçin Hizmet Kalitesi
<b>STK</b>	Farkındalığı ve Katılımı Destekleyici	Ulusal ve Uluslararası Köprü Bağları, Eğitim, Katılım Kanallarının yaratılması ve Kullanımı	Sorumlu Bir Destinasyon İçin Kültür ve Farkındalık

Not: Araştırmacı tarafından Foça destinasyonunda gerçekleştirilen araştırma bulgularına dayanarak oluşturulmuştur.

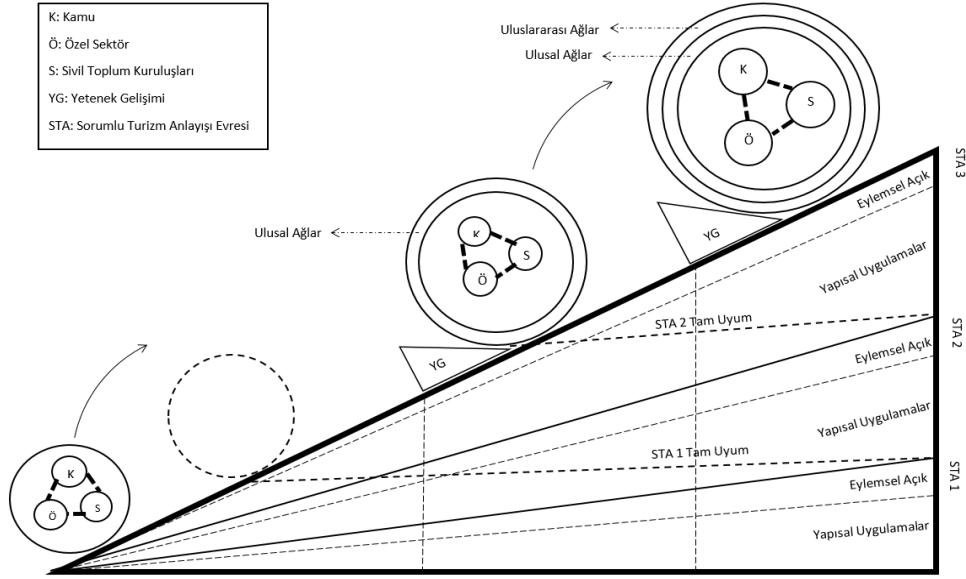
Sorumlu turizm anlayışıyla destinasyon gelişiminde paydaş rollerinin belirlenmesinin stratejik değeri dikkate alındığında bütüncül bir yaklaşım ve rollerinin ardışıklığının değeri daha da önem kazanmaktadır. Tablo 1’de yer alan rollerin bütüncül anlayışla ele alınmasının sorumlu turizm anlayışının gelişiminde gerek eylem tanımı gerekse sağladığı değer belirlenmesinde yararlı bir yaklaşım olacağı ifade edilebilir. Örneğin kamunun role bağlı eylem tanımında yer alan erişilebilirlik faaliyetlerinin sivil toplum kuruluşlarının katılım kanallarının yaratılmasındaki çabalarıyla destekleneceği, diğer taraftan özel sektör işletmelerinin tesislerinin fiziksel yapısını bu bağlamda biçimlendireceği bir perspektif olgunlaştırılmış olacaktır.

Sorumlu turizm anlayışı ile destinasyon gelişiminde sorumlu turizm koordinasyon merkezinin destinasyon paydaşlarının rollerini en etkin biçimde yerine getirmelerini sağlayacak güçlü uluslararası referansları rehber kabul ederek destinasyonun sorumlu turizm anlayışı ile gelişimi için bir eylem planı yapılandırması önem taşımaktadır. Bu amaçla, merkezin öncelikle destinasyonun sorumlu turizm açısından sözü edilen referanslara göre bulunduğu noktayı belirlemesi gerekmektedir. Söz edilen belirleme birden fazla referansın karması şeklinde destinasyonun sorumlu turizm açısından temel ihtiyaçlarına yönelik özgün bir durum da içerebilmektedir.

Paydaşların rol tanımlarını ve söz konusu tanımları belirleyecek uluslararası referansların temel ilkelerini dikkate alacak böyle bir eylem planının daha önce sözü edilen bütüncül yaklaşım ile ele alınması önemli yarar sağlayacaktır. Bu amaçla Şekil 1’de sunulan kademeli sorumlu turizm anlayışı gelişimi aynı zamanda bütüncül eylem planının da içeriğini ifade etmektedir. Diğer taraftan çevresel ve dijital köprü bağlarının yapılandırılması ve buna bağlı olarak destinasyonun yeteneklerinin

gelişimi bütüncül eylem planı açısından destinasyonun uluslararası ve yeni sorumlu turizm anlayışı standartlarına erişmesinde oluşacak kademelerin belirlenmesini sağlamaktadır.

**Şekil 1: Bütüncül Eylem Planı**



Not: Araştırmacı tarafından Foça destinasyonunda gerçekleştirilen araştırma bulgularına dayanarak oluşturulmuştur.

Sorumlu turizm anlayışı ile destinasyon gelişiminde araştırma bulgularının da gösterdiği üzere öncelikle temel bir referansın kabulü ve buna tam uyum ilk hedef olmalıdır. Bu aynı zamanda söz konusu evrelerin tamamlanmasına ilişkin ölçüm olanağı da sağlayacaktır. Şekil 1’de yer alan sorumlu turizm anlayışına uyumu gösteren kesikli çizgiler her evre için eylemsel açık olmadan ilgili sorumlu turizm referansının tüm gereklerinin yerine getirildiğini ifade etmektedir. Örnek olarak, Güney Afrika için Sorumlu Turizm El Kitabı’nda turistik işletmelerde kullanılan ürünlerin en az %15’inin yerel üretim tarafından karşılanması gerektiğini belirtmektedir. Bu oranın yıl içerisinde %10 olması %5’lik bir eylemsel açığı ortaya koymaktadır. Eğer turistik işletmelerde kullanılan ürünlerin %15’lik bölümü yerel üretim tarafından karşılanıyorsa bu durum sorumlu turizm anlayışına uyumu işaret etmektedir.

Şekil 1’de görülmekte olan yuvarlak şekiller turistik destinasyonu ifade etmektedir. Destinasyon çiziminin içinde yer alan diğer üç küçük yuvarlak ise destinasyon paydaşları olan kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarıdır. Ayrıca paydaşlar arasında yer alan kesikli çizgiler destinasyon seviyesinde koordinasyondur. Destinasyonu ifade eden yuvarlak kademe kademe büyük üçgenin uzun kenarından yukarı doğru ilerlemektedir. Bu ilerleme bulunduğu evreye tam

uyumla birlikte her evrede oluşturulan yeni bir ağ oluşumu ile ilgilidir. Birinci evrenin sonunda ulusal ağ, ikinci evrenin sonunda ise uluslararası ağ oluşmaktadır.

Destinasyon sorumlu turizm anlayışı evrelerinde ilerledikçe ve geliştikçe ulusal ve uluslararası ağlara katılım sağlamaktadır. Sorumlu turizm anlayışının ikinci evresini tamamlayan destinasyon ulusal referanslarla tam uyumu sağlamıştır ve ulusal ağlarla bağlantı kurmuştur. Benzer bir şekilde sorumlu turizm anlayışının üçüncü evresini tamamlayan destinasyon da uluslararası referanslarla tam uyum sağlamıştır. Ulusal ve uluslararası ağlara katılım işletmelerin destinasyonlar arası köprü bağlarının gelişmesini ve diğer destinasyonlarla bağlantılar kurmasını sağlayacaktır. Diğer destinasyonlarla kurulan bağlar o destinasyonlardaki iyi uygulamaların örnek alınmasını ve destinasyonun yetenekleri dikkate alınarak uyarlanmasını sağlamaktadır.

Şekil 1’de yer alan küçük üçgenler destinasyonun yeteneklerindeki gelişimi ifade etmektedir. Yetenekler sorumlu turizm uygulamalarının gerçekleştirilmesi sonucunda gelişecektir. Çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik sorumluluklarını yerine getiren destinasyon paydaşları ulusal ve uluslararası referanslarına uyum sağlayacak ve destinasyon gelişimi sağlanacaktır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular Foça’nın fark yaratacak birçok eşsiz özelliğe sahip olduğunu ve sorumlu turizm anlayışı ile bu özelliklerin geliştirilerek destinasyonun gelişimine katkı sağlanabileceğini göstermektedir. Foça’nın İzmir iline yakınlığı, ulaşım imkanlarının fazla olması, deniz, güneş, kum üçlüsünün yanı sıra kültürel ve sportif açıdan da önemli imkanlara sahip olması, sağlık turizmi açısından potansiyeli, manzarası ve doğal limanlarının destinasyonun gelişimi açısından önemli yetenekler olarak değerlendirilmektedir.

Destinasyonda sorumlu turizm anlayışının çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik sorumluluklar kapsamında ulusal ve uluslararası referanslara tam uyum gösterebilmesi destinasyon paydaşlarının rollerinin yapılandırılması ile ilgilidir. Destinasyon paydaşlarının rolleri yapılandırılmadığı ve paydaşlar bu rolleri etkin bir şekilde yerine getirmedikleri takdirde eylemsel açıklar meydana gelecek ve tam uyum gerçekleşmeyecektir. Araştırma bulguları değerlendirildiğinde Foça’da destinasyon paydaşlarının rollerinin belirlenmesinde gerekli çalışmalar yapılması gerektiği sonucuna varılmaktadır. Buna karşın paydaşların çevrenin temiz tutulması ve ağaç dikimi gibi çevresel rollerin yanı sıra, yerel halkın ekonomiye katılımının sağlanması ve yerel ürünlerin kullanımı gibi ekonomik roller ile tarihi ve kültürel dokunun korunması ve yerel halkın turizm konusunda eğitiminin sağlanması gibi sosyo-kültürel roller üstlendikleri görülmektedir.

Sorumlu turizm koordinasyon merkezinin destinasyonda gerçekleştirilecek sorumlu turizm uygulamaları açısından oldukça önemli görevleri bulunmaktadır. Destinasyonun sorumlu turizmin üçüncü seviyesine çıkabilmesi, ağ katmanlarının oluşumu ve paydaş rollerinin uluslararası referanslar rehberliğinde yapılandırılması karmaşık ve sistematik bir süreci zorunlu kılmaktadır. Söz konusu karmaşık ve sistematik süreç destinasyonun sorumlu turizm evreleri arasında geçiş yapabilmesi

için gereklidir ve çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik sürdürülebilirliğin sağlanmasında rehber niteliğinde bir süreç olacaktır.

#### **KAYNAKÇA**

Amit, R. & Schoemaker, P.J.H. (1993). Strategic assets and organizational rent. *Strategic Management Journal*, 14 (1), 33-46.

Avcıkurt, C. (2007). *Turizm sosyolojisi: Turist - yerel halk etkileşimi*. 2. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.

Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17 (1), 99-120.

Beritelli, P., Bieger, T. & Laesser, C. (2007). Destination governance: Using corporate governance theories as a foundation for effective destination management. *Journal of Travel Research*, 46, 96-107.

Bertan, S. (2009). Turizmin çevre üzerinde yarattığı etkiler: Pamukkale örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20 (2), 204-214.

Booyens, I. (2010). Rethinking township tourism: Towards responsible tourism development in south african townships. *Development Southern Africa*, 27 (2), 273- 287.

Bramwell, B. & Alletorp, L. (2001). Attitudes in the danish tourism industry to the roles of business and government in sustainable tourism. *International Journal of Tourism Research*, 3, 91-103.

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21 (1), 97-116.

Burgold, J. & Rolfes, M. (2013). Of voyeuristic safari tours and responsible tourism with educational value: Observing moral communication in slum and township tourism in Cape Town and Mumbai. *Die Erde: Journal of the Geographical Society of Berlin*, 144 (2), 161-174.

Burt, R.S. (1997). The contingent value of social capital. *Administrative Science Quarterly*, 42, 339-365.

Cape Town (2002). Cape Town declaration: Cape Town conference on responsible tourism in destinations. <http://responsibletourismpartnership.org/cape-town-declaration-on-responsible-tourism/> (Erişim Tarihi: 11.05.2017).

Chan, J.K.L. (2010). Building sustainable tourism destination and developing responsible tourism: Conceptual framework, key issues and challenges. *Tourism Development Journal-An International Research Journal*, 8 (1), 24-32.

Chettiparamb, A. & Kokkranikal, J. (2012). Responsible tourism and sustainability: The case of Kumarakom in Kerala, India. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 4 (3), 302-326.



Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95-120.

DEAT. (1996). White paper: The development and promotion of tourism in South Africa. <https://www.tourism.gov.za/AboutNDT/Publications/Tourism%20White%20Paper.pdf> (Erişim Tarihi: 13.01.2016).

Fairweather, J.R., Maslin, C. & Simmons, D.G. (2005). Environmental values and response to ecolabels among international visitors to New Zealand. *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (1), 82-98.

Fang, W. (2020). *Tourism in emerging economies: The way we green, sustainable, and healthy*. Singapur: Springer.

Forster, J. (1964). The sociological consequences of tourism. *International Journal of Comparative Sociology*, 5, 217-227.

Frey, N. & George, R. (2010). Responsible tourism management: The missing link between business owners' attitudes and behaviour in the Cape Town tourism industry. *Tourism Management*, 31, 621-628.

Fuchs, M. (2004). Strategy development in tourism destinations: A DEA approach. *Poznan University Economics Review*, 4 (1), 52-73.

Fyall, A., Callod, C. & Edwards, B. (2003). Relationship marketing: The challenge for destinations. *Annals of Tourism Research*, 30 (3), 644-659.

Gao, J., Huang, Z., & Zhang, C. (2016). Tourist' perceptions of responsibility: An application of norm-activation theory. *Journal of Sustainable Tourism*, 25 (2), 276-291.

Goebert, B. & Rosenthal, H.M. (2002). *Beyond listening: Learning the secret language of focus groups*. New York: John Wiley & Sons Inc.

Goodwin, H. (2005). *Responsible tourism and the market. Occasional paper No. 4*. <https://www.responsiblevacation.com/ImagesClient/certification.pdf> (Erişim Tarihi: 13.01.2018).

Goodwin, H. & Francis, J. (2003). Ethical and responsible tourism: Consumer trends in the UK. *Journal of Vacation Marketing*, 9, 271-284.

Graburn, N.H.H. (1980). Teaching the anthropology of tourism. *International Social Science Journal*, 32 (1), 56-68.

Grant, R.M. (1999). The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation. M.H. Zack (Ed.), *Knowledge and strategy* içinde (ss. 3-23). Oxford: Butterworth-Heinemann.

Gray, R. & Bebbington, J. (2001). *Accounting for the environment. 2*. Baskı. Londra: SAGE Publications.

Grimwood, B.S.R., Yudina, O., Muldoon, M. & Qiu, J. (2015). Responsibility in tourism: A discursive analysis. *Annals of Tourism Research*, 50, 22-38.

Gürbüz, A. (2002). Turizmin sosyal çevreye etkisi üzerine bir araştırma. *Teknoloji*, 5 (1-2), 49-59.

Haugland, S.A., Ness, H., Gronseth, B.O. & Aarstad, J. (2011). Development of tourism destinations: An integrated multilevel perspective. *Annals of Tourism Research*, 38 (1), 268-290.

Hedlund, T., Marell, A. & Garling, T. (2012). The mediating effect of value orientation on the relationship between socio-demographic factors and environmental concern in swedish tourist' vacation choices. *Journal of Ecotourism*, 11 (1), 16-33.

Hu, Y. & Ritchie, J.R.B. (1993). Measuring destination attractiveness: A contextual approach. *Journal of Travel Research*, 32 (2), 25-34.

Hudson, S., & Miller, G.A. (2005). Ethical Orientation and Awareness of Tourism Students. *Journal of Business Ethics*, 62 (4): 383-396.

Isaac, R.K. (2010). Moving from pilgrimage to responsible tourism: The case of Palestine. *Current Issues in Tourism*, 13 (6), 579-590.

Kreiser, P.M. (2011). Entrepreneurial orientation and organizational learning: The impact of network range and network closure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35 (5), 1025-1050.

Krippendorff, J. (1999). *The holiday makers: Understanding the impact of leisure and travel*. 8. Baskı. Oxford: Butterworth-Heinemann Publications.

Krueger, R.A. & Casey, M.A. (2015). *Focus groups: A practical guide for applied research*. 5. Baskı. Londra: SAGE Publications.

Kuşluvan, S. (1999). Turizm gelişiminin çevre üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri ve olumsuz etkilerin yönetimi. *Kapadokya Toplantıları V*, 80-103.

Lechner, C. & Dowling, M. (2003). Firm networks: External relationships as sources for the growth and competitiveness of entrepreneurial firms. *Entrepreneurship & Regional Development*, 15 (1), 1-26.

Lee, H.Y., Bonn, M.A., Reid, E.L. & Kim, W.G. (2017). Differences in tourist ethical judgment and responsible tourism intention: An ethical scenario approach. *Tourism Management*, 60, 298-307.

Lorant, D. & Tünde, A. (2010). Responsible tourism and tourism ecology. *Forum Geografic*, 9 (9), 191-196.

Mahrouse, G. (2011). Feel-good tourism: An ethical option for socially-conscious westerners? *ACME: An International E-Journal for Critical Geographies*, 10 (3), 372- 391.

Mathew, V. (2009). Sustainable tourism: A case of destination competitiveness in south asia. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 2 (1), 83-89.

McLaren, D. (2003). *Rethinking tourism and ecotravel*. 2. Baskı. Bloomfield: Kumarian Press.

Melian-Gonzalez, A. & Garcia-Falcon, J.M. (2003). Competitive potential of tourism in destinations. *Annals of Tourism Research*, 30 (3), 720-740.

Merwe, M.v.d. & Wöcke, A. (2007). An investigation into responsible tourism practices in the South African hotel industry. *South African Journal of Business Management*, 38 (2), 1-15.

Mihalic, T., Mohamadi, S., Abbasi, A. & David, L.D. (2021). Mapping a sustainable and responsible tourism paradigm: A bibliometric and citation network analysis. *Sustainability*, 13 (2), 853-874.

Mondal, S. & Samaddar, K. (2021). Responsible tourism towards sustainable development: Literature review and research agenda. *Asia Pacific Business Review*, 27 (2), 229-266.

Morgan, D.L. (1997). *Focus groups as qualitative research*. 2. Baskı. Londra: SAGE Publications.

Murphy, P., Pritchard, M.P. & Smith, B. (2000). The destination product and its impact on traveller perceptions. *Tourism Management*, 21, 43-52.

Ndou, V. & Petti, C. (2007). DMS business models design and destination configurations: Choice and implementation issues. *Information Technology & Tourism*, 9, 3-14.

Özdoğan, O.N. (2014). Sürdürülebilir turizm ve kültürel miras. M. Kozak (Ed.), *Sürdürülebilir turizm: Kavramlar – uygulamalar içinde* (ss. 45-60). Ankara: Detay Yayıncılık.

Prideaux, P. (2000). The resort development spectrum: A new approach to modeling resort development. *Tourism Management*, 21, 225-240.

Rodriguez-Diaz, M. & Espino-Rodriguez, T. (2008). A model of strategic evaluation of a tourism destination based on internal and relational capabilities. *Journal of Travel Research*, 46, 368-380.

Sainaghi, R. & De Carlo, M. (2016). How to create destination capabilities in the field of new product development. H. Pechlaner & E. Innerhofer (Ed.),

*Competence-based innovation in hospitality and tourism* içinde (ss. 185-196). Londra: Routledge.

Sarı, Y. & Kozak, M. (2005). Turizm pazarlamasına internetin etkisi: Destinasyon web siteleri için bir model önerisi. *Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9, 248-271.

Sekaran, U. (2003). *Research methods for business: A skill-building approach*. 4. Baskı. New York: John Wiley & Sons Inc.

Sinclair, M.T. & Stabler, M. (2002). *The economics of tourism*. 2. Baskı. Londra: Routledge.

Soda, G., Usai, A. & Zaheer, A. (2004). Network memory: The influence of past and current networks on performance. *Academy of Management Journal*, 47 (6), 893-906.

Spenceley, A. (2008). Introduction: Responsible tourism in southern africa. A. Spenceley (Ed.), *Responsible tourism: Critical issues for conservation and development* içinde (ss. 1-24). Londra: Earthscan.

Spenceley, A., Relly, P., Keyser, H., Warneant, P., McKenzie, M., Mataboge, A., Norton, P., Mahlangu, S. & Seif, J. (2002). *Responsible tourism manual for South Africa*. Pretoria: Government of South Africa Department of Environmental Affairs and Tourism.

Svensson, B., Nordin, S. & Flagestad, A. (2005). A governance perspective on destination development- Exploring partnerships, clusters and innovation systems. *Tourism Review*, 60 (2), 32-37.

Wang, Y. & Krakover, S. (2008). Destination marketing: Competition, cooperation or coepetition? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20 (2), 126-141.

Warren, C., Gripper, J. & Claringbould, L. (2013). World responsible tourism day case study: Encouraging environmental awareness in children through ecotourism interpretation. *Progress in Responsible Tourism*, 2 (2), 111-127.

Watkins, E. (1994). Do guests want green hotels? *Lodging Hospitality*, 50 (4), 70-72.

WWF (2001). *Tourism – position statement*. [http://assets.panda.org/downloads/wwf\\_tourism\\_position.pdf](http://assets.panda.org/downloads/wwf_tourism_position.pdf). (Erişim Tarihi: 14.11.2017).

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2006). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. 6. Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

**EKLER**

**Ek 1: Odak Grup Görüşmesi Katılımcı Listesi**

	<b>TEMSİLCİ</b>	<b>TEMSİL ETTİĞİ KURULUŞ/İŞLETME</b>	<b>UNVAN/GÖREV</b>
<b>1</b>	Samir BÜYÜKKAYA	İlçe Turizm Danışma Müdürlüğü	Birim Müdürü
<b>2</b>	Remzi DİKBAY	Siren Pansiyon / Foça Turizm Derneği	İşletme Sahibi / Yönetim Kurulu Üyesi
<b>3</b>	Orhan GÜRER	Foça Kent Konseyi	Konsey Başkanı
<b>4</b>	Sermin SELÇUK	Foça Kent Konseyi	Engelli Meclisi Başkanı
<b>5</b>	Sevtap BARANDIR	Iraz Cafe / Slow Food Zeytinalı Birliği	İşletme Sahibi / Birlik Üyesi
<b>6</b>	Ramazan DAĞİSTAN	Slow Food Zeytinalı Birliği	Birlik Başkanı
<b>7</b>	Taner KAYA	Menendi Otel	İşletme Sahibi

**Yayın Geliş Tarihi:** 01.05.2021  
**Yayına Kabul Tarihi:** 16.11.2021  
**Online Yayın Tarihi:** 31.12.2021  
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.930945>

Dokuz Eylül Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi  
Cilt: 23, Sayı: 4, Yıl: 2021, Sayfa: 1709-1735  
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

*Araştırma Makalesi*

## **PLAN TUTARLILIKLARININ TESTİ İÇİN BİR YÖNTEM ÖNERİSİ: MEKÂNSAL PLANLAR DEĞERLENDİRME KILAVUZU<sup>1</sup>**

Mihriban ÖZTÜRK SAKA\*  
Aygün ERDOĞAN\*\*

### **Öz**

*Mekânsal planların tutarlılıklarının değerlendirilmesi, esas olarak; planın hazırlanması, uygulanması ve izlenmesi olmak üzere üç aşamadan oluşan planlama sürecinin bir parçası olmalıdır. Bu aşamaların her birini etkileyen değerlendirme türleri, sırasıyla “ön”, “süren” ve “sonrası” değerlendirme olarak bilinir. “Ön değerlendirme” aşamasındaki yetersizlikler, günümüz şehir ve bölge planlama çalışmalarında önemli konulardan biri haline gelmiştir. Buradan hareketle, makalede yazın ve ulusal mevzuat kapsamında yapılan incelemelerle bu aşamayı, içinde nicel verilerin de yer aldığı nitel ölçütlü tutarlılık testlerine dayandıran analitik bir yöntem önerilmiştir. Çalışmanın temel çıktısı, bu kapsamda hazırlanan “Mekânsal Planlar Değerlendirme Kılavuzu (MPDK)”dur. Önce, MPDK’nın “içsel” ve kendi içinde “yatay” ve “dikey” olarak detaylanan “dışsal” tutarlılık şeklindeki iki ana grupta toplanan testlerinin oluşumu anlatılmaktadır. Devamında MPDK’nın sistematik çerçevesinin uygulanması, Türkiye’de farklı alan ve ölçeklerde plan yapma-onama yetkisine sahip kurumlar ve yetkilerinin yasal dayanaklarına referansla açıklanmakta ve kılavuzun belirlenen tür ve ölçekteki planlara uygulanma çerçevesi örneklendirilmektedir. Bu kapsamdaki örnek çalışma, Trabzon kentini kapsayan üst ölçekli planlar ile bu kent içinden seçilen bazı yerleşimlere yönelik alt ölçekli planları içermektedir.*

---

*Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):*

Öztürk Saka, M., Erdoğan, A. (2021). Plan tutarlılıklarının testi için bir yöntem önerisi: Mekânsal planlar değerlendirme kılavuzu. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (4), 1709-1735.

<sup>1</sup> Bu makale, 2018 yılında Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsünde Mihriban Öztürk tarafından, Aygün Erdoğan danışmanlığında hazırlanan “Mekânsal planların değerlendirilmesinde tutarlılık tespiti üzerine bir yöntem önerisi: Trabzon örneği” konulu yüksek lisans tezinin yazın kısmının genişletilmesi ve yeni olarak bir uygulanma çerçevesinin eklenmesiyle üretilmiştir. Söz konusu tezin kuramsal içeriği, aynı zamanda “kriz” konulu 44. Dünya Şehircilik Günü Kolokiyumunda (5-8 Kasım 2020), bu konuyla ilişkilendirilen bir bildiri olarak sunulmuştur.

\* Arş. Gör., Karadeniz Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, ORCID: 0000-0002-9014-8839, mihribanozturk@ktu.edu.tr.

\*\* Doç. Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, ORCID: 0000-0002-5178-6555, aygun@ktu.edu.tr.

**Anahtar Kelimeler:** Planlama süreci, Ön değerlendirme, Tutarlılık testleri, Mekânsal planlar, Mekânsal Planlar Değerlendirme Kılavuzu

## METHODOLOGY PROPOSAL FOR TESTING PLAN CONSISTENCIES: THE GUIDE FOR EVALUATION OF SPATIAL PLANS<sup>2</sup>

### Abstract

Evaluation of the consistency of spatial plans should be a part of the planning process composed of three stages: plan preparation, implementation, and monitoring. Evaluation types affecting each of these stages are known as “ex-ante”, “on-going”, and “ex-post” evaluation, respectively. The inefficiencies in the stage of “ex-ante evaluation” has become an important issue in recent urban and regional planning studies. Given this knowledge, in this paper, an analytical method for this stage is proposed by examining the literature and national legislation. The method is based on consistency tests with qualitative criteria some of which also include quantitative data. The main output of the study is the “Guide for Evaluation of Spatial Plans (GESp)” that was prepared in this context. It starts with the formulation of consistency tests of the GESp that were constructed in two main categories based on “internal” and “external” consistencies, where the latter is divided into two as “horizontal” and “vertical”. Afterwards, implementation of the systematic framework of the GESp is explained with reference to legislative grounds for the administrations and their authorities in plan making-approving in different jurisdictions and scales in Turkey and this framework is exemplified for a given set of different type and scale plans. In this context, the illustration involves the upper-scale plans that cover the City of Trabzon and some of the lower-scale plans for the settlements from within this city.

**Keywords:** Planning process, Ex-ante evaluation, Consistency tests, Spatial plans, The Guide for Evaluation of Spatial Plans

### GİRİŞ

Değerlendirme, kısa bir ifadeyle, devam etmekte olan ya da tamamlanmış bir projenin, programın ya da politikanın; uygulamasının ve sonuçlarının sistematik, objektif bir şekilde ele alınmasıdır. Planlamanın meşruiyetini arttırmak, karar vermeyi geliştirmek ve sürekli öğrenmeyi teşvik etmek için kullanılabilen değerlendirme (Guyadeen & Seasons, 2016), günümüzde kent planlama yazınında iki biçimde ele alınmaktadır. İlki plan onaylanmadan önce plan alternatiflerinin eleştirel incelenmesine yönelik belirlenen ölçütler listesine göre değerlendirilmesini içermektedir. İkincisi ise, bir plan ya da politikanın onaylandıktan sonra uygulama aşamasında ürettiği sonuçlara belirlenen ölçütlerin uygulanması ve yorumlanmasına karşılık gelmektedir (Demirci, 2004).

<sup>2</sup> This article was based on the expansion of the literature review part of the master's thesis on "A methodology proposal for detecting consistencies in the evaluation of spatial plans: Case of Trabzon" by Mihriban Öztürk in 2018, submitted to Karadeniz Technical University, Graduate Institute of Natural and Applied Sciences, prepared under the supervision of Aygün Erdoğan, and on the newly added part for an implementation framework. The theoretical content of the thesis was also presented as a proceeding in the 44<sup>th</sup> World Urbanization Day Colloquium (5-8 Nov. 2020) by relating it with the theme "crisis".

Kentsel planlamanın değerlendirilmesi (Roeseler, 1982; Talen, 1996) ancak 1980'lerin ortalarından sonra önem kazanmaya başlamıştır. Bu tarihten sonra plancılar plan kalitesinin özelliklerini tanımlamaya, plan hazırlama ve uygulamalarının plan kalitesine etkilerini değerlendirmeye başlamışlardır. Zaman içinde bu konuda yabancı yazında yapılan çalışmalar incelendiğinde başlangıçta plan uygulamalarının değerlendirilmesi üzerinde durulduğu (Alexander & Faludi, 1989; Laurian, Day, Berke vd., 2004) görülmektedir. Son dönem çalışmaları ise, planlama ile değerlendirme süreçlerinin bir bütün olduğunu ve değerlendirmenin planlama sürecinin aşamalarında yer alması gerektiğini savunmaktadır (Carmona & Sieh, 2008; Oliveira & Pinho, 2010a).

Klasik tanımına göre ön hazırlık aşaması ile başlayan planlama süreci, gerekli analizlerin yapılması ve son ürün olarak planın hazırlanması ile tamamlanmaktadır. Bu süreç, klasik planlama anlayışından stratejik planlama anlayışına kadar geçen zamanda çeşitlenmiş ve gelişmiştir. Burada önemli olan, bu gelişmelerin yasalarla desteklenmesi ve sürecin açıkça tanımlanmasıdır. Her ülkenin yasal düzenlemesindeki farklı özelliklere rağmen planlama sürecinin ortak aşamaları, planların hazırlanması, uygulanması ve revize edilmesi yönündedir (Lichfield & Prat, 1998). Burada değerlendirmenin zamanlaması ile planlama aşamaları ve amacı bütününde güçlü bir ilişkisinin olması önemlidir (Connell & Daoust-Filiatrault, 2018). Oliveira & Pinho'ya (2008, s. 33) göre, bu aşamalardan her birini etkileyen üç değerlendirme türü vardır (Şekil 1):

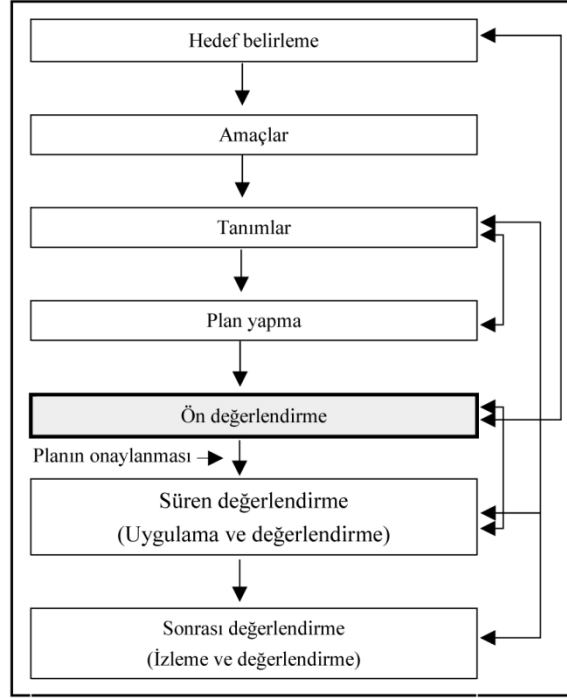
*Ön-değerlendirme planlama sürecinin başlangıcında gerçekleşir ve daha etkili bir gelişme için en iyi çözümün seçiminde alternatiflerin karşılaştırılmasını sağlar. Süren-değerlendirme uygulama sırasında gerçekleşir ve sonuçları planlama sürecinde değişime neden olabilir. ... Sonrası-değerlendirme plan uygulama sürecinin sonunda gerçekleşir ve planın etkilerine odaklanır.*

Gelecekteki belirsizlikleri gidermek amacını taşıyan planlamanın çözüm olasılıklarının sonsuz oluşu, plan hedeflerinin gerçekleşme düzeylerini etkilemekte, kimi zaman toplumsal yapıyı etkileyen tek bir gelişme dahi planlama sürecinin tüm hesaplama, ölçüm, varsayım ve/veya kabullerini alt üst edebilmektedir. Planlamanın doğasından gelen bu özellik mekansal planlamada değerlendirmenin önemini artırmaktadır. Ratcliffe (1981, s. 122) planlama sürecinde en önemli adımı; planın yapıldıktan sonra uygulama aşamasından hemen önce değerlendirilmesi olarak görmektedir (Şekil 1). Massey'in de (1984, s. 184) belirttiği gibi "bir kent planlamasının sonuç ürüne odaklanması" ve mekânsal planların değerlendirilmesine yönelik bir kılavuzun eksikliği nedeniyle yapılan değerlendirmelerin nesnel ve operasyonel altlıklara dayandırılmaması, bu çalışmanın temel problemleri olarak belirlenmiştir. Değerlendirme aşamasının plan yapım sürecindeyken belirlenen ölçütlerle test edilmesi ve bu değerlendirmeden sonra ilgili onay mercisine sunulması gerekliliğini esas alan çalışmada, değerlendirmenin nitel testlerinin, nicel verileri de içerecek biçimde oluşturulması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, plan yapım sürecinde gerçekleşmesi gereken ve planların yok sayılan "raf" belgeleri haline gelmesini önlemenin etkili bir aracı olarak görülen (Hockings, Stolton, Leverington, Dudley,



& Courrau, 2006) ön değerlendirme aşamasına yönelik tutarlılık ölçütleri oluşturulmuştur.

Şekil 1: Mekânsal Planlama Sürecindeki Değerlendirme Aşamaları



**Kaynak:** Ayrancı & Zeren Gülersoy'dan (2009) aktaran Ayrancı, 2013, s. 28 ile Ratcliffe, 1981, s. 122'den yararlanılarak Öztürk, 2018, s. 16'da oluşturulan şeklin yeniden düzenlenen halidir.

## YAZIN, MEVZUAT İNCELEMESİ VE ÇALIŞMAYA GİRDİLERİ

Çalışma, kentsel planlamanın analitik, kentsel biçim ve süreç tartışmalarını içeren ve sırasıyla; (1) Kentsel planlama nedir? (2) İyi bir kent planı nasıl olmalıdır? (3) İyi bir kent planlama süreci nasıl olmalıdır? temel soruları çerçevesinde sınıflanan kuramsal tartışmalardan (Yiftachel, 1989) üçüncüsüne oturmaktadır. Çalışma ile önerilen yöntem; Yiftachel'in (1989) diğer bir boyuttaki sınıflandırmasına göre bir "reçete" çerçevesi sunmakta olup bu biçimiyle planlama kuramlarının "açıklayıcı" olanlarından ayrılmaktadır. Planlamanın "ön değerlendirme" süreci için belirlenen ölçütleri içeren değerlendirme aşaması ile planlama sorunlarının çözümüne katkıda bulunacak değerlendirme aşamasına yönelik bir kılavuz oluşturularak içeriği detaylandırılmaktadır.

Ortaya koyulan Mekânsal Planlar Değerlendirme Kılavuzunun (MPDK), Türkiye'deki planlama sisteminin planların onaylanmadan önceki sürecinde, pratikte doğrudan kullanımının sağlanması ve yeni mevzuat çalışmalarında bu konudaki

içerik altyapısına yönelik hazırlıklara temel oluşturması hedeflenmiştir. Bu amaçla, yabancı ve ulusal yazında ve Türkiye’de planlamaya ilişkin mevzuattaki (yasa ve yönetmelikler) kent planlarının değerlendirme aşamasının planlama sürecindeki yeri ve önemi araştırılmakta ve bu doğrultuda planların değerlendirilmesine yönelik analitik ölçütler belirlenerek açıklanmaktadır. Devamında, oluşturulan kılavuzun sistematik çerçevesinin uygulanmasına esas olan Türkiye’de farklı alan ve ölçeklerde plan yapma-onama yetkisine sahip kurumlar ve yetkileri açıklanmaktadır. Bu doğrultuda, MPDK’nin belirlenen tür ve ölçekteki planlara uygulandığı sistematik çerçevesine yönelik bir örnek çalışma, Trabzon kentini kapsayan üst ölçekli planlar ile bu kent içinden seçilen bazı yerleşimlere yönelik alt ölçekli planlar kapsamında aktarılmaktadır.

### **Yazın İncelemesi: Plan Değerlendirmesine Yönelik Yaklaşımlar**

Değerlendirmeyi farklı biçimlerde ele alan birçok çalışma bulunmaktadır (Baer, 1997; Brody & Highfield, 2005; Connell & Daoust-Filiatrault, 2018). Oliveira & Pinho’ya (2008) göre; yazında her değerlendirme türünün değerlendirme yöntemini şekillendirmesi gereken belirli özelliklere sahip olması gerekmekte, değerlendirmeye yönelik yaklaşımlar ise, altı başlıkta sıralanmaktadır;

*(1) değerlendirme ihtiyacı ve planlama süreciyle bütünleşmesi, (2) değerlendirme alıştırmalarının zamanlaması, (3) plan uygulamasında farklı başarı anlayışları, (4) değerlendirme metodolojisi ve belirli bir plan kavramı arasındaki gerekli düzenlemeler, (5) değerlendirme soruları, ölçütleri ve göstergeleri ve son olarak (6) değerlendirme sonuçlarının sunumu ve karar vericiler tarafından kullanımı. (Oliveira & Pinho, 2010b, s. 343)*

Genel bir yaklaşım ise, değerlendirmenin uyuma ve performansa dayalı olarak iki ana grupta incelenmesidir (Baer, 1997; Faludi, 2000; Tong & Zhang, 2016). Bunlardan ilki, planın başarı ve başarısızlığını kentsel gelişme ile plan önerilerinin uygunluk derecesi üzerinden açıklarken, ikincisi, planlama sonuçlarının kentsel gelişime fayda sağladığı sürece önceki plan kararlarıyla uyumunun aranmayabileceğini ifade eder (Tong & Zhang, 2016).

Hızlı büyüyen şehirlerde planların uygulamalarına dönük değerlendirmelerin daha da karmaşıklaştığını belirten Tian & Shen (2007, s. 16); “nicel ve nitel” olmak üzere iki tür değerlendirme üzerinde durmaktadır. Planların nicel olarak değerlendirilmesi, planlarda ifade edilen plan hedefleri ile bu planların fiili sonuçları arasındaki uygunluğun derecesini ölçer (Talen, 1996). Ancak planların değerlendirilmesinde genellikle, ölçütlerin öznel ve belirsiz olduğu nicel olmayan, diğer deyişle, nitel yöntem tercih edilmektedir. Çünkü yöntemsel eksiklikler ve veri kısıtlılıkları; kentlerin planlanmasında ekonomik, sosyal, kültürel, fiziksel birçok hedefin nicel olarak ölçülmesini zorlaştırmakta ve bu yöntemlerin nadiren uygulanabilmesine neden olmaktadır (Laurian, Day, Berke vd., 2004). Ancak nicel ve nitel analizlerin birleşimi, kentlerin gelişiminde planlamanın rolünün daha iyi anlaşılmasına yardımcı olabilir (Laurian, Day, Backhurst vd., 2004).

Bu bakış açılarıyla birlikte, değerlendirmenin en bilinen kapsamda, plan hazırlığı sırasında (ön), plan uygulaması sırasında (süren) ve plan uygulandıktan sonra (sonrası) olarak üç aşamada yapılabileceği üzerinde ortak bir kanaat oluşmuştur (Oliveira & Pinho, 2008; Alexander, 2006; Laurian vd., 2010). Planların değerlendirilmesi üzerine 1980’li yıllardan itibaren yapılan çeşitli çalışmalar (Alexander & Faludi, 1989; Brody & Highfield, 2005; Laurian, Day, Berke vd., 2004; Kaiser & Godschalk, 1995; Hopkins, 2001; Berke vd., 2006, Berke & Godschalk, 2009 vb.) özellikle “İyi bir kent planı nedir?” veya “Daha iyi bir kent planı nasıl olur?” (Yiftachel, 1989) sorusu üzerinden planların uygulanma aşamasına odaklanmıştır. Bu durum, 1980’lerden 2000’lere kadar, orijinal planın uygulanma durumuna bakılmaksızın sürekli olarak yeniden düzenlendiği veya güncellendiği “yeni plan sendromu”na tepkinin bir sonucudur.

2000 yılı ve sonrasında değerlendirme aşaması, yalnızca nihai planların uygulamalarının değerlendirilmesiyle sınırlı kalmamış, planlama sürecinin tamamını kapsayacak şekilde genişletilmiştir (Carmona & Sieh, 2008; Laurian vd., 2010; Oliveira & Pinho, 2010a). Önceden sözü edilen sorular bağlamında uygulamalar üzerinden plan kalitesinin değerlendirilmesine yönelik çalışmalar zamanla yerini “İyi bir kent planlama süreci nasıl olmalıdır?” (Yiftachel, 1989) temel sorusu üzerinden planlama süreci ve değerlendirmenin birlikteliğine bırakmıştır.

Kentsel planlama süreçlerini inceleyen ve değerlendirme ölçütlerinin oluşumuna girdi sağlayan farklı ampirik çalışmalar incelendiğinde, planların değerlendirilmesi için kullanılan yöntemlere yönelik tek bir doğrunun olmadığı, ancak farklı tekniklerin bulunduğu dikkat çekmektedir.

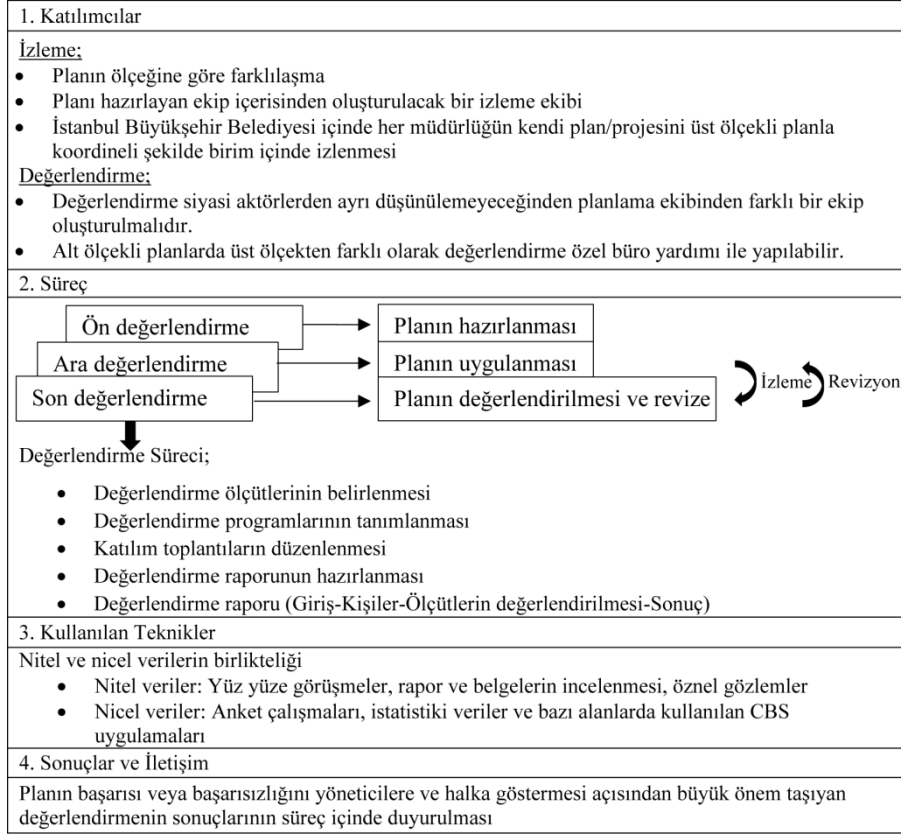
Plan Uygulama Değerlendirmesi (*Plan Implementation Evaluation-PIE*), planların değerlendirilmesine yönelik nicel ve sistematik bir yol ortaya koymak amacıyla planları ve izinleri değerlendiren uyum temelli bir yöntemdir (Laurian, Day, Berke vd., 2004). PIE yönteminin yazına önemli katkılarından biri plan uygulamasının iki yönünü ölçmek için genişlik ve derinlik olmak üzere genel göstergeler önermesidir. Uygulama genişliği, izin süreci boyunca uygulanan politikaların çeşitliliği; uygulama derinliği ise, her izin belgesinde planda belirtilen teknikler kullanılarak uygulanan politikaların oranı olarak tanımlanmaktadır (Laurian, Day, Berke vd., 2004).

Kent kalkınmasının kolaylaştırılmasında kentsel planlamanın rolünün tespiti için yapılan çalışmaların eksikliğinden hareketle Çin’in Guangzhou yerleşiminin 2001 ve 2007 yılı mevcut arazi kullanımları ile 2001 yılı arazi kullanım planının karşılaştırılarak değerlendirmesini içeren ampirik bir çalışma yapılmıştır (Tian & Shen, 2007). Bu çalışmada plan uygulamasının değerlendirilmesine odaklanılmış, nicel ve nitel analizler birleştirilerek bu planın kent büyümesine ne ölçüde etki ettiğine ve plan uygulamasını açıklayan faktörlerin neler olduğuna ilişkin tespitlerin ortaya koyulması amaçlanmıştır.

Devam eden süreçte, bir başka çalışmada planların değerlendirilmesi amacıyla nicel ve nitel olarak test edilmelerine olanak sağlayan Plan-Süreç-Sonuç (*Plan-Process-Results-PPR*) yöntemi ortaya koyulmuştur. İlk olarak Oliveira & Pinho'nun 2008'deki çalışmalarında önerdiği bu yöntemle değerlendirme ve planlama süreçlerinin en başından itibaren birlikte geliştirilmesi vurgulanmış, kentsel form analizine yönelik bir plan değerlendirme yönteminin tasarlanması ve bu yöntemin uygulanabilirliğinin gösterilmesi amaçlanmıştır. PPR yöntemi, aynı yazarların Portekiz'in en büyük ikinci kentini (Porto) konu eden 2008'dekinin devamı niteliğinde 2010 yılında gerçekleştirdikleri, Portekiz'in Lizbon kenti planını içeren ampirik çalışmalarında geliştirilerek kullanılmıştır (Oliveira & Pinho, 2010a). Bir plan değerlendirme yönteminin, konuyla ilgili kuramsal tartışmalarla açık bir şekilde ilişkili olması ve değerlendirme yapılacak konuyla uyumlu olması gerektiği fikri savunulmuştur. Bu görüş; rasyonellik (akılcılık), uyumluluk ve performansa dayalı üç farklı plan değerlendirme türünü toplam dokuz ölçüt altında bütünleştirmektedir.

Türkiye'de az sayıda yapılan değerlendirmeye yönelik çalışmaların ilkinde planlama ve kentsel gelişim arasındaki bağın kuvvetlendirilmesine yönelik bir izleme-değerlendirme-geri besleme modeli önerilmesi amaçlanmıştır (Ayrancı, 2013). Londra, Paris ve Berlin için belirlenen tür ve ölçekteki planların izleme ve değerlendirilmesinin incelenmesi ve Berlin ile İstanbul kapsamındaki özel karşılaştırma sonucunda İstanbul'a yönelik olarak izleme ve değerlendirme aşamasının planlama sürecinde göz ardı edilmesiyle; planın uygulama aşamasının denetlenmemesi, tutarsızlıkların ortaya çıkması, plan hiyerarşisinin bozulması gibi sorunların ortaya çıktığı görülmüştür. Bu sorunların çözümüne yönelik olarak stratejik mekânsal planlama yaklaşımının kullanıldığı İstanbul Tarihi Yarımada Yönetim Planı (TYYP) için Şekil 2'de özet biçiminde sunulan bir model önerisi geliştirilmiştir. İzleme ve değerlendirme aşamalarının önemini vurgulayan Ayrancı (2013, s. 198), bu aşamalara yönelik belirlenecek ölçütlerin; kentlerin ölçeklerine ve kent yönetimlerine göre değişeceğini ve ayrıca planların tür ve ölçeklerine bağlı olarak da farklılık gösterecekleri vurgulamıştır.

## Şekil 2: İstanbul Planlarının(1) İzleme-Değerlendirmesine Yönelik Bir Model Önerisi



**Kaynak:** Ayrancı, 2013, ss. 167-173'teki açıklamalar doğrultusunda oluşturulmuş, ilk olarak Öztürk, 2018, s. 27'de yer almıştır.

Türkiye'de yapılan çalışmaların ikincisi olan ve plan, planlama süreci ve uygulama aşamalarındaki eksikliklerin temel sorun olarak belirlendiği çalışmada; plan başarı ölçütleri ile İstanbul İli Çevre Düzeni Planı (ÇDP) başta olmak üzere dünyada İstanbul ile benzer özellikler gösteren Londra, New York, Lizbon, Montreal ve Paris metropollerinin planlama deneyimleri karşılaştırılmıştır (Gölbaşı, 2014). Çalışmasında, Oliveira & Pinho'nun (2010a) yazına kazandırdığı Plan-Süreç-Sonuç (PPR) yöntemini kullanan Gölbaşı (2014) burada yer alan dokuz ölçütün tamamının Türkiye şartlarındaki planlama sürecine ve yapılan planlara uygulanabilmesinin mümkün olmadığını, bu durumun çalışmanın sınırlılıkları arasında yer aldığını belirtmiştir. Çalışmanın sonucunda İstanbul ÇDP'nin incelenen diğer kent planlarına göre belirtilen değerlendirme ölçütleri kapsamında her zaman geride kaldığı ortaya konulmuş, İstanbul özelindeki bulguların mekânsal incelemelerinin yapılmasının gelecek çalışmalara yön verebileceği belirtilmiştir (Gölbaşı, 2014).

Yazın kapsamında incelenen son çalışmada ise, belirlenen dört ölçüte göre 1994-2012 döneminde plan kalitelerine yönelik yayınlar arasından seçilen çalışmalardaki yöntemler, betimsel ve eleştirel bir inceleme yapılarak kesitsel tasarımla sınıflandırılmıştır (Lyles & Stevens, 2014). Bu kapsamda 47 yayına özgü yapılan içerik analiziyle bu çalışmaların artışının planlama alanına olan faydaları ve ilerleme gerektiren sınırlılıkları tanımlanmış, planların kalitesiyle ilgili kuramların geliştirilmesi ve iyileştirilmesi gereğine vurgu yapılmıştır (Lyles & Stevens, 2014).

Bu noktada, son yıllarda özellikle de 2010 yılından sonra yazında plan kalitesi değerlendirmelerinin planlamanın özel alanlarına<sup>3</sup> yöneldiği belirtilmeli, bu çalışmaların da olumlu yönde gelişimi için benzer gerekliliklerden söz edilmelidir.

### **Mevzuat İncelemesi: Plan Esasları ve Değerlendirme<sup>4</sup>**

Türkiye Cumhuriyetinde kanun hiyerarşisinin en başında anayasa gelmektedir. Bunu takip eden yasalarda ise, bir konuya ilişkin ayrıntı ya da teknik kurallara ilişkin bilgiler verilmemekle birlikte bunlardaki genel bilgiler (belirtilmesi durumunda) gerekirse yönetmeliklerde ayrıntılı bir şekilde açıklanmaktadır.

Bu bağlamda planlama tarihinde dönüm noktası özelliği gösteren 3194 sayılı İmar Yasası üzerinde yapılan çalışmada yasanın ikinci bölümünde “İmar Planları ile İlgili Esaslar” başlığı altında planlama kademeleri, hâlihazır harita ve imar planları, planların hazırlanması ve yürürlüğe konulması alt başlıklarında kılavuz ölçütlerine doğrudan girdi oluşturabilecek herhangi bir hükme rastlanmamıştır.

Plan Yapımına Ait Esaslara Dair Yönetmelik, yürürlükte kaldığı otuz yıl gibi uzun bir sürede kentsel planların yapımında dikkate alınan bu yönetmelik, teknik konuları sorgulayabilmede ve kılavuz ölçütlerine girdi oluşturmaya katkı sağlayabilmede önem arz etmektedir.

Yönetmeliğin Tanımlar bölümünde (3. madde) imar planları; detaylı bir raporla hazırlanması gereğinin vurgulandığı ve raporuyla bir bütün oluşturan planlar olarak tarif edilmektedir. Bu tanımdan hareketle, plan ve plan raporlarının birbiriyle tutarlı olması gerekliliği açıktır. Ayrıca plan raporlarına yönelik açıklık getirilen bir diğer konu, raporun ele alması gereken konuların 14. maddede genel olarak belirtilmesidir.

---

<sup>3</sup> Bunlardan bazıları konut (Hoch, 2007), iklim değişikliği (Bassett & Shandas, 2010), ekolojik sistemler (Brody vd., 2004), yaya güvenliği (Jones vd., 2010), doğal tehlikeler (Baker vd., 2012), açık alanların korunması ve akıllı büyüme (Norton, 2008) gibi konular dahil olmak üzere özel bir alana uyarlanmış her bir ilkenin ölçülebilir göstergeleri ile plan kalitesinin çeşitli ilkelerine dayanmaktadır.

<sup>4</sup> 03.07.2017 tarih ve 30113 Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Planlı Alanlar İmar Yönetmeliği, MPDK’ya yönelik ölçütlerin oluşumuna katkı sağlayacak bilgileri içermediğinden ve 1/1000 ölçekli Uygulama İmar Planlarının uygulamaya yönelik detayları kapsadığından çalışmada incelemeye alınmamıştır.

Yönetmelikte donatı alanları standartlarına ilişkin 16. maddede yer alan ifadeler söz konusu standartların her imar planının minimum düzeyde öngörü nüfusuna yönelik ayırması gereken donatı alanlarına karşılık gelmektedir.

Yönetmeliğin içeriği itibariyle planlama sürecini geliştirecek veya değerlendirme aşamasını vurgulayacak bir açıklama bulunmamaktadır. Bu nedenle çalışmanın konusu gereği eksik bulunmuştur. Ancak, çalışma kapsamında oluşturulan MPDK tutarlılık testlerinde özellikle planların plan-plan raporu bütünlüğüne vurgu yapmış olması nedeniyle bu yönetmelik önemli bulunmuştur.

Mekânsal Planlar Yapım Yönetmeliği (MPYY) ile planlamanın genel esaslarına yenilikler getirilmiştir. Yönetmeliğin “Genel Planlama Esasları” başlığında (7. madde) planlama sürecinden bahsedilmiş, buna ek olarak; analiz, sentez ve plan kararlarının sistematik bir şekilde oluşturulması ve değerlendirme aşamasının dikkate alınması gereklilikleri üzerinde durulmuştur. Ancak değerlendirmenin hangi ölçütlere göre yapılacağı, hangi ölçeği kapsayacağı ve planın uygulanmasından önce mi sonra mı olacağı belirtilmemiştir. Yönetmeliğin aynı maddesinde planlama mesleğinin temel öğretilerinden olan ve teknolojinin gelişimiyle son yıllarda sıklıkla göz ardı edilen ölçekler arası planlama dilinin farklılaşması gereği için de bir hükme ilk defa yer verilmiştir. Ayrıca bu yönetmelikte yine ilk defa planların izlenmesi ve incelenmesi için bir denetim düzenlemesi (35. madde) getirilmiş ve böylece ülkede planların değerlendirilmesine yönelik önemli bir adım atılmıştır.

“Plan Raporu” başlığında (9. madde) plan raporlarında genel açıklamalardan çok, ayrıntılı bir şekilde planlamaya ilişkin önemli bilgilerin verilmesi gerektiğinin belirtildiği yönetmelik, bu kapsamda da bir ilke yer vermiştir. Ayrıca, yürürlükten kaldırdığı önceki yönetmeliğin donatı standartları revize edilerek özellikle yeşil alan, eğitim, sağlık gibi alanlar yeniden düzenlenmiştir.

İmar Planlarının Düzenlenmesi ile İlgili Teknik Şartlaşma mülga İmar Planı Yapılması ve Değişikliklerine Ait Esaslara Dair Yönetmelik’in<sup>5</sup> 7. maddesi gereği İller Bankası’nca hazırlanmıştır. Bu şartlaşmanın “İmar Planı Düzenlenmesi ve Aşamaları” başlığı altında 2.02 maddesinde, planlama süreci yedi aşamalı olarak ele alınmıştır.

Bu süreçteki birinci aşama planlama öncesi çalışmaları; ikinci, üçüncü, dördüncü ve beşinci aşamalar ise plan üretilmesine yönelik yapılması gereken araştırma ve değerlendirmeleri (ön çalışmalar) kapsamaktadır. Şartlaşmada (2.04.

---

<sup>5</sup> Bu Yönetmeliğin adı 17.03.2001 tarihli ve 24345 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “İmar Planı Yapılması ve Değişikliklerine Ait Esaslara Dair Yönetmelikte Değişiklik Yapılması Hakkında Yönetmelik” ile “Plan Yapımına Ait Esaslara Dair Yönetmelik” olarak değiştirilmiştir. Söz konusu değişikliğin yapıldığı yönetmeliğin o gün itibariyle olan yeni halinde belirtildiği gibi, mülga Yönetmeliğin ikinci bölümüne 4 üncü maddeden önce gelmek üzere altı adet madde eklenmiş, müteakip maddeler buna göre teselsül ettirilmiştir. Sonuç olarak, adı geçen ilk yönetmelikte bahsedilen 7. madde Plan Yapımına Ait Esaslara Dair Yönetmelik’te 13. maddeye karşılık gelmektedir.

madde) bu araştırma konuları ve değerlendirme yöntemlerinin kapsamındaki farklılıkların, yerleşimin büyüklüğü ve karakteristik özelliklerine göre olması gerektiği belirtilmiştir. Ancak bu farklılıklara ilişkin herhangi bir sınıflandırma yapılmamış ve buna yönelik ölçütler belirlenmemiştir. Böylelikle, araştırma konuları ve değerlendirme planlama ekibinin ve yönetimin inisiyatifine bırakılmıştır.

Bu çalışmada oluşturulan MPDK tutarlılık testlerinde değerlendirme aşamasının planın onaylanmadan önceki süreçte dikkate alınması gereği vurgulanmaktadır. İller Bankası şartlaşması planlama sürecindeki değerlendirme aşamasını destekler nitelikte olduğundan önem taşımaktadır. Ancak değerlendirme aşamasına yönelik gerekli nesnel ölçütleri belirtecek detayda bilgiyi sunmadığı için eksik bulunmuştur. Bununla birlikte şartlaşmada, imar planlarının düzenlenmesine yönelik sonuç üründe plan paftası-plan raporu-plan hükümleri-plan lejantının olması gerekliliği kılavuzun değerlendirme başlıklarında da göz önüne alınmış olan önemli bir bütünlüğe vurgu yapmaktadır.

### **İncelenen Yazın ve Mevzuatın Çalışmadaki Yeri**

Tarihsel süreçte kentler ve uğradıkları değişimler doğrudan kentsel mekânda gözlemlenebilmiş bu da planlama uygulamalarını etkilemiştir. Planlamanın stratejik boyutlarının tartışıldığı 21. yüzyılın ikinci on yılında dahi; planlamanın özellikle Türkiye’de giderek katılaştıran ve merkezileşen yapısı dikkat çekmektedir. Planlama sürecinin iyileşmesi ve süreç için gereken aşamalardaki eksikliklerin giderilmesi esas olarak bu yapının değişmesiyle ilgilidir.

Yukarıda yer alan yazın bölümünde planların değerlendirilmesine yönelik analitik yaklaşımların arayışı içindeki çalışmalarda geliştirilen nicel ve nitel modeller ve etkinlikleri incelenmiştir. Ortak özellikleri planların onaylandıktan sonra uygulama aşamalarının incelenmesine odaklanmak olan bu çalışmaların her birinde kendine özgü farklı yöntemlerin geliştirildiği ve kullanıldığı görülmüştür.

Hâlihazırdaki çalışmayı incelenen çalışmalardan özgün kılan, planların uygulanmasına değil, planların yapımı tamamlandığında geri beslemeli olarak yeniden üzerinde durulması gereken konuların tespiti ve onaylanmalarından önceki değerlendirilmeleri üzerine önerilerde bulunmasıdır. Bu kapsamda, mekânsal planların tutarlılıklarının belirlenen ölçütlerle test edilmesi amacıyla bir değerlendirme kılavuzu öneren ilk ulusal çalışmadır. Bir anlamda, Lyles & Stevens’in (2014) çalışmalarında belirtilen değerlendirme konusundaki kuramların geliştirilmesi ve iyileştirilmesi gereğine koşut olarak bu çalışmada kuramsal çerçeveye pratik bir katkıda bulunulması hedeflenmektedir. Çalışmada konuyu ele alış biçimi yukarıda açıklanan üç değerlendirme (Oliveira & Pinho, 2008; Alexander 2006; Laurian vd., 2010) türünden ilki olan “ön değerlendirme”ye karşılık gelmektedir. Ayrıca, bu çalışmalar ile mekânsal planların değerlendirilmesine yönelik genel kabul görmüş bir sistemin olmadığı, çeşitli nicel ve/veya nitel yöntemlerin ayrı ayrı kabul görmesiyle sağlıklı değerlendirme adımlarının atılamayacağı sonuçlarına varılmıştır.



Buna ek olarak, değerlendirmenin türüne bakılmaksızın öncelikle ölçütlerinin belirlenmesi gerektiği ve bunun mekânsal planlar için bir değerlendirme kılavuzu (CDC-OSH-DNPAO, 2011) kapsamında yapılabileceği ortaya koyulmuştur. Mekânsal Planlar Değerlendirme Kılavuzu (MPDK) olarak adlandırılacak bir kılavuzun; tasarlanan planın nasıl izleneceğini ve değerlendireceğini ayrıca plan iyileştirme ve karar alma için değerlendirme sonuçlarının nasıl kullanılacağını açıklayan yazılı bir belge niteliğinde olması gerektiği anlaşılmıştır.

Bu kapsamda, hâlihazırdaki çalışmada planların değerlendirilmesinde uyuma dayalı<sup>6</sup> yaklaşım (Baer, 1997; Faludi, 2000; Tong & Zhang, 2016) dikkate alınmıştır. Benzer şekilde çalışma, Oliveira & Pinho'nun (2010b) belirlediği yukarıda açıklanan başlıklardan birinci ve beşincisine oturmaktadır. Ayrancı (2013) ile Tian & Shen'in (2007) çalışmalarındaki nitel değerlendirme ölçütleri; bu ölçütlere nicel veriler eklenmek suretiyle geliştirilmiş ve çalışmada MPDK kapsamında oluşturulan bu ölçütlerle planların pafta-rapor-hükümler-lejant bütünlüğünün değerlendirilmesi yapılmıştır. Ayrıca Oliveira & Pinho'nun (2008; 2010a) çalışmalarında planların değerlendirilmesine yönelik belirlediği dokuz ölçütten birinci ve dördüncüsü, oluşturulacak değerlendirme kılavuzunun iki temel testi olarak belirlenmiştir. İçsel ve-kendi içinde yatay ve dikey olarak detaylanan-dışsal tutarlılık olarak ele alınan bu testlerin; Türkiye'de her kente ve içinde yer aldığı bölgeye yönelik yapılan planların belirlenen ölçek kapsamında değerlendirilmesi amacıyla oluşturulacak ölçütlere yol gösterici nitelikte olması hedeflenmektedir.

Bu kılavuz kapsamında süreç, bilgi akışı, yöntem, plan kararları ve plan dili tutarlılıklarının ortaya koyulması amacıyla oluşturulan testler; aynı alana ait her bir farklı ölçek ve türdeki planın; kendi içinde "tekil" olarak ele alınmasına (içsel tutarlılık), "komşu yerleşme" planlarıyla bir bütün olarak ele alınmasına (yatay dışsal tutarlılık) ve "üst veya alt ölçekli" planları ile bir bütün olarak ele alınmasına (dikey dışsal tutarlılık) yöneliktir. Burada, dikey dışsal tutarlılık testleri ile yapılmak istenenin, "planların kademeli birlikteliği ilkesi"ne uyumunun incelenmesi anlamına geldiğini vurgulamak gerekir. Testleri oluşturan ölçütlerle; olasılık, hata payları ya da tutarlılığın ölçüsü üzerinden bir sonuç aktarımı yapılmamakta; belirlenen ölçütler kapsamında tutarlılığın olup olmadığı sonucuna varılmaktadır. Bu kapsamda önerilen kılavuzun belirleyici sonuçlar ürettiği söylenebilir.

MPDK'yı oluşturan ölçütlerde yazın incelemesi sonucu tespit edilen girdilere ek olarak mevzuat incelemesi sonuçları da benzer kapsamda ele alınmıştır. 3194 sayılı İmar Yasası, Plan Yapımına Ait Esaslara Dair Yönetmelik ve İller Bankası İmar Planlarının Düzenlemesi ile İlgili Teknik Şartlaşmasının içerikleri genelden özele farklılık gösterse de, plan bileşenlerinin (pafta-rapor-hükümler-

<sup>6</sup> Tong & Zhang'ın (2016, s. 3) "uyuma dayalı değerlendirme" açıklamasındaki "başarı veya başarısızlık" durumu çalışma kapsamında tutarlılık veya tutarsızlık olarak alınmıştır.

lejan) bir bütün olduğu ve bunların birbiriyle tutarlı olması gerektiği tümünde açık bir şekilde belirtilmiştir. Bu durum MPDK'nın temel testlerinden olan planların kendi içinde "içsel tutarlılık"larının olması gereğini ortaya çıkarmış ve sonuç olarak kılavuzda bu test ve ana ölçütlerinden olan "plan kararları tutarlılığı" geliştirilerek alt ölçütlerle detaylandırılmıştır. Bu kapsamda, Plan Yapımına Ait Esaslara Dair Yönetmelik ve Mekânsal Planlar Yapım Yönetmeliği'nde yer alan donatı alanları standartlarını esas alan test ile planlanan kararların tutarlılığı plan ve plan raporları üzerinden sorgulanabilmektedir. Mekânsal Planlar Yapım Yönetmeliği, planlama sürecini vurgulayarak plan raporlarında detaylandırılacak analiz ve sentezler için yapılacakları belirtmektedir. Buna göre, MPDK'da bu süreçlerin aktarımının sorgulandığı "süreç tutarlılığı" ve "bilgi akışı tutarlılığı" ana ölçütleriyle bunların alt ölçütleri ortaya koyulmuştur. Ayrıca bu yönetmeliğin alt kademe planların üst kademe planlara uygunluğunun denetlenmesine yönelik hükümleri MPDK'da planların kademeli birlikteliğinin sorgulandığı "dikey dışsal tutarlılık" temel testine esas oluşturmuştur. Bu temel testin ana ölçütlerinden biri olan ve mesleki öğretiler arasında bulunmasına karşılık MPYY ile ilk kez mevzuat kapsamına da alınan, ölçekler arası ayrıntı düzeylerinin farklılaşması gerekliliğine ilişkin olarak MPDK'da "plan dili tutarlılığı" ana ölçütü ve buna yönelik alt ölçütü ortaya koyulmuştur.

Yazın ve mevzuat incelemesinden, MPDK'da komşu planların birbiriyle tutarlılığını ele alan "yatay dışsal tutarlılık" temel testi ve buna yönelik ölçütlerine doğrudan girdi oluşturacak bir tespitte bulunulamamıştır. Ancak bu tür bir gereklilik mesleki öğretilerden gelen genel kurallarda; yapılan planların, üst ölçek planlarla tutarlılığının yanı sıra komşu planlarla da tutarlı olmasının öneminden çıkarılmıştır. Benzer şekilde, MPDK'nın tüm temel testlerinin ana ölçütlerinden olan "yöntem tutarlılığı" için de yazın ve mevzuat incelemesinden kılavuza girdi oluşturacak bir tespitte bulunulamamıştır. Diğer yandan, bu ölçüt de genel mesleki öğretilere göre nüfus ve istihdam projeksiyonları için doğru tekniklerin kullanımının ve aynı alana ait komşu planlar ile üst ölçek planların nüfus ve istihdam sonuçlarının uyumlu olması gereğine dayanmaktadır.

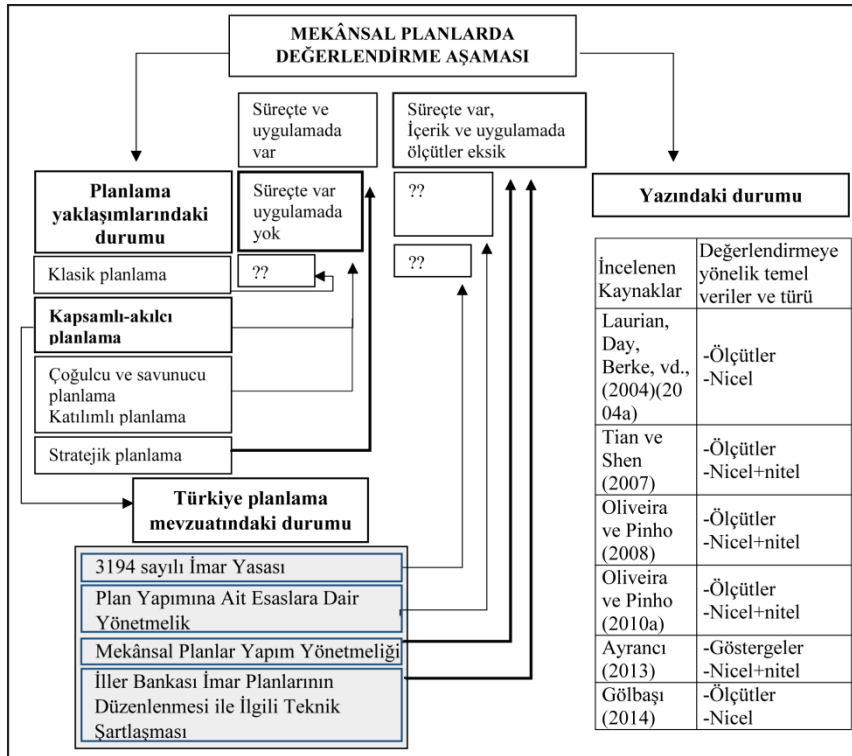
Ayrıca plan yapımında bulunanlarla gerçekleştirilen görüşmeler ve doğrudan gözlemlerle elde edilen bilgilerin de gerektiğinde kapsama dâhil edilebildiği kılavuzda; detaylı analizlerle örneğin plan ve raporları üzerinden doğrudan yapılan hesaplamalar, yazılı belgeler ve haritalar üzerinden yapılan incelemelerle elde edilen veriler de kullanılabilir. Yazın ve mevzuattan kılavuza girdilerin yanı sıra yetersiz ve genel kalsa da belediyelerin imar komisyonlarının benimsediği planlama sürecine ilişkin yanlı olmayan bazı ilkeleri de yazında belirlenen ölçütlerle birlikte dikkate alınmıştır.

Türkiye'de günümüz kentlerinin olumsuzlukları, Plan Yapımına Ait Esaslara Dair Yönetmelik'ten Mekânsal Planlar Yapım Yönetmeliği'ne kadar geçen dönemde plan hazırlamaya yönelik genel bilgileri ve altı doldurulmamış çalışmaları içeren planlama sürecinin somut yansımaları olarak görülebilir. Buna temel

oluşturan İmar Yasası ve yönetmelikler üzerinde yapılan incelemeler ilk yönetmelikte belirlenen eksikliklerin Mekânsal Planlar Yapım Yönetmeliği'nde genel olarak bir dereceye kadar giderildiğini ortaya koymuştur. Ancak yerele yönelik bilgilerin belirleyici olduğu planlama çalışmalarında sistematik, izlenebilir ve değerlendirilebilir bir sürece ihtiyaç duyulmaktadır. Durum bu iken, kentlerde planlama sürecinin daha sağlıklı kurulması için planlar üzerinde belirli zaman aralıklarında belirli analitik ölçütlere dayalı olarak değerlendirmeler yapılmalıdır. Bu değerlendirme ölçütleri ise, MPYY'de tanımlanan planlama hiyerarşisine uygun, plan bileşenleri, planın amacı ve kararlarının bir bütün olduğu özellikler içermelidir. Böylelikle kötü gidişat fark edilip geri beslemelerle sürece takviyeler yapma ya da süreci değiştirme olanağı sağlanacak ve kentlerde plan ve plan uygulamaları arasındaki tutarsızlıklar da önlenilebilecektir.

Yapılan yazın ve mevzuat incelemesi sonucunda değerlendirme aşamasının mevcut durumu Şekil 3'te görüldüğü gibi özetlenmiştir.

**Şekil 3:** Mekânsal planların değerlendirme aşamasının yazın ve yasalardaki durumu



**Kaynak:** Öztürk, 2018, s. 44'ten yeniden düzenlenerek alınmıştır.

## **BULGULAR: KILAVUZ VE UYGULANMA ÇERÇEVESİ**

### **MPDK Tutarlılık Testleri**

Tutarlılık; Yöntembilim Terimleri Sözlüğünde “[y]argı ya da sonuçların bir mantıksal çıkarım kalıbına uygunluğu, gözlem ya da ölçümlerin birbirine uygun düşme ya da yinelenme özelliği” olarak tanımlanmaktadır (Sencer, 1981, s. 129). Buradan hareketle, tutarlı olma durumu “uygunluk” ve bunun ölçüsü ya da derecesi şeklinde yorumlanabilir. Türk Dil Kurumu tanımlarında bir şeyin başka bir şey ile tutarlı olması için “aralarında çelişki bulunmaması”, tutarsız olması için ise “aralarında çelişki bulunması” vurgulanmaktadır. Çalışma kapsamında tutarlılık kavramı “a”nın b”ye uygunluğunun test edilmesi şeklinde ele alınmıştır. Başka bir deyişle, iki şeyden birinin sabit olarak alınmasıyla “a” değişkeninin “b” sabiti ile tutarlı olma durumu test edilmektedir. Bu da değerlendirme testlerinin temel çıktısıdır.

Tutarlılık testlerinde kullanılan nitel ölçütlerin nicel verileri de kapsamı kılavuza önemli girdiler sağlamış ve bu ölçütlerin hazırlanması kılavuzun yapımında ilk aşamayı oluşturmuştur. Bu ölçütler planların içsel ve dışsal (yatay ve dikey) tutarlılıklarını test etmek amacıyla oluşturulmuştur. Planların tutarlılık testleriyle değerlendirilmelerinde; süreç, bilgi akışı, yöntem, plan kararları ve plan diline yönelik ölçütler önem kazanmıştır. Bu çerçeve ölçütlere yönelik plan/planlar bütününde incelenecek alt ölçütler aşağıda açıklanmaktadır.

MPDK; planlama çalışmalarında temelde iki konuyu ele alan, bunlardan birinin ise kendi içinde iki bölümde detaylandırıldığı testlerden oluşturulmuştur (Şekil 4). Bunlardan ilki içsel tutarlılık, ikincisi ise kendi içinde yatay ve dikey olarak ayrılan dışsal tutarlılıktır.

İçsel tutarlılıkta her bir farklı ölçekli plan “tekil” olarak kendi içinde incelenmektedir. Bu kapsamda oluşturulan testler; bir planın yatay dışsal tutarlılıktaki gibi “komşu” ya da dikey dışsal tutarlılıktaki gibi “üst ve/veya alt” ölçekli yerleşim planlarından bağımsız olarak sadece kendi plan bileşenlerinin (pafta-rapor-hükümler-lejant) bütünsellik sorununa yöneliktir. Herhangi bir ölçekteki bir planın içsel tutarlılık testlerinde sabit olarak; mevzuat (yasa ve yönetmelikler), plan raporu, plan paftaları ve öğretiler alınmıştır.

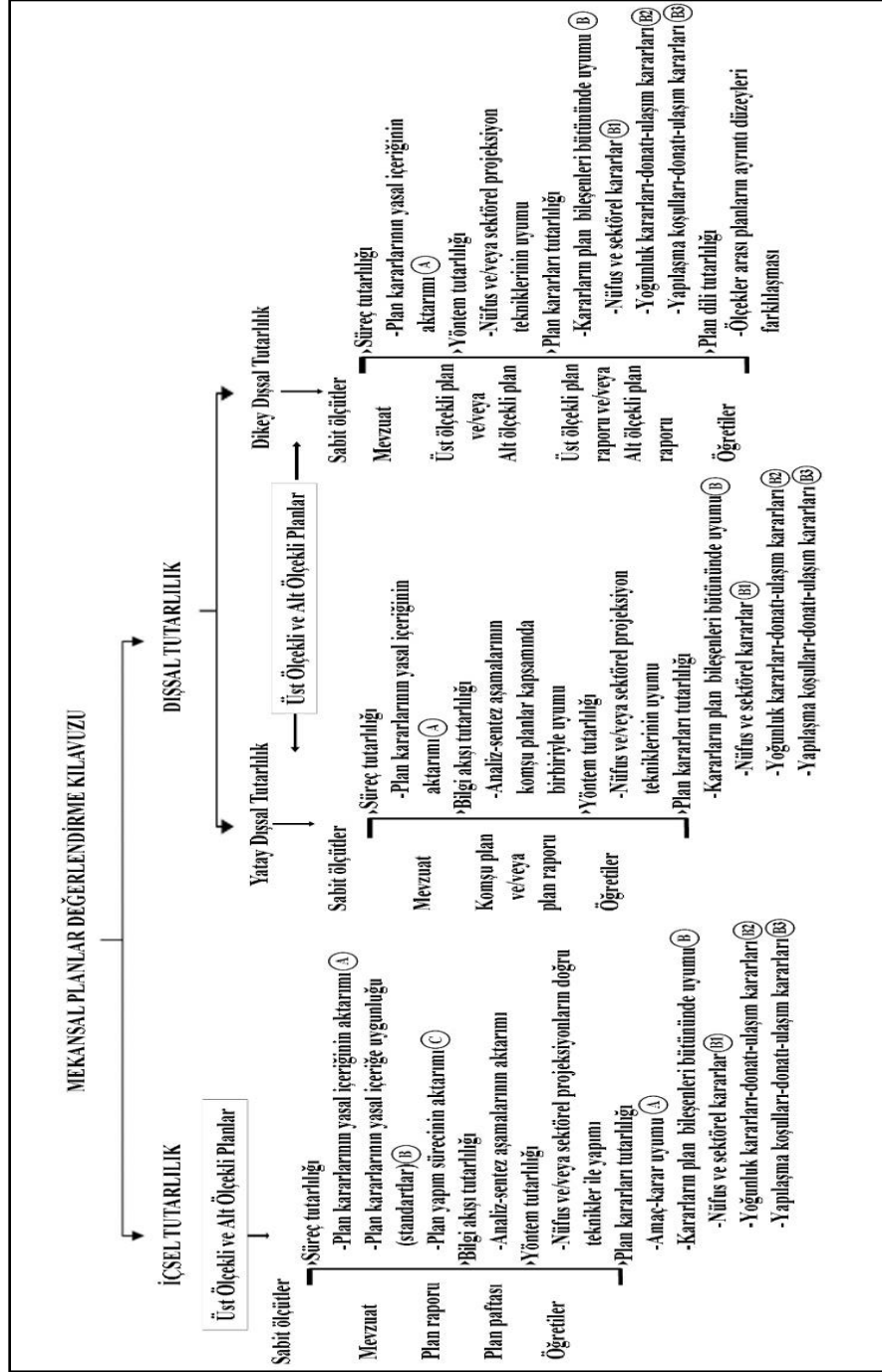
Her bir farklı ölçekteki planın “komşu yerleşme” planları ile yatay dışsal tutarlılık testleri; planların idari sınırlarına yönelik sorunları ele almaktadır. Herhangi bir ölçekteki planların yatay dışsal tutarlılık testlerinde sabit olarak; mevzuat (yasa ve yönetmelikler), komşu plan ve/veya plan raporu ve öğretiler alınmıştır.

Her bir planın kendisinden üst ya da alt ölçekli planı ile uyumunu incelemek amacıyla oluşturulan dikey dışsal tutarlılık testleri ise; “planların kademeli birlikteliği” sorunu üzerinde durmaktadır. Herhangi bir ölçekteki bir planın üst veya alt ölçekli planı ile dikey dışsal tutarlılık testlerinde; mevzuat (yasa ve

yönetmelikler), üst ve/veya alt ölçekli plan ile üst ve/veya alt ölçekli plan raporu ve öğretiler sabit tutulmuştur.

Kılavuzda bu sabitler her planın tür ve ölçeğinin getireceği farklı özellikler kapsamında değişim gösteren süreç, bilgi akışı, yöntem, plan kararları ve plan dili tutarlılıkları kapsamında test edilmektedir. Şekil 4'te görülen kılavuzun içsel tutarlılık ve yatay-dikey dışsal tutarlılık testlerine yönelik belirlenen sabit ve değişken ölçütler aşağıda listelenen biçimde ele alınmıştır.

Şekil 4: Mekânsal Planlar Değerlendirme Kılavuzu



Kaynak: Öztürk, 2018, s. 49

Tutarlılık testlerinde sabit ölçütler:

1. Mevzuat: Çalışmada mevzuat incelemesi sonucu ele alınan yasa ve yönetmelikler (Şekil 3) değerlendirme kılavuzu yaklaşımında sabit ölçütler olarak belirlenmiştir. Bu sabitin her bir ölçek için ilgili olan kapsamı doğrultusunda tutarlılık testleri yapılmalıdır.
2. Plan paftası-plan raporu: Üst ve alt ölçekli planların içsel ve yatay-dikey dışsal tutarlılık testlerinde bazı durumlarda plan paftası sabit tutulup plan raporu değişkeni üzerinden incelemeler yapılmalı; bazı durumlarda ise plan raporu sabit tutulup plan paftası değişkeni üzerinden incelemeler yapılmalıdır.
3. Öğretiler: Mevzuatta tanımlanmayan ancak her mesleğin sunduğu meslek etiği kapsamında ortaya koyulan bilgilerin sabit tutularak plan paftası, plan raporu, plan hükümleri ve hatta plan lejantının bu kapsamda incelemesi yapılmalıdır. Örneğin nicel yöntemlerle bulunan nüfus projeksiyonlarına yönelik yöntemler mevzuatta tanımlı değildir. Ancak bu yöntemler istatistik ve nüfus bilimleri alanlarından alınmalıdır. Benzer şekilde, planlama sürecindeki analiz-sentez aşamaları şehircilik/planlama alanından gelen ve genel kabul görmüş mesleki bilgilerdir.

Tutarlılık testlerinde değişken olarak belirlenen ölçütler:

1. Süreç tutarlılığı: Bu ana ölçüt altında plan kararlarına temel oluşturan yasal içeriğin aktarımı, plan kararlarının standartlar kapsamında yasal içeriğe uygunluğu ve plan yapım sürecinin aktarımı olmak üzere alt ölçütler bulunmaktadır. Bunlardan ilki planlar yapılırken hangi yasal içeriği referans alındığının belirtilmesi, ikincisi belirtilen bu yasal içeriğin getirdiği standartlara plan kararlarının uygunluğunun test edilmesidir. Üçüncü ölçüt ise planların yapım sürecinin plan raporları kapsamında incelenmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu alt ölçütlerden her üçü de içsel tutarlılık testlerinin konusu iken, yatay ve dikey dışsal tutarlılıklarda yalnızca birincisi incelenmektedir.
2. Bilgi akışı tutarlılığı: Planlama süreciyle doğrudan ilişkili analiz ve sentezlere yönelik bilgilerin olup olmadığının içsel tutarlık kapsamında; komşu planlarda bu bilgilerin dikkate alınıp alınmadığının plan raporları üzerinden tespitinin ise yatay dışsal tutarlık kapsamında incelenmesidir.
3. Yöntem tutarlılığı: Planlamanın temel verilerinden olan nüfus ve sektörel projeksiyonların doğru teknik ve yöntemler kullanılarak hesaplanmasının plan raporları üzerinden her bir plan için ayrı olarak içsel tutarlılık kapsamında incelenmesidir. Bu tekniklerin komşu yerleşmeler arasındaki uyumu yatay, üst veya alt ölçekli yerleşim planları arasındaki uyumu ise dikey tutarlılığın konusudur.
4. Plan kararlarının tutarlılığı: Üst ve alt ölçekli planların içsel tutarlılık testleri kapsamında planların kendi içlerinde; amaç ve plan kararlarının uyumu ve kararların planlama bileşenleri (pafta-rapor-hükümler-lejant) bütününde uyumu olmak üzere iki alt ölçüt tanımlanmıştır. Birinci alt ölçütte; plan raporlarında belirtilen amaç ile verilen plan kararlarının uyumu söz konusudur. İkinci alt

ölçütte planlama kararlarının; üst ölçekli planlar kapsamında nüfus ve sektörel kararlarının; alt ölçekli planlarda ise nüfus (yoğunluk ve yapılaşma koşulu), donatı, ulaşım kararlarının plan bileşenleri üzerinden uyumu önemli hale gelmektedir. Bu test iki alt ölçütüyle içsel tutarlılığın, sadece ikinci alt ölçütü bütününde ise yatay ve dikey dışsal tutarlılığın konusudur.

5. Plan dili tutarlılığı: Bu ana ölçüt altında, ölçekler arası planların ayrıntı düzeyleri farklılaşması üzerine bir alt ölçüt tanımlanmıştır. Bu ölçütle aynı alana ait farklı ölçekteki planların her birinin kendi ölçeğinin gerektirdiği düzeyde ayrıntıları içermesi ve anlatım tekniği konusunda farklılaşması gereği test edilmektedir. Kısaca plan kademelenmesinde farklı tür ve ölçekteki planlar birbirlerinin büyütülmesi veya küçültülmesi yoluyla elde edilmemelidir. Bu test MPDK'da "planların kademeli birlikteliği ilkesi"nin incelendiği dikey dışsal tutarlılığın konusudur.

### **MPDK'nın Uygulanma Çerçevesi**

Mekânsal Planlar Değerlendirme Kılavuzu ile Türkiye kentlerine ve içinde yer aldıkları bölgelere yönelik bir çalışmayı yapabilmek için öncelikle çalışmada kullanılacak planlama çerçevesinin ortaya koyulması gerekmektedir. Bu bağlamda Türkiye'de yürürlükte olan planlama sisteminde var olan ve planların kademeli birliği ilkesi uyarınca aralarında hiyerarşik ilişki bulunan plan türlerinin bütünlüklü olarak ele alınması bu çerçevenin oluşturulmasında ilk aşama olmaktadır. Bu kapsamda, Türkiye'de özellikle son yıllarda plan yapma-onama yetkilerini değiştiren ve mekânsal strateji planı gibi yeni birtakım plan türlerini planlama sistemine dâhil eden mevzuat düzenlemelerinin bütünlüklü olarak ele alınması gerekir. Buna göre bölge ve daha üst ölçeklerde başta Çevre ve Şehircilik Bakanlığı (ÇŞB) olmak üzere birçok merkezi yönetim kuruluşunun (Kültür Turizm Bakanlığı, Özelleştirme İdaresi Başkanlığı, vb.) yetki sahibi olduğu, il ve daha alt ölçeklerde ise yerel yönetimlerin sorumluluklarının çeşitlenmesiyle yerleşimlerin planlamaları üçlü bir yapıda değişiklik göstermektedir. Bu yapı üst ölçekte içinde yer aldıkları bölgelerle birlikte; (1) Büyükşehir Belediye (BŞB) sınırları (2) BŞB dışındaki belediyeler (BM) ile (3) bu belediyelerin ve varsa mücavir alanları sınırları dışı (BMD) olarak özetlenebilir. Dolayısıyla, üçlü yapı kapsamında güncel durumu gösteren Tablo 1'den görüleceği gibi il ve daha alt ölçeklerde yerleşimlerin yönetimlerine göre farklılaşan sorumluluk alanları nedeniyle Türkiye'de her tür ve ölçek plana MPDK'nın uygulanması çeşitlilik gösterecektir.



**Tablo 1:** MPDK'nın Uygulanma Çerçevesini Oluşturan Güncel Mevzuata Göre Farklı Alan ve Ölçeklerde Mekânsal Plan Yapma-Onama Yetkileri ve Yasal Dayanakları (\*) (\*\*)

	BŞB <sup>(i)</sup>	BM <sup>(ii)</sup>	BMD <sup>(iii)</sup>	Ölçek	Yapma-Onama		Yasal Dayanak <sup>(iv)</sup>
Bölge ve üstü ölçekler	(1) Ülke bütününde yapılacak bir mekânsal strateji planı			1/250.000, 1/500.000 veya üstü	ÇŞB		644 s. KHK
	(2) Belirli bir bölgede yapılacak bir mekânsal strateji planı			1/250.000, 1/500.000 veya üstü	ÇŞB		644 s. KHK
	(3a) İl sınırları ile çakışmayan birden çok ili içine alan bir bölge veya havzaya ait ÇDP ya da (3b) İl sınırları ile çakışan ve birden çok ili içine alan bir bölgeye ait ÇDP			Genellikle 1/100.000	ÇŞB		644 s. KHK
İl ve altı ölçekler	(4) Bir ilin sınırları bütününe ait ÇDP (İl ÇDP)			1/100.000 ya da 1/50.000	(i) BŞB (ii), (iii) İl Özel İdaresi ile İlgili İl Belediyesi	(i) BŞB Meclisi (ii), (iii) İl Genel Meclisi ile İlgili İl Belediye Meclisi	(i) 5216 s. BŞB Yasası (ii), (iii) 5302 s. İl Özel İdaresi Yasası
	(5) Bir ilin içindeki bir bölgeye ait ÇDP			1/25.000			
	(6) Bir ilin sınırları bütününe ait nazım imar planı (NİP)			1/25.000			
	(7) İçindeki bir bölgeye ait NİP	-	-	1/25.000-1/5.000	BŞB	BŞB Meclisi	5216 s. BŞB Yasası
	(8a) İlçe belediyesinin e ait NİP	(8b) NİP	(8c) NİP	1/5.000	(i) BŞB (ii) Belediye (iii) İl Özel İdaresi	(i) BŞB Meclisi (ii) Belediye Meclisi (iii) İl Genel Meclisi	(i) 5216 s. BŞB Yasası (ii) 3194 s. İmar Yasası (iii) 3194 s. İmar Yasası
	(9a) İlçe belediyesinin e ait uygulama imar planı (UİP)	(9b) UİP	(9c) UİP	1/1.000	(i) İlçe Belediyesi (ii) Belediye (iii) İl özel İdaresi	(i) İlçe Belediye Meclisi (ii) Belediye Meclisi (iii) İl Genel Meclisi	(i) 5216 s. BŞB Yasası (ii) 3194 s. İmar Yasası (iii) 3194 s. İmar Yasası

(\*) Bu tablodaki planlara ek olarak planlama sistemi içinde ayrıca ÇŞB dışında plan yapma-onama yetkisi verilmiş diğer merkezi yönetim kuruluşlarının (Kültür Turizm Bakanlığı, Özelleştirme İdaresi Başkanlığı, vb.) sektörel planları da bulunmaktadır.

(\*\*) Bu tabloda bahsedilenlerin yanı sıra ÇŞB'nin 644 Sayılı KHK'nın 7. maddesine göre her tür ve ölçekte fiziki planlara ve uygulamalara esas teşkil eden üst ölçekli planları yapma-onama yetkisi vardır. Bakanlık ayrıca alt ölçekte imar ve yerleşme planlarının tamamı veya bir kısmının yapım-onamasında 3194 sayılı İmar Yasasının 9. maddesi kapsamında geniş bir yetkiye sahiptir.

(i) Büyükşehir Belediye sınırları

(ii) Büyükşehir Belediyesi dışındaki bir belediyenin Belediye ve varsa Mücavir alanı




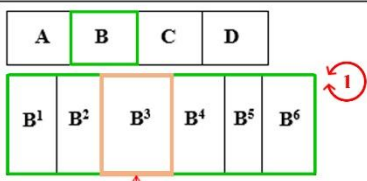
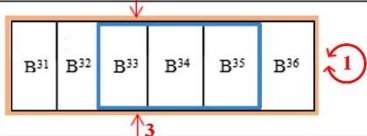
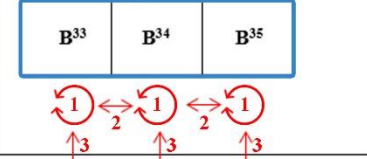
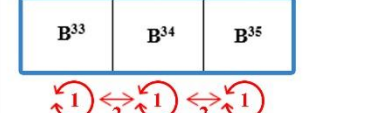
(iii) Büyükşehir Belediyesi dışındaki bir belediyenin Belediye ve varsa Mücavir alanı Dışı (iv) 644 Sayılı KHK'da Bakanlığa verilen yetkiler aynı biçimde Temmuz 2018'de geçilen Cumhurbaşkanlığı hükümet sistemi ile 10.7.2018 tarih ve 30474 sayılı Resmî gazetedeki yayımlanan 1no'lu Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile yine aynı bakanlık bünyesinde kalmıştır.

**Kaynak:** Ersoy, 2012, s. 361'den esinlenerek, üzerinde yetki alanları ayrıştırılmış ve bilgiler güncellenmiştir.

Bu kapsamda, önceki bölümlerde temel tutarlılık testleri ile bunların ana ve alt ölçütlerinin açıklandığı MPDK'nın bu testleri içeren sistematik çerçevesinin Türkiye kentlerinden biri üzerinde yapılan uygulaması aşağıda aktarılmaktadır. Örnek alan çalışmasına esas oluşturan Trabzon, 06.12.2012 tarih ve 28489 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren ancak 2014 yılı yerel seçimleriyle birlikte uygulanmaya başlanan 6360 sayılı yasayla il sınırları bütününde Büyükşehir Belediyesi olmuştur.

Trabzon kentinin içinde yer aldığı üst ölçekli ve bu kent içinden seçilen bazı yerleşimlere ait alt ölçekli planlar üzerinden örneklenen çerçeve aktarımı çalışmanın amacı gereği, testlerin uygulama detaylarını ve sonuçlarını içermemektedir. Buna göre, yerleşmelere ait farklı alt ölçekli planlar ve bu yerleşmeleri kapsayan bölgesel ölçekli planlar için kullanılacak kılavuzun içsel ve yatay-dikey dışsal tutarlılık testlerinin belirtilen planlara uygulanma çerçevesi ve ilgili planların sıralamaları Şekil 5'te görülmektedir.

**Şekil 5:** MPDK'nın Trabzon Kentini Kapsayan Üst Ölçek ve İçinden Bazı Yerleşimlerini İçeren Alt Ölçek Planlara Uygulanma Çerçevesi

TUTARLILIK TESTLERİ  İÇSEL  YATAY DIŞSAL  DİKEY DIŞSAL		
ÇALIŞMA KONUSU PLANLAR	DEĞERLENDİRME ÇERÇEVESİ	GENEL AÇIKLAMALAR
1/100.000 ölçekli Ordu-Giresun-Trabzon-Rize-Gümüşhane-Artvin ÇDP		A, B, C, D : Komşu 1/100.000 ölçekli ÇDP'ler B1, B2, B3, B4, B5, B6 : Komşu 1/50.000 ölçekli İl ÇDP'leri
1/50.000 ölçekli Trabzon İl ÇDP (*)		B <sup>3</sup> : 1/50.000 ölçekli İl ÇDP B <sup>31</sup> , B <sup>32</sup> , B <sup>33</sup> , B <sup>34</sup> , B <sup>35</sup> , B <sup>36</sup> : Komşu 1/5000 ölçekli NİP ve 1/1000 ölçekli UIP'ler
1/5000 ölçekli Akyazı, Yıldızlı ve Söğütlü NİP (*)		B <sup>33</sup> , B <sup>34</sup> , B <sup>35</sup> : Komşu 1/5000 ölçekli NİP'ler
1/1000 ölçekli Akyazı, Yıldızlı ve Söğütlü UIP (*)		B <sup>33</sup> , B <sup>34</sup> , B <sup>35</sup> : Komşu 1/1000 ölçekli UIP'ler

**Kaynak:** Öztürk, 2018, s. 9'daki şekilden alınan 2. sütuna 1. ve 3. sütunlar eklenerek hazırlanmıştır.

Kılavuz çerçevesinin örneklendirilmesi kapsamında Tablo 1'e göre Trabzon için üst ölçeklerde tabloda "3b" olarak tanımlı ve 6360 sayılı yasa öncesinde onanan 1/100.000 ölçekli Ordu-Giresun-Trabzon-Rize-Gümüşhane-Artvin ÇDP ile sonrasında onanan ve tabloda "4" olarak tanımlı 1/50.000 ölçekli Trabzon İl ÇDP dikkate alınmıştır. Alt ölçeklerde ise, adı geçen yasa öncesinde onanan ve tabloda "8b" ve "9b" olarak tanımlı üç komşu yerleşmeye ait planlar dikkate alınmıştır. Bunlar sırasıyla; 1/5.000 ölçekli Akyazı, Yıldızlı ve Söğütlü NİP'leri (8b) ile bunların 1/1.000 ölçekli UİP'lerine (9b) karşılık gelmektedir.

Şekil 5'te ayrıca, çalışma alanı kapsamındaki mekânsal planlarının değerlendirilmesine yönelik sistematik bir çerçeve sunan kılavuzun nasıl uygulanacağı da görülmektedir. Buna göre, çalışma kapsamında gerek yazın gerek mevzuat incelemesi sonucunda sürekli vurgulanan planların plan bileşenleri kapsamında tutarlı olması gereği 1. tutarlılık testi kapsamında ele alınmıştır. Bu test kapsamında plan bileşenlerinin içsel tutarlılıkları üzerine yapılan her bir ayrı ölçekteki incelemeler, planların kademeli birlikteliği ilkesini ele alan 3. testin sıralama çerçevesine uygun olmalıdır. Bu amaçla, örnek çalışmada 1/100.000 ölçekli ÇDP, 1/50.000 ölçekli İl ÇDP, 1/5000 ölçekli NİP'ler ve 1/1000 ölçekli UİP'lerin içsel tutarlılıklarının test edilmesi söz konusudur. Yatay dışsal tutarlılıkları inceleyen 2. test kapsamında ise söz konusu planlar komşu yerleşme planlarıyla birlikte ele alınmalıdır. Trabzon kenti içinde bu test alt ölçekte birbirine komşu olan Akyazı, Yıldızlı ve Söğütlü yerleşmelerinin 1/5000 ölçekli NİP'leri ve 1/1000 ölçekli UİP'leri üzerinden yapılan incelemelere karşılık gelmektedir. Son olarak planların kademeliği birlikteliğinin incelendiği 3. teste göre dikey dışsal tutarlılıklar, sırasıyla 1/100.000 ölçekli ÇDP ve 1/50.000 ölçekli İl ÇDP arasındaki, 1/50.000 ölçekli İl ÇDP ile 1/5.000 ölçekli NİP'ler arasındaki ve 1/5.000 ölçekli NİP'ler ile bunların 1/1.000 ölçekli UİP'leri arasındaki incelemeleri içermektedir.

## **SONUÇ VE TARTIŞMA**

Kentsel planlama sürecinde önemli bir aşama olan ve bu süreçte nihai ürüne ulaşmadan önce planların değerlendirilmesine yönelik ölçütlerin neler olması gerektiği temel sorusundan yola çıkılan bu çalışmada Mekânsal Planlar Değerlendirme Kılavuzu oluşturulmuştur. Bu kılavuz ile planların yapım süreci sırasında onaylanma öncesi nesnel değerlendirilmelerinin somut biçimde yapılması amaçlanmıştır. Buna göre çalışma, plan uygulamasıyla oluşan durumun "başarı" veya "başarısızlık" değerlendirilmesinden çok; onayı öncesinde belirlediği hedeflere ulaşması yolunda ölçme-değerlendirme yapabilme kapasitesinin geliştirilmesine yönelik bir ele alış sunmaktadır.

Yazın ve mevzuat incelemesi sonucunda geliştirilen Mekânsal Planlar Değerlendirme Kılavuzu ile uyuma dayalı sistematik bir çerçeve önerilmiştir. Bu kılavuz, planların içsel ve yatay-dikey dışsal tutarlılıklarını değerlendirmeye yönelik olarak nicel verileri de içeren nitel ölçütlerden oluşmaktadır. Planların süreç, bilgi akışı, yöntem, plan kararları ve plan dili tutarlılığı ana ölçütleri kapsamında alt ölçütler belirlenmiştir. Çalışma kapsamında değerlendirmenin hangi sıklıkla ve kim

tarafından yapılacağı ve aktörler boyutu üzerinde durulmamıştır. Ancak bundan sonra yapılacak çalışmalarda “Planların ön değerlendirmesi gerçekleştikten sonra ne yapılmalı?” sorusuna yanıtlar aranması çalışmanın bu konudaki eksikliğini giderici içerikte olacaktır. Çok boyutlu olan planlama disiplininde elbette birçok aktör söz sahibidir. Bu nedenle planların “ön değerlendirilmesi” yapıldıktan sonra sonuçların ilgili tüm paydaşlara aktarılması ve olumsuz sonuçların sorgulanarak planın buna göre revize edilmesi, süreçte tutarlılıkların test edildiği bu değerlendirmeyi takip eden bir diğer önemli aşama olacaktır. Bu nedenle planların ön değerlendirilmesi yapıldıktan sonra katılım ile desteklenmesi, bu değerlendirmenin sadece teknik boyutta kalmasını önlemede etkin bir çözüm olarak görülebilir.

Sonuç olarak çalışma; önerilen kılavuzun (MPDK) oluşturulması öncesi yazın ve mevzuat incelemesi, kılavuz ölçütlerinin oluşturulması ve sonrasında ise kılavuzun güncel mevzuatla uyumlu mekânsal planlama çerçevesinin örnek bir alan üzerinden aktarımını kapsamaktadır. Bu konuda gelecekteki çalışmalarda, önerilen kılavuzun çıktıları geliştirilip kullanılabilir. Bu çıktıların pratikte uygulanmasıyla değerlendirmenin kuramsal açıdan pratikle beslenerek derinleşmesi de mümkün olabilir. Böylelikle bu çalışmanın mekânsal planların değerlendirme aşamasına yönelik Türkiye’deki az sayıda çalışmaya katkıda bulunarak bundan sonra yapılacak çalışmalara yol gösterici nitelikte olacağı ve MPDK’nın planlama sisteminde “ön değerlendirme” aşamasına yönelik önemli bir girdi sağlayacağı düşünülmektedir.

## **TEŞEKKÜR**

Bu makalenin yazımında değerli görüşleriyle destek olan Dr. Öğr. Üyesi Gökhan Hüseyin ERKAN’a ve makaleye ilişkin yapıcı eleştirileri için anonim hakemlere teşekkür ederiz.

## **KAYNAKÇA**

Alexander, E. R. (2006). Evolution and status: Where is planning-evaluation today and how did it get here?, In E. R. Alexander (Ed.), *Evaluation in Planning: Evolution and Prospects*, 3-16. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315581200>.

Alexander, E. R. & Faludi, A. (1989). Planning and plan implementation: Notes on evaluation criteria. *Environment and Planning B Planning and Design*, 16(2), 127-140. doi: 10.1068/b160127.

Ayrancı, İ. (2013). *Metropoliten alanlarda planlama - Kentsel gelişimin yönetimi ilişkisi ve bir izleme değerlendirme model önerisi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Baer, W. C. (1997). General plan evaluation criteria: An approach to making better plans. *Journal of the American Planning Association*, 63(3), 329-344. doi: 10.1080/01944369708975926.

Baker, I., Peterson, A., Brown, G. & McAlpine, C. (2012). Local government response to the impacts of climate change: An evaluation of local climate adaptation plans. *Landscape and Urban Planning*, 107(2), 127-136. doi: 10.1016/j.landurbplan.2012.05.009

Bassett, E. & Shandas, V. (2010). Innovation and climate action planning: Perspectives from municipal plans. *Journal of the American Planning Association*, 76(4), 435-450. doi: 10.1080/01944363.2010.509703.

Berke, P. & Godschalk, D. (2009). Searching for the good plan: A meta-analysis of plan quality studies. *Journal of Planning Literature*, 23(3), 227-240. doi: 10.1177/0885412208327014.

Berke, P., Backhurst, M., Day, M., Ericksen, N., Laurian, L., Crawford, J. & Dixon, J. (2006). What makes plan implementation successful? An evaluation of local plans and implementation practices in New Zealand. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 33(4), 581-600. doi: 10.1068/b31166.

Brody, S. D. & Highfield, W. E. (2005). Does planning work? Testing the implementation of local environmental planning in Florida. *Journal of the American Planning Association*, 71(2), 159-175. doi: 10.1080/01944360508976690.

Brody, S. D., Highfield, W. & Carrasco, V. (2004). Measuring the collective planning capabilities of local jurisdictions to manage ecological systems in Southern Florida. *Landscape and Urban Planning*, 69(1), 33-50. doi: 10.1016/j.landurbplan.2003.09.002.

Carmona, M. & Sieh, L. (2008). Performance measurement in planning - Towards a holistic view. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 26(2), 428-454. doi: 10.1068/c62m.

CDC-OSH-DNPAO, (2011). Centers for Disease Control and Prevention, National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, Office on Smoking and Health; Division of Nutrition, Physical Activity, and Obesity, *Developing an Effective Evaluation Plan*, Atlanta, Georgia.

Connell, D. J. & Daoust-Filiatrault, L.-A. (2018). Better than good: Three dimensions of plan quality. *Journal of Planning Education and Research*, 38(3), 265-272. doi: 10.1177/0739456X1770950.

Demirci, M. (2004). *Kent planlamada uygulama anlayışına eleştirel bir yaklaşım: Dikmen Vadisi projesi örneği*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Faludi, A. (2000). The performance of spatial planning. *Planning Practice & Research*, 15(4), 299-318. doi: 10.1080/713691907.

Gölbaşı, İ. (2014). Kentsel planlama deneyimlerinin plan başarı ölçütleri çerçevesinde karşılaştırılması ve değerlendirilmesi - İstanbul örneği. *Planlama Dergisi*, 24(1), 18-25. doi: 10.5505/planlama.2014.65375.

Guyadeen, D. & Seasons, M. (2016). Plan evaluation: Challenges and directions for future research. *Planning Practice and Research*, 31(2), 215-228. doi: 10.1080/02697459.2015.1081335.

Ersoy, M. (2012). Planlamada kademeli birliktelik ilkesi ve Türkiye’de plan kademeleri. M. Ersoy (Der.), *Kentsel Planlama Ansiklopedik Sözlük* içinde (ss. 360-363). İstanbul: Ninova Yayıncılık.

Hoch, C. (2007). How plan mandates work: Affordable housing in Illinois. *Journal of the American Planning Association*, 73(1), 86-99. doi: 10.1080/01944360708976138.

Hockings, M., Stolton, S., Leverington, F., Dudley, N. & Courrau, J. (2006). Evaluating effectiveness: A framework for assessing management effectiveness of protected areas (2nd ed.). IUCN, Gland, Switzerland and Cambridge, UK. <https://portals.iucn.org/library/efiles/documents/pag-014.pdf>, (Erişim Tarihi: 15.11.2020).

Hopkins, L. D. (2001). *Urban development: The logic of making plans*. Washington, DC: Island Press.

Jones, D. K., Evenson, K. R., Rodriguez, D. A. & Aytur, S. A. (2010). Addressing pedestrian safety: A content analysis of pedestrian master plans in North Carolina. *Traffic Injury Prevention*, 11(1), 57-65. doi: 10.1080/15389580903434199.

Kaiser, E. J. & Godschalk, D. R. (1995). Twentieth century land use planning: A stalwart family tree. *Journal of the American Planning Association*, 61(3), 365-385. doi: 10.1080/01944369508975648.

Laurian, L., Crawford, J., Day, M., Kouwenhoven, P., Mason, G., Ericksen, N. & Beattie, L. (2010). Evaluating the outcomes of plans: Theory, practice, and methodology. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 37(4), 740-757. doi: 10.1068/b35051.

Laurian, L., Day, M., Backhurst, M., Berke, P., Ericksen, N. & Chapman, S. (2004). What drives plan implementation? Plans, planning agencies and developers. *Journal of Environmental Planning and Management*, 47(4), 555-577. doi: 10.1080/0964056042000243230.

Laurian, L., Day, M., Berke, P., Ericksen, N., Backhurst, M., Crawford, J. & Dixon, J. (2004). Evaluation plan implementation: A conformance-based methodology. *Journal of the American Planning Association*, 70(4), 471-480. doi: 10.1080/01944360408976395.

Lichfield, N. & Prat, A. (1998). Linking ex-ante and ex-post evaluation in British Town Planning. In N. Lichfield, A. Barbanente, D. Borri, A. Khakee, & A. Prat (Ed.), *Evaluation in planning: Facing the challenge of complexity* (pp. 283-298). Dordrecht: Kluwer.

Lyles, W. & Stevens, M. (2014). Plan quality evaluation 1994–2012: Growth and contributions, limitations, and new directions. *Journal of Planning Education and Research*, 34(4), 433-450. doi: 10.1177/0739456X14549752.

Massey, D. (1984). *Spatial divisions of labour: Social Structures and the Geography of Production (Critical human geography)*. London: Macmillan.

Norton, R. K. (2008). Using content analysis to evaluate local master plans and zoning codes. *Land Use Policy*, 25(3), 432-454. doi: 10.1016/j.landusepol.2007.10.006.

Oliveira, V. & Pinho, P. (2008, May). Evaluation in urban planning: From theory to practice. In P. Pinho, & V. Oliveira, (Ed.), *Proceedings of CITTA 1st annual conference on planning research: Evaluation in planning* (ss. 31-49). Porto, Portugal: The Research Center for Territory, Transports and Environment, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto.

Oliveira, V. & Pinho, P. (2010a). Measuring success in planning: Developing and testing a methodology for planning evaluation. *The Town Planning Review*, 81(3), 307-332. doi: 10.3828/tpr.2010.7.

Oliveira, V. & Pinho, P. (2010b). Evaluation in urban planning: Advances and prospects. *Journal of Planning Literature*, 24(4), 343-361. doi: 10.1177/0885412210364589.

Öztürk, M. (2018). *Mekânsal planların değerlendirilmesinde tutarlılık tespiti üzerine bir yöntem önerisi: Trabzon örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.

Ratcliffe, J. (1981). *An Introduction to Town and Country Planning (Living Environment)* (2nd ed.). London: Hutchinson Educational.

Roeseler, W. G. (1982). *Successful American urban plans*. Lexington, MA: Lexington Books.

Sencer, M. (1981). *Yöntembilim Terimleri Sözlüğü*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara Üniversitesi Basımevi.

Talen, E. (1996). Do plans get implemented? A review of evaluation in planning. *Journal of Planning Literature*, 10(3), 248-259. doi:10.1177/088541229601000302.

Tian, L. & Shen, T. (2007, September). Evaluation of plan implementation in the transitional China: A case of Guangzhou city master plan. 43rd ISOCARP Congress on Urban Dialogues: Co-productive ways to relate visioning and strategic

urban projects konulu kongrede sunulan bildiri. Antwerp, Belgium.  
[http://www.isocarp.net/Data/case\\_studies/928.pdf](http://www.isocarp.net/Data/case_studies/928.pdf), (Erişim Tarihi: 15.01.2020).

Tong, Z. & Zhang, Q. (2016). Urban planning implementation evaluation: A multilevel fuzzy comprehensive evaluation approach. *The Open Civil Engineering Journal*, 10, 200-211. doi: 10.2174/1874149501610010200.

Yiftachel, O. (1989). Towards a new typology of urban planning theories. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 16(1), 23-39. doi: 10.1068/b160023.





**Yayın Geliş Tarihi:** 03.05.2021  
**Yayına Kabul Tarihi:** 28.12.2021  
**Online Yayın Tarihi:** 31.12.2021  
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.931095>

Dokuz Eylül Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi  
Cilt: 23, Sayı: 4, Yıl: 2021, Sayfa: 1737-1761  
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

*Araştırma Makalesi*

## STRATEJİK YÖNETİM ÜZERİNE YAZILMIŞ LİSANSÜSTÜ TEZLERE YÖNELİK BİR İÇERİK ANALİZİ

Hayriye Nur GÖRKEMLİ\*  
Fatma Nur KÜÇÜKBİYİK\*\*

### Öz

*Stratejik yönetim, örgütlerin iç ve dış çevre faktörlerini göz önünde bulundurarak belirledikleri uzun vadeli hedeflere ulaşmak için uyguladıkları yönetim tekniğidir. Örgütlerin devamlılıklarını sağlayabilmesi, yoğun rekabet ortamında başarılı olması, gelişme ve değişikliklerden haberdar olması, işletmeye yönelik tehditlerin farkında olarak karşılaşılabilecek kriz durumlarıyla daha kolay başa çıkabilmesi, fırsatları değerlendirebilmesi gibi pek çok nedenden dolayı stratejik yönetimin önemi her geçen gün artmaktadır.*

*Bu çalışmada stratejik yönetim konusu ve önemi hakkında kısa bir literatür taramasından sonra 2010-2020 yılları arasında Türkiye’de stratejik yönetim konusunda yazılmış lisansüstü tezler incelenmiştir. İçerik analizi yöntemiyle incelenen tezlerden elde edilen veriler, frekans ve yüzde olarak gösterilmiştir. Araştırmanın amacı, stratejik yönetim konusunda yazılan lisansüstü tezlerin özelliklerini inceleyerek, daha sonra bu konuda yapılacak çalışmalara ışık tutmaktır. Araştırma sonucunda, bu konuda yazılan tezlerin çoğunluğunun Türkçe olduğu ve yüksek lisans düzeyinde yoğunlaştığı, en fazla tezin Gazi Üniversitesi tarafından yazıldığı, devlet üniversitelerinde yazılan tez sayısının daha fazla olduğu, tezlerin daha çok Sosyal Bilimler Enstitüsü ve İşletme Anabilim dalında yoğunlaştığı, alt konu başlıklarına göre ise çoğunlukla stratejik yönetim uygulamaları ve stratejik yönetimin örgüt performansına etkisi üzerinde çalışıldığı görülmüştür.*

**Anahtar Kelimeler:** *Stratejik Yönetim, Stratejik Yönetimin Önemi, Lisansüstü Tezler, İçerik Analizi.*

---

*Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):*

Görkemli, H. N., Küçükbiyik, F. N. (2021). Stratejik yönetim üzerine yazılmış lisansüstü tezlere yönelik bir içerik analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (4), 1737-1761.

\* Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, ORCID: 0000-0001-5506-1343, ngorkemli@selcuk.edu.tr.

\*\* Doktora Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, ORCID: 0000-0001-9140-3179, fatmanurkucukbyk@gmail.com.

## A CONTENT ANALYSIS OF GRADUATE THESIS ON STRATEGIC MANAGEMENT

### *Abstract*

*Strategic management is the management technique that organizations apply to achieve long-term goals, which are determined by considering internal and external environmental factors. The importance of strategic management is increasing day by day for many reasons such as the ability of organizations to ensure their continuity, to be successful in an intense competitive environment, to be aware of developments and changes, to be able to cope more easily with crisis situations that may be encountered by being aware of threats to the business, and to evaluate opportunities.*

*In this study, after a brief literature review, graduate thesis written in Turkey about strategic management between the years 2010-2020 were examined. The data obtained from the theses were examined by using content analysis method. The aim of the research is to examine the characteristics of the postgraduate theses written on strategic management and to shed light on the future studies on this subject. As a result of the research, most of the theses written on this subject are in Turkish and they are concentrated at the master's level, the most theses are written by the graduate students from Gazi University, the number of theses written in state universities is higher, the theses are mostly concentrated in the Institute of Social Sciences and the Department of Business, according to the sub-topics. It has been observed that mostly the impact of strategic management practices and strategic management on business performance has been studied.*

**Keywords:** *Strategic Management, Importance of Strategic Management, Postgraduate Theses, Content Analysis.*

### **GİRİŞ**

Küreselleşme ve teknolojik gelişmeler sonucunda rekabetin oldukça yoğun olduğu günümüz ortamında, örgütlerin sürdürülebilirliklerinin devamı ve rakipleri karşısında üstünlük sağlamak için değişen koşullara ayak uydurması ve gelişmeleri yakından takip etmesi gerekmektedir. Pazar, ürün ve hedef kitlenin gitgide daha önemli hale gelmesiyle değişen şartlara uyum sağlamak isteyen örgütlerin stratejik yönetime gereken önemi vermesi kaçınılmaz hale gelmiştir. Stratejik yönetim sürecinde doğru stratejiler belirleyen ve hedefleri doğrultusunda hareket eden örgütler rakipleri karşısında her zaman daha avantajlı olacaktır.

Stratejik yönetim, özel sektör, kamu sektörü ve kar amacı gütmeyen üçüncü sektörde faaliyet sürdüren tüm örgütlerin gelecekteki amaçlarının ve hedeflerinin belirlenmesi ve bu amaçlara ulaşmak için yapılması gereken uygulamaların tespitini sağlayan yönetim tekniğidir (Özer, 2015, s.75). Geleceğe yönelik bir yol haritası sunan stratejik yönetim örgütlere belirsizlik ortamında yön tayin etmektedir. Örgütlerin kendilerini ve çevresel faktörleri tanıyarak en az maliyet ile en çok faydayı sağlamasına katkıda bulunmaktadır. Gerek temel amacı kar elde etmek olan örgütler olsun, gerekse kamu yönetiminde yer alan kamu kuruluşları olsun iç ve dış çevrede meydana gelen değişiklik ve gelişmeleri takip ettikleri sürece başarıyı

devam ettirilebilecektir. Bu bağlamda stratejik yönetimin örgütler açısından önemi büyüktür.

Çalışma kapsamında, teorik kısımda literatüre dayalı olarak strateji ve stratejik yönetimin tanımı, tarihsel gelişimi, avantajları, stratejik yönetim araçları ve stratejik yönetim süreci kısaca anlatılacaktır. Daha sonraki uygulama kısmında ise stratejik yönetim konusunda yazılan lisansüstü tezler içerik analizi yöntemiyle incelenecektir. Çalışmanın amacı stratejik yönetim konusunda yazılan tezlerin özelliklerini ortaya koymaktır. Çalışma bundan sonraki süreçte bu konuda çalışacak araştırmacılara katkı sağlaması açısından önemlidir.

### **KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

Stratejik yönetim kavramını tanımlamadan önce kavramı daha iyi açıklayabilmek adına öncelikle strateji kavramıyla ilgili literatürde yer alan tanımlara bakmak yerinde olacaktır. Literatürde stratejinin kelime kökeninin iki kaynağa dayandığı belirtilmektedir. Bunlardan ilki yol veya çizgi anlamı taşıyan Latince “stratum” kelimesidir. İkincisi ise eski Yunanlı General Strategos’un adından gelmektedir. Kavram, bu generalin sanatı ve bilgisini ifade etmek amacıyla kullanılmıştır. Türkçede ise strateji sürme, gönderme, götürme ve gütme anlamlarına gelmektedir. Stratejinin askeri alanda taşıdığı önem bilimsel bir disiplin olarak gelişmesini sağlamıştır (Eren & Timur, 2006, s.3). Strateji, amaçlara ulaşabilmek için alınan tedbirleri ve düzenlemeleri içine alan, örgütlerin devamlılık sağlamak ve etkinliğini artırmak amacıyla izleyeceği yol olarak tanımlanabilir. İlk olarak askeri alanda savaşı kazanmak için uygulanacak taktikler ve planlar anlamında kullanılan strateji, günümüzde örgütlerin rakiplerine karşı üstünlük sağlamak için izledikleri yol olarak ifade edilmektedir (Güçlü, 2003, s.68). Strateji, ticari örgütlerin yönetimine ilk olarak Chandler tarafından bir örgütün uzun vadeli amaç ve hedefleri için izlenecek yol anlamında tanıtılmıştır (Chandler, 1962, s.13). Chandler “Strategy and Structure” isimli kitabında bu kavram üzerinde durmuş, dört büyük örgütün gelişimleri üzerinden değerlendirme yaparak kavramın akademik alanda kullanılmasına da öncülük etmiştir (Barca, 2015, s.9). Steensen, sonraki on yılda stratejinin politika, örgütsel davranış ve işletme yönetimi gibi popüler terimler ile yer değiştirdiğini, bazı yazarların stratejiyi örgütün resmi olarak belirttiği amaçları, hedefleri, politika ve planları olarak tanımladığını, bazılarının ise stratejinin yöneticiler tarafından örgüt üyelerinin davranışlarını etkilemek için kullanılan genel bir dil, hikayeler ve metaforlar olarak gördüğünü ifade etmektedir (Steensen, 2014, s.266).

Olumlu veya olumsuz sonuçlanabilecek bir duruma yönelik, önceden hazırlıklı olunması, taktikler oluşturulması açısından strateji, bir örgütün en önemli işlevi ve seçtiği yolun bir göstergesi niteliğindedir. Örgütün iyi bir stratejiye sahip olması, ileriye yönelik hedefleri oluşturmak suretiyle, devamlı değişim göstererek, gitgide sertleşen rekabet ortamında avantajlı olmasını sağlamaktadır. (Baykal, 2018, s.152). Başka bir tanıma göre, rakiplerin uygulamaları göz önünde bulundurularak, hedeflere ulaşabilmek için belirlenmiş, sonuç odaklı, uzun süreli kararlara strateji

denir (Ülgen & Mirze, 2004, s.33). Başarılı bir stratejinin en önemli özelliklerinden biri, örgütü rakiplerinden ayırıştırabilmesi, güçlü yönlerini öne çıkarıp, zayıf yönlerini gizleyebilmesidir. Bir örgütü farklılaştıracak stratejiyi oluşturmak için yapılması gereken ilk şey, örgütün temel yeteneklerini doğru bir şekilde belirlemektir. Temel yetenek ya da yetkinlikler, bir örgütü diğerlerinden ayıran, örgütün vizyonunu gerçekleştirmede asıl role sahip olan, rakipler tarafından kolayca taklit edilemeyen bilgi, beceri ve yeteneklerdir (Bakoğlu, 2010, ss.36-38).

Stratejik yönetim ise stratejiler planlama, uygulama ve sonuçlarını kontrol etme sürecidir. Örgüt başarısını sağlamak için çevresel değişiklikler ve örgüt amaçlarına göre geliştirilen stratejilerin uygulanması ve sonuçlarının değerlendirilmesidir (Dinçer, 1998, s.35). Başka bir tanıma göre stratejik yönetim, örgütlerin amaçlarını gerçekleştirebilmek için aldıkları kararların net ve açık bir biçimde ortaya konması ve değerlendirilmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Buna göre örgütün başarılı olmasını sağlamak için yönetim, pazarlama, finans, üretim, araştırma-geliştirme ve bilgi-işlem sistemleri arasındaki uyumu sağlamaya yöneliktir (Yüzbaşıoğlu, 2004, s.390). Stratejik yönetim, bir bütün olarak örgütün karakteri ve gidişatı ile ilgilidir. Örgütün şu anda ne olduğu ve gelecekte ne olacağı ile ilgili temel kararlarla ilgilenir ve örgüt amacını belirler. Müşteriler, liderlik, risk, finans, kaynaklar, ürünler, teknoloji, konum, rakipler ve süreçle ilgili kararlar için bir çerçeve oluşturur. Örgütün neyi gerçekleştirmesi gerektiğini ve neyi yapmaması gerektiğini ortaya koyar. Örgütün elde edeceği değeri ve bu değer biçimini belirler. Bir vizyon veya görüş oluşturarak geleceğin öngörülmesine katkıda bulunarak örgütün orta ve uzun vadeli amaçlarını planlar (Morden, 2007, s.14). Ginter ve arkadaşları, Charles Darwin'in "Ne en güçlü tür hayatta kalır ne de en zeki olan; değişime açık olandır hayatta kalan." sözünden yola çıkarak, stratejik yönetimin değişime yanıt verme anlamına geldiğini ifade etmektedirler. Değişimin olmadığı bir dünyada stratejik yönetimin örgütler için gereksiz olduğuna, sürekli bir değişim halinde olan dünyada ise stratejik yönetimin örgütler için olmazsa olmaz olduğuna dikkat çekmektedirler. Çevrenin taleplerine uyum sağlayan örgütler gelişirken uyum sağlamayanların zamanla silinip gideceği, örgütleri etkileyen teknolojik, ekonomik, sosyal, politik ve rekabetçi değişim günümüzde hızla devam ederken örgütlerin başarılı olmak için değişime ayak uydurması gerekliliği üzerinde durmaktadırlar (Ginter vd., 2018, ss.1-2).

Stratejinin bugünkü süreçteki öneminden yola çıkarak tarihsel gelişimini ele alırsak, daha önce bahsettiğimiz gibi ilk olarak savunma alanında kullanılan bir terim olarak karşımıza çıkmış zamanla yönetim alanında da kullanılmaya başlamıştır (Aktan, 2008). Bir davranış, tutum ve yaklaşım olarak çok eski dönemlere kadar uzanan stratejik yönetim düşüncesinin ilk örnekleri 1960 öncesine dayanmaktadır. Bilimsel olmayan yönetim dönemi ürünlerinin yer aldığı bu dönemle günümüzdeki stratejik yönetimin içerik ve anlamları farklıdır. Daha önce uzun vadeli planlama ve strateji terimleri kullanılırken şimdi stratejik düşünce veya stratejik yönetim kavramları kullanılmaktadır. Stratejik yönetim zamanla evrim geçirerek bugünkü sürece gelmiştir (Özgür, 2004, s.8). Üsdiken & Çetin'in yönetimle ilgili teorik

fikirler ve görüşleri ortaya koymak amacıyla 1935-1965 yılları arasındaki 30 yılı kapsayacak şekilde gerçekleştirdikleri çalışmada ülkemizde yönetim kelimesinin kullanıldığı kitap ve dergileri incelenmişlerdir. Araştırma sonuçlarına bakıldığında strateji kavramının bu tarihlerde yönetimle birlikte kullanılmadığı görülmüştür. Bu sonuca göre ülkemizde akademik alanda 1965 öncesinde strateji ile yönetim kavramına birlikte yer verilmediği görülmektedir (Üsdiken & Çetin, 2001, s.109). 1960'tan sonra strateji kavramının gelişim gösterdiği ve daha önce belirttiğimiz gibi yabancı literatürde stratejik yönetim kavramının ilk olarak 1962 yılında yer aldığı dikkate alındığında ülkemizde de yabancı literatürle aynı dönemlerde gelişim gösteren bir kavram olduğu söylenebilir. Barca, stratejik yönetim düşüncesinin gelişim sürecini üç ana dönem olarak ele almaktadır. İlk dönem 1960-1980 arasındaki stratejik planlama anlayışı dönemi, ikinci dönem 1980-1990 arasındaki rekabet stratejisi dönemi üçüncü ve son dönem ise 1990'dan itibaren günümüzde de devam eden temel yetkinliklere dayalı strateji anlayışı dönemidir. Bu dönemler varsayım ve öneriler açısından birbirinden farklılık göstermekle birlikte ayrıntılı incelendiğinde birbirini tamamlayan anlayışlar olduğu görülmektedir. Bu açıdan bu anlayışlar bir dönem kabul edilip sonra tamamen ortadan kalkmış olarak değerlendirilmemeli, sonraki anlayışın öncesine katkı sağlayarak ilerlediği bir süreç olarak görülmelidir (Barca, 2009, s.35).

Stratejik yönetim kavramı işletme alanına hızlı bir şekilde girmiştir ve önemi her geçen gün artmaktadır. Her örgütün bir varoluş amacı vardır. Sürdürülebilirliğini devam ettirmek şüphesiz ki örgütlerin temel amacıdır. Örgütler bu temel amacın yanında farklı amaçları gerçekleştirmek için varlık gösterirler. Bu amaçların açık ve net bir şekilde tepe yönetimden en alt basamakta yer alan örgüt çalışanlarına kadar herkes tarafından bilinmesi ve benimsenmesi gerekir. Bu amaçların doğru bir şekilde tespit edilmesi ve gerçekleştirilmesi için izlenmesi gereken yolun belirlenmesi ve sonuçların takip edilmesi noktasında stratejik yönetim oldukça önemli bir tekniktir. Günümüzde globalleşme ile birlikte ortaya çıkan hızlı teknolojik değişim sonucunda talep ve beklentilerinde değişmesiyle artan rekabet ortamında stratejik yönetim örgütler için son derece önemli hale gelmiştir.

Stratejik yönetimin örgütler için önemi sağladığı avantajlardan kaynaklanmaktadır. Bu avantajları aşağıdaki gibi sıralayabiliriz (Çelik, 1994, s.29; Özgür, 2004, s.20; Dinçer, 1998, ss.36-38; DPT, 2006, ss.7-8; Cherunilam 2015, s.31):

- Ödül ve performans arasındaki ilişkiyi yönlendirir.
- Örgüt üst yönetiminin bir fonksiyonu olarak tüm örgüt geleceğini şekillendirir ve yol gösterir.
- Tehditlerin önüne geçilmesini ve fırsatların değerlendirilmesini sağlar.
- Örgüt açık bir sistem olarak etkileşim içinde bulunduğu diğer parçalarla birlikte değerlendirilir. Stratejik yönetim herhangi bir kararın tüm parçaları etkileyeceğini dikkate aldığından örgütle çevresi arasındaki etkileşimi yakından takip eder.

- Örgüt kaynaklarının öncelikli alanlara yönelmesini sağlayarak verimli bir şekilde kullanılmasını sağlar.
- Örgütte farklı birimler arasındaki koordinasyonu sağlayarak birimler arasındaki amaçlara göre farklı stratejiler oluşturulmasını sağlar.
- Toplumsal çıkarlar ile örgüt amaçları arasında uyumu gözetir, sosyal sorumluluk çerçevesinde hareket eder.
- Sonuçların planlanmasını içerir, sonuç odaklı ve gerçekçidir.
- Dinamiktir ve geleceği yönlendirir. Değişikliklerin istenilen yönde olması için çabalar, değişim sürekli takip edilir.
- Örgütün sorun çözme kapasitesini artırır, kaliteli bir şekilde yönetilmesine katkı sağlar, yöneticileri rutin işlerden kurtararak önemli konulara odaklanmalarını sağlar.
- Belirli bir şablon mevcut değildir. Her örgütün kendi yapı ve ihtiyaçlarına göre şekillendirilebilen esnek yapıdadır.
- Geleceğe yönelik uzun vadeli amaçları belirler. Bu amaçlara ulaşmak için yapılması gerekenleri belirler.
- Stratejik yönetim çerçevesinde ulaşılmak istenen amaçlar örgütteki en üst kademededen en alt kademeye kadar herkes için yol göstericidir.
- Bir örgütün rekabet ortamında daha etkin olmasını sağlar.
- Araştırmalar, stratejik yönetimin uygulandığı örgütlerin genel olarak diğerlerinden daha etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Örgütler uzun vadede sürdürülebilirliklerini sağlamak ve gelişmek için iç ve dış çevreleriyle fonksiyonel bir bağ oluşturmalıdır. İç çevre faktörleri aracılığıyla dış çevreye uyum sağlamak için çevresel koşulları iyi bilmelidir. Stratejik yönetim bu aşamada örgütlere temel ilkeleri sunmaktadır (Gürer, 2006, s.91). Stratejik yönetim örgütlere rakipleri karşısında üstünlük sağlayarak, sürdürülebilir gelişimlerine katkıda bulunur. İşletmenin uzun dönemli amaçları ve vizyonunu ifade eden stratejik yönetim, planlama süreci ile başlayan değerlendirme fonksiyonu ile yinelenen bir döngüdür. Değerlendirme fonksiyonu, örgütlerin ulaşmak istediği amaçlarla ulaşılan amaçların kıyaslamasını sağlayarak örgütün değişiklik ve gelişmelere uyum sağlamasında etkilidir. Stratejik yönetim süreklilik arz eden yapısıyla örgütlere dinamizm katmaktadır (Demir & Yılmaz, 2010, s.85). Stratejik yönetim örgütlerin ortaya çıkmış değişikliklere tepki göstermesinden daha fazlasını ifade etmektedir. Değişikliklere hazırlıklı olma ve onları kontrol altında tutabilme imkanı sunmaktadır. Örgütler stratejik yönetim sayesinde çevrelerinde meydana gelen değişikliklerde daha aktif konumda yer alabilmektedir. (Sobacı, 2008, s.110).

Stratejik yönetim süreci, üst kademelerden alt kademeye doğru ilerleyen bir yapıda gerçekleşir. Örgütün stratejik yönünü belirlemek tepe yöneticilerinin sorumluluğundadır. İç ve dış çevre faktörlerine yönelik bilgiler, bölüm yöneticisi ve diğer yönetici grubundakilerden elde edilir (Dinçer, 1998). Stratejik kararların alınması üst yönetimde olsa da iç hedef kitlede yer alan örgüt çalışanlarının stratejik amaçların gerçekleştirilmesindeki katkısı göz ardı edilmemelidir. Örgüt içi iletişimin

sağlıklı bir şekilde sürdürülmesi stratejik yönetim sürecini de olumlu etkilemektedir. Dalay'a göre stratejik yönetim süreci, örgütün geleceği ve performansı ile ilgili kararlar vererek bu kararları uygulamaktır. Alınan kararlar örgütün mükemmel olmasını sağlayabilir, sürdürülebilirliğine katkıda bulunabilir ya da işletmenin sonunu getirebilir (Dalay, 2013). Bu bağlamda değerlendirildiğinde stratejik yönetim süreci örgütler tarafından iyi yönetilmeli, örgüt lehine olacak şekilde hareket edilmeli, olumsuz sonuçlara yol açacak kararlardan ve uygulamalardan kaçınılmalıdır.

Stratejik yönetim süreci üç temel aşamadan oluşur. Bu aşamalar stratejilerin geliştirilmesi ve strateji planlama aşaması, stratejilerin uygulanması aşaması, uygulanan stratejilerin gözden geçirilmesi ve denetimi aşaması şeklinde sıralanmaktadır. Stratejilerin geliştirilmesi ve strateji planlama aşaması, stratejik yönetim sürecinin ilk aşamasıdır. Bu aşamada tepe yönetim tarafından örgütün iç ve dış çevresini değerlendirmek amacıyla SWOT analizi yapılır. Örgütün vizyon ve misyon bildirimleri oluşturularak ortak değerler ve amaçlar ortaya konur. Bu aşamada üzerinde durulması gereken konu, stratejik kararların alınması ve stratejilerin seçilmesidir (Aktan, 2008). Stratejik uygulama ve değerlendirme süreçlerine yön verir ve bu süreçlerin başarısı için sağlıklı bir stratejik planlama son derece önemlidir (Çelik, 1994, s.29). İkinci aşama olan stratejilerin uygulanması aşamasında, tepe yönetimin sorumluluğunda orta düzey yöneticilerle işbirliği içerisinde planlama aşamasında belirlenen stratejiler uygulanır. Son aşama olan uygulanan stratejilerin gözden geçirilmesi ve denetimi aşamasında da, gerçekleştirilen uygulamaların sonuçları gözden geçirilir, gerekli görülürse stratejik planlamada değişiklik yapılabilir (Aktan, 2008).

Stratejik yönetim araçları, belirsizlik ve risk ortamında örgütlere yol gösterir, iç ve dış çevre şartlarına göre hareket etmelerini sağlar (Akgemci & Güleş, 2010, s.6). Stratejik yönetim araçlarından yararlanmayan örgütler fırsat ve tehditlerin farkında olamayacaktır. Sorunların erken tespiti mümkün olmadığından örgütün kriz durumuyla karşılaşması ve ani çözümler ortaya koymak zorunda kalması kaçınılmaz hale gelmektedir (Acar, 2003, s.4). Çeşitli stratejik yönetim araç ve teknikleri bulunmaktadır. Aktan, stratejik yönetim araç ve tekniklerini swot analizi, portföy analizi, Q-sort analizi, senaryo analizi, arama konferansı, delphi tekniği, nominal grup, multivoting, açık grup, kalite çemberleri, fayda maliyet analizi, risk analizi şeklinde sıralamıştır (Aktan, 2008).

Literatür incelendiğinde Türkiye'de özellikle "stratejik yönetim" konusunda yazılmış tezleri inceleyen çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak "stratejik plan", "stratejik insan kaynakları yönetimi" ve "stratejik liderlik" konuları üzerine yazılmış tezleri inceleyen üç farklı çalışma bulunmaktadır. "Stratejik plan" konusundaki tezleri mercek altına aldığı "Stratejik Planlama Alanında Yapılan Lisansüstü Tezlerin İncelenmesi" isimli çalışmasında Aktan (2014), 2003-2014 yılları arasında stratejik planlama alanında yazılmış 150 lisansüstü tezi incelemiştir. Bu tezler yayım yılı, lisansüstü düzey, üniversite, enstitü, anabilim dalı, araştırmacının cinsiyeti,



danışmanın unvanı, yöntem, evren ve örneklem ve kullanılan veri toplama araçlarına göre değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda en fazla tez yazılan enstitü Sosyal Bilimler, araştırmalarda en fazla kullanılan yöntem nitel araştırma yöntemi, tez yazarlarının cinsiyetinin çoğunlukla erkek olduğu ve en fazla yüksek lisans düzeyinde tez yazıldığı tespit edilmiştir.

Bir diğer çalışma olan “Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Konusunda Yapılan Tezlerin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi” isimli makalesinde Acar (2018), ulusal yazında stratejik insan kaynakları yönetiminin ne yöne evrildiğini ortaya koyarak bu kavramın önemine dikkat çekmek istemiştir. Stratejik insan kaynakları yönetimi konusunda 1995-2018 yılları arasında yazılmış 37 adet lisansüstü tez üniversite, enstitü, anabilim dalı, yapım yılı, çalışmanın yapıldığı sektör, tez danışman unvanları, örneklem büyüklükleri, stratejik insan kaynakları yönetimi ile ilişkili konular ve yapılan analiz yöntemlerine göre incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre tezlerin çoğunun Türkçe yazıldığı, daha çok yüksek lisans düzeyinde tez yazıldığı, bu konudaki çalışmaların son yıllarda artış gösterdiği, tezlerde çoğunlukla örgütsel performans ve çalışan performansı üzerine çalışıldığı bilgisine ulaşılmıştır.

Son olarak Ertürk ve Gökçe'nin (2019) “Türkiye’de Stratejik Liderlik Alanında Hazırlanmış Lisansüstü Tezlerin İncelenmesi” isimli çalışması kapsamında ise 1998-2018 yılları arasında Türkiye’de stratejik liderlik konusunda hazırlanmış 40 adet tez üzerinde araştırma yapılmıştır. Bu tezler yayım yılı, üniversite, enstitü, anabilim dalı, tezin türü, çalışılan değişken türü, anahtar sözcük, ölçekler, yöntem ve araştırma sonuçlarına göre içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, 2013 yılından sonra stratejik liderlik konusunda yazılan tezlerde artış meydana geldiği, tezlerde çoğunlukla nicel araştırma yöntemi kullanıldığı ve uluslararası alanda kullanılan ölçeklerin tercih edildiği ortaya konmuştur. Konunun 33 farklı değişkenle ilişkilendirildiği, strateji, stratejik yönetim, liderlik, stratejik liderlik kavramlarının sıklıkla yer aldığı görülmüştür. Tezlerde bu konunun daha çok eğitim, sağlık ve özel sektörde ele alındığı sonucuna ulaşılmıştır.

## **STRATEJİK YÖNETİM KONUSUNDA YAZILMIŞ LİSANSÜSTÜ TEZLERİN İNCELENMESİ**

### **Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Araştırmanın amacı, stratejik yönetim konusunda 2010-2020 yılları arasında yazılan lisansüstü tezleri inceleyerek, bu tezlerin özelliklerini ortaya koymaktır. İçerik analizi kapsamında kategoriler bu amaca uygun olacak şekilde oluşturulmuştur. İçerik analizinde tüm araştırmalar için geçerli olan standartlaştırılmış gruplandırma sistemi bulunmamaktadır. Bu sebeple her araştırmanın kategori sistemi kendi analiz malzemelerinden oluşturulmalıdır. İçerik analizi kapsamında anlamsal olarak üzerinde anlaşılan bilgilerden kategori oluşturulurken üzerinde uzlaşılmayan bilgiler kategoriye dahil edilmez (Gökçe,

2006, s.58-59). Bu çerçevede stratejik yönetim konusunda yazılan tezler incelenerek eğitim düzeyi, yazıldıkları yıl, yazım dili, üniversite, enstitü, anabilim dalı, konu başlıkları, örneklem türü, örneklem sayısı, veri toplama aracı, geçerlilik ve güvenilirlik durumu, hipotez durumu ve araştırma yönteminin ne olduğu sorularına cevap aranmıştır ve bu özelliklere göre gruplandırılmıştır. Stratejik yönetim alanında yazılmış tezlerle ilgili detaylı bilgi verecek olan bu çalışmanın alana katkı sağlaması ve daha sonraki araştırmalara ışık tutması amaçlanmıştır. Stratejik yönetim kavramının güncelliğini koruması ve literatürde konuyla ilgili tezlerin incelendiği kapsamlı çalışmalara rastlanmaması araştırmanın önemini ortaya koymaktadır.

### **Araştırmanın Örnekleme ve Veri Toplama Yöntemi**

Araştırmanın evreni, stratejik yönetim konusunda yazılmış lisansüstü tezlerden oluşmaktadır. YÖK'ün ulusal tez merkezi sayfası aracılığıyla ilgili tezlere ulaşılmıştır. Gelişmiş arama kısmında aranacak kelimeye “stratejik yönetim” anahtar kelimesi yazılmış, tümü seçeneğiyle arama yapılmış ve 950 adet teze ulaşılmıştır. Hangi alanda yazıldığı ayırt edilmeksizin son 10 yıl içinde stratejik yönetim konusunda yazılan tezler çalışma kapsamında incelenmiştir. Son 10 yıl içinde yazılan tezlere ulaşabilmek için yıl kısmına 2010-2020 girilmiş ve tekrar arama yapılması sonucunda 558 adet teze ulaşılmıştır. Daha sonra izinli seçeneği seçilerek arama yapılmış ve 549 adet tezin izinli olduğu görülmüştür ve araştırmaya bu tezler ile devam edilmiştir. Örneklem 2010-2020 yılları arasında stratejik yönetim konusunda yazılmış ve YÖKTEZ' e yüklenmiş 549 lisansüstü tezdendir. Araştırmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, metinden çıkarılan geçerli yorumların bir dizi işlem sonucu ortaya konduğu bir araştırma tekniğidir. Bu yorumlar, mesajın göndereni, mesajın kendisi ve mesajın alıcısı hakkındadır (Weber, 1989, s.5). İçerik analizinde tarafsız olmak ve sistematik bilgi sunumu dikkat edilmesi gereken iki önemli konu olarak görülmektedir (Koçak & Arun, 2006, s.22). İçerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamaktır (Yıldırım & Şimşek, 2008, s.227). Bu çalışmada ilk olarak bir çerçeve oluşturularak, hangi bilgilerin hangi konu altında değerlendirileceği belirlenmiştir. Örnekleme dahil olan tezler incelendiğinde anlamlı sonuçlar elde edilebilecek şekilde alana katkı sağlayacağı düşünülen veriler çerçevesinde inceleme ölçütleri eğitim düzeyi, yazıldıkları yıl, yazım dili, üniversite, enstitü, anabilim dalı, konu başlıkları, örneklem türü, örneklem sayısı, veri toplama aracı, geçerlilik ve güvenilirlik durumu, hipotez durumu ve araştırma yöntemi olarak belirlenmiştir. Konulara göre gruplama yapılırken tez adı, özet ve içindekiler bölümlerinden yola çıkarak incelenen tezlerde daha çok örgütün faaliyet gösterdiği alana göre stratejik yönetim konusu üzerine çalışmalar yapıldığı görülmüştür. Bu açıdan örgütün faaliyet gösterdiği sektöre göre konu başlıkları oluşturulmuştur. İlk ve orta öğretim kurumlarıyla ilgili çalışmalar eğitim başlığı altında değerlendirilirken üniversitelere yönelik gerçekleştirilen çalışmaları ayrı gruplandırmanın daha uygun olacağı değerlendirilmiştir. Daha sonra bu konu başlıkları içinde yer alan tezler stratejik yönetimle ilişkili hangi konuyu ele aldığına

göre alt konu başlıklarına göre gruplandırılmıştır. Daha sonra belirlenen kategorilere göre tezler incelenerek veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler sayısallaştırılarak frekans ve yüzde olarak gösterilmiş ve yorumlanmıştır.

## BULGULAR

### Tezlerin İzin Durumu, Eğitim Düzeyi, Yazıldığı Yıl ve Yazım Dili

İçerik analizinin ilk aşamasında tezlerin izin durumları, hangi eğitim düzeyinde yazıldığı, tezlerin yıllara göre dağılımları ve yazım dili incelenerek veriler Tablo 1’de özetlenmiştir.

**Tablo 1:** Tezlerin İzin Durumu, Eğitim Düzeyi, Yazım Dili ve Yazıldığı Yıla Göre Analizi

İzin Durumu	Frekans	(%)	Yazıldığı Yıl	Frekans	(%)
İzinli	549	98,39	2010	59	10,75
İzinsiz	9	1,61	2011	43	7,83
<b>Toplam</b>	<b>558</b>	<b>100</b>	2012	24	4,37
Eğitim Düzeyi	Frekans	(%)	2013	50	9,11
Yüksek Lisans	388	70,67	2014	47	8,56
Doktora	160	29,15	2015	45	8,20
Tıpta Uzmanlık	1	0,18	2016	57	10,38
<b>Toplam</b>	<b>549</b>	<b>100</b>	2017	52	9,47
Yazım Dili	Frekans	(%)	2018	62	11,30
Türkçe	512	93,26	2019	81	14,75
İngilizce	37	6,74	2020	29	5,28
<b>Toplam</b>	<b>549</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>549</b>	<b>100</b>

Tablodaki verilere bakıldığında 558 adet tezdten 549’una erişim izni varken 9 teze yazarı tarafından erişim izni verilmemiştir. İzinsiz tezler araştırmaya dahil edilmemiş, 549 tez ile araştırmaya devam edilmiştir. Yapılan inceleme toplam 549 tezdten 388 adet tezin yüksek lisans düzeyinde, 160 adet tezin doktora düzeyinde ve 1 adet tezinde tıpta uzmanlık düzeyinde hazırlanmış olduğunu göstermektedir. Stratejik yönetim konusunda en fazla yüksek lisans düzeyinde tez hazırlandığı tespit edilmiştir. Tezlerin yıllara göre dağılımı incelendiğinde tez sayılarının düzenli bir artış ve azalış göstermediği görülmektedir. Stratejik yönetim konusunda en az tezin 2012 yılında yazıldığı (24 tez); en çok tezin ise 2019 yılında (81 tez) yazıldığı bilgisine ulaşılmıştır. 2020 yılına ait tezlerin henüz sisteme yüklenmemiş olabileceğinden dolayı tez sayısının düşük çıktığı düşünülmektedir. Bu durum göz önünde bulundurulduğunda yıllar arasında tez sayılarında dalgalanmalar görülse de son yıllarda yazılan tez sayısında bir miktar artış olduğu söylenebilir. Tezlerin yazıldığı dillere göre dağılımı incelendiğinde 512 adet tezin Türkçe, 37 adet tezin ise İngilizce yazıldığı görülmektedir. Türkçe yazılan tezler %93,26 gibi büyük bir oranla çoğunluktadır.

### Tezlerin Üniversitelere, Enstitülere ve Anabilim Dallarına Göre Analizi

Araştırmanın bu bölümünde tezlerin yazıldığı üniversite, enstitü ve anabilim dalına göre dağılımları incelenmiş ve sonuçlar Tablo 2, Tablo 3, Tablo 4 ve Tablo 5’te özetlenmiştir.

**Tezlerin üniversitelere göre analizi****Tablo 2:** Tezlerin Üniversitelere Göre Analizi

Üniversite	F	(%)	Üniversite	F	(%)
Gazi Üni.	29	5,28	Maltepe Üni.	10	1,82
Marmara Üni.	25	4,55	Türk Hava Kurumu Üni.	10	1,82
İstanbul Teknik Üni.	21	3,83	Dumlupınar Üni.	9	1,64
Sakarya Üni.	21	3,83	İstanbul Ticaret Üni.	9	1,64
Beykent Üni.	20	3,64	Atatürk Üni.	7	1,28
Bahçeşehir Üni.	18	3,28	Düzce Üni.	7	1,28
İstanbul Üni.	17	3,10	İnönü Üni.	7	1,28
Dokuz Eylül Üni.	16	2,91	Okan Üni.	7	1,28
Süleyman Demirel Üni.	14	2,55	Gaziosmanpaşa Üni.	6	1,09
Gebze Teknik Üni.	13	2,37	İstanbul Arel Üni.	6	1,09
Selçuk Üni.	13	2,37	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üni.	6	1,09
Akdeniz Üni.	11	2,00	Karabük Üni.	6	1,09
Haliç Üni.	10	1,82	Karamanoğlu Mehmetbey Üni.	6	1,09
İstanbul Aydın Üni.	10	1,82	Diğer	205	37,34
İstanbul Gelişim Üni.	10	1,82	<b>Toplam</b>	<b>549</b>	<b>100</b>

Tablo 2 tezlerin üniversitelere göre dağılımını göstermektedir. Stratejik yönetim konusunda en fazla tez yazılan üniversite 29 adet ve % 5,28'lik oran ile Gazi Üniversitesidir. Gazi Üniversitesinden sonra sırasıyla en fazla tez yazılan üniversitelerin Marmara Üniversitesi (% 4,55), İstanbul Teknik Üniversitesi (%3,83), Sakarya Üniversitesi (%3,83) ve Beykent Üniversitesi (%3,64) olduğu görülmektedir. Stratejik yönetim konusunda en fazla tez yazılan üniversitenin bir devlet üniversitesi olduğu da ulaşılan bir diğer veridir. Vakıf üniversiteleri arasında da en çok tez yazılan üniversite Beykent Üniversitesidir. 5 ve daha az sayıda tez yazılan üniversiteler tabloda diğer seçeneğiyle gösterilmiştir. Bu kategoride toplam 85 adet üniversite bulunmaktadır. 5 adet tez yazılan üniversite sayısı 13 addettir. Bu üniversitelerin Anadolu Üniversitesi, Ankara Üniversitesi, Atılım Üniversitesi, Cumhuriyet Üniversitesi, İstanbul Okan Üniversitesi, Kara Harp Okulu Komutanlığı, Kastamonu Üniversitesi, Kırıkkale Üniversitesi, Kocaeli Üniversitesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Trakya Üniversitesi, Uludağ Üniversitesi, Yeditepe Üniversitesi olduğu belirlenmiştir. 4 adet tez yazılan üniversite sayısı 8'dir. Bunlar: Yaşar Üniversitesi, Başkent Üniversitesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Erciyes Üniversitesi, Polis Akademisi, Uşak Üniversitesi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi'dir. 3 adet tez yazılan üniversite sayısı ise 12'dir. Bu üniversiteler Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Adnan Menderes Üniversitesi, Bingöl Üniversitesi, Çağ Üniversitesi, Gaziantep Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi, Harp Akademileri Komutanlığı, KTO Karatay Üniversitesi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Pamukkale Üniversitesi, Zirve Üniversitesi'dir. 2 adet tez yazılan üniversite sayısı ise 20'dir. Bu üniversitelerin İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Aksaray Üniversitesi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Avrasya Üniversitesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Balıkesir Üniversitesi, Ege Üniversitesi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Hitit Üniversitesi, Işık Üniversitesi, İstanbul Kültür Üniversitesi, Koç Üniversitesi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Mimar Sinan Güzel

Sanatlar Üniversitesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Nişantaşı Üniversitesi, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Ufuk Üniversitesi olduğu tespit edilmiştir. 32 adet üniversitede ise stratejik yönetim konusunda yazılan tez sayısı 1 adettir. Bu üniversitelerin isimleri de şu şekildedir: İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Altınbaş Üniversitesi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Bartın Üniversitesi, Bayburt Üniversitesi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Celal Bayar Üniversitesi, Çankırı Karatekin Üniversitesi, Çukurova Üniversitesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir Teknik Üniversitesi, Fatih Üniversitesi, Fırat Üniversitesi, Galatasaray Üniversitesi, GATA, Gedik Üniversitesi, Giresun Üniversitesi, Harran Üniversitesi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İstanbul Rumeli Üniversitesi, İstanbul Şehir Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Süleyman Şah Üniversitesi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Yurtdışı Üniversiteler, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi'dir.

### **Tezlerin üniversite türüne göre analizi**

**Tablo 3:** Tezlerin Üniversite Türüne Göre Analizi

Üniversite Türü	Frekans	Yüzde (%)
Devlet	402	73,23
Vakıf	147	26,77
<b>Toplam</b>	<b>549</b>	<b>100</b>

Tablo 3 incelendiğinde stratejik yönetim konusunda % 73,23 oranında devlet üniversitelerinde % 26,77 oranında da vakıf üniversitelerinde tez yazıldığı görülmüştür.

### **Tezlerin enstitülere göre analizi**

**Tablo 4:** Tezlerin Enstitülere Göre Analizi

Enstitü Adı	Frekans	Yüzde (%)
Sosyal Bilimler Enstitüsü	452	82,33
Fen Bilimleri Enstitüsü	42	7,65
Eğitim Bilimleri Enstitüsü	12	2,18
İşletme Enstitüsü	9	1,63
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü	9	1,63
Sağlık Bilimleri Enstitüsü	9	1,63
Savunma Bilimleri Enstitüsü	5	0,91
Güvenlik Bilimleri Enstitüsü	4	0,73
Stratejik Araştırmalar Enstitüsü	3	0,55
Türkiyat Araştırmaları Bilimleri Enstitüsü	1	0,19
Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü	1	0,19
Yurtdışı Enstitüsü (Erasmus)	1	0,19
Dış Ticaret Enstitüsü	1	0,19
<b>Toplam</b>	<b>549</b>	<b>100</b>

Tablo 4’te stratejik yönetim konusunda yazılan tezlerin enstitülere göre dağılımı verilmiştir. Tabloyu incelediğimizde bu konuda en fazla % 82,33 oran ve 452 adetle Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde tez yazıldığı görülmektedir. En az tez yazılan enstitüler de % 0,19 oran ve 1 adet olmak üzere Türkiyat Araştırmaları Bilimleri Enstitüsü, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, Yurtdışı Enstitüsü (Erasmus) ve Dış Ticaret Enstitüsüdür.

### Tezlerin anabilim dallarına göre analizi

**Tablo 5:** Tezlerin Anabilim Dallarına Göre Analizi

Anabilim Dalı	F	%	Anabilim Dalı	F	%
İşletme	317	57,74	Uluslararası Ticaret Hukuku ve AB	2	0,36
Kamu Yönetimi	30	5,46	Bilgi ve Belge Yön.	2	0,36
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik	25	4,55	Yönetim Bilimleri	2	0,36
Endüstri Mühendisliği	16	2,91	Yönetim Bilişim Sistemleri	2	0,36
Siyaset Bilimi ve Kamu Yön.	12	2,18	İletişim Bilimleri	1	0,19
Eğitim Bilimleri	11	2,00	Tekstil Eğitimi	1	0,19
Sağlık Kurumları İşletmeciliği	10	1,81	Elektrik Elektronik Mühendisliği	1	0,19
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	9	1,63	Rekreasyon Yönetimi	1	0,19
Maliye	7	1,27	Nano Bilim ve Nano Mühendislik	1	0,19
İnşaat Mühendisliği	6	1,08	Uluslararası Ticaret ve Lojistik Yönetimi	1	0,19
Strateji Bilimi	5	0,91	Deniz Ulaştırma Mühendisliği	1	0,19
İktisat	5	0,91	Yapı Mühendisliği	1	0,19
Eğitim Yönetimi ve Denetimi	5	0,91	Turizm	1	0,19
Yönetim ve Organizasyon	5	0,91	Peyzaj Mimarlığı	1	0,19
Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler	5	0,91	Kentsel Sistemler ve Ulaştırma Yönetimi	1	0,19
Güvenlik Stratejileri ve Yönetimi	4	0,72	Bankacılık	1	0,19
Savunma Yönetimi	4	0,72	Ulaştırma ve Lojistik	1	0,19
Beden Eğitimi ve Spor Yön.	4	0,72	Askeri Sağlık Hiz.	1	0,19
Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri	4	0,72	Toplam Kalite Yön.	1	0,19
Sağlık Yönetimi	4	0,72	Avrupa Çalışmaları	1	0,19
İnsan Kaynakları Yön.	4	0,72	İnsan Hakları	1	0,19
Mimarlık	3	0,54	Tedarik Zinciri Yön. ve Lojistik Yön.	1	0,19
Uluslar Arası İlişkiler	3	0,54	Mühendislik Sist. Mod. ve Tasarımı	1	0,19
İşletme Mühendisliği	3	0,54	Uluslararası Ticaret	1	0,19
Endüstri Ürünleri Tasarımı	3	0,54	Siyaset Bilimi ve Ekonomi	1	0,19
Muhasebe Denetim	3	0,54	Sigortacılık	1	0,19
Teknoloji Yönetimi	3	0,54	Makine Mühendisliği	1	0,19
Sivil Havacılık Yönetimi	3	0,54	Kamu Hukuku	1	0,19
Orman Mühendisliği	2	0,36	<b>Toplam</b>	<b>549</b>	<b>100</b>
Denizcilik İşletmeleri Yönetimi	2	0,36			

Daha sonra stratejik yönetim konusunda yazılan tezler anabilim dallarına göre incelenmiştir. Toplam 58 farklı anabilim dalında bu konuda tez yazılmıştır. En çok tez yazılan anabilim dalının 317 adet ve %57,74 oranla İşletme Anabilim Dalı olduğu görülmektedir (Tablo 5).

### Tezlerin Konu Başlıklarına Göre Analizi

Araştırmanın bu bölümünde tezler konu başlıklarına göre sınıflandırılmıştır. Tablo 6’da tezler konu başlıkları içinde alt konu başlıklarına göre de incelenmiştir. Tablo 7’de alt konu başlıklarının toplam tezler içindeki dağılımı genel olarak değerlendirilmiştir.

#### Tezlerin konu başlıkları ve konu başlıkları içinde alt konu başlıklarının analizi

İlk aşamada ana konu başlıkları belirlenip daha sonra alt konu başlıklarının dağılımları incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 6’da derlenmiştir.

**Tablo 6:** Tezlerin Konu Başlıklarına Göre Analizi

Konu Başlıkları	F	%	Konu Başlıkları	F	%
<b>İşletmelerde Stratejik Yönetim</b>			<b>Üniversitelerde Stratejik Yönetim</b>		
Str. Yön. İşletme/Çalışan Performansına Etkisi	46	16,54	Str. Yön. İşletme/Çalışan Performansına Etkisi	5	20,825
Str.Yön. Uygulamaları	34	12,23	Str. Planlama	5	20,825
Str. Yönetim Biçimi	28	10,07	Str. Yönetim Biçimi	3	12,5
Str. İnsan Kaynakları Yön.	26	9,35	Str. Yönetim Süreci	3	12,5
Str. Yönetim Süreci	15	5,40	Str.Yön. Uygulamaları	3	12,5
Str. Yönetim Araçları	14	5,03	Str. Yön. Uygul. Sür. Karşılaşılan Sorunlar	1	4,17
Str. Maliyet Yönetimi	13	4,67	Str. Yönetim Dersinin Nitelikleri	1	4,17
Str. Yönetime İlişkin Yönetici/Çalışan Algısı	13	4,67	Str. Liderlik	1	4,17
Str. Yönetimin Rolü	11	3,96	Model Önerisi/Analizi	1	4,17
Str. Yönetimin Sürdürülebilirliğe Etkisi	11	3,96	Str. İnsan Kaynakları Yön.	1	4,17
Halkla İlişkiler ve Str. Yönetim	10	3,60	<b>Toplam</b>	<b>24</b>	<b>100</b>
Str. Karar Alma Süreci	10	3,60			
Model Önerisi/Analizi	10	3,60	<b>Kamu Kurumlarında Str. Yönetim</b>		
Str. Marka Yönetimi	8	2,88	Str. Yön. Uygulamaları	11	50
Str. Liderlik	7	2,52	Str. Planlama	4	18,18
Str. Planlama	6	2,16	Model Önerisi/analizi	2	9,09
Str. Planlama Yaklaşımı	6	2,16	Str. Yön. İlişkin Yönetici/Çalışan Algısı	2	9,09
Str. Yön. Avantajları	5	1,80	Str. Yönetimin Rolü	2	9,09
Str. Yön. Uygul. Sürecinde Karşılaşılan Sorunlar	3	1,08	Str. Karar Alma Süreci	1	4,55
Str. Yönetimin Önemi	2	0,72	<b>Toplam</b>	<b>22</b>	<b>100</b>
<b>Toplam</b>	<b>278</b>	<b>100</b>			
<b>Belediyelerde Str. Yönetim</b>			<b>Ulaşım Sektöründe Str. Yönetim</b>		
Str. Planlama	23	42,59	Str. Yön. Uygulamaları	6	37,5
Str. Yön. Uygul. Sürecinde Karşılaşılan Sorunlar	5	9,26	Str. Planlama Yaklaşımı	3	18,75
Str. Yön. Uygulamaları	5	9,26	Str. Yönetim Biçimi	2	12,5
Str. Yönetimin Rolü	5	9,26	Performans Yönetimi	2	12,5
Model Önerisi/Analizi	4	7,41	Str. Yönetimin Rolü	1	6,25
Str. Planlama Yaklaşımı	3	5,56	Str. İnsan Kaynakları Yönetimi	1	6,25
Str. Kent Yönetimi	3	5,56	Str. Maliyet Yönetimi	1	6,25
Str. Yön. İşletme/Çalışan Performansına Etkisi	2	3,70	<b>Toplam</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

Str. Yönetim Araçları	2	3,70			
Str. Yönetim Süreci	1	1,85	<b>Aile Şirketlerinde Str. Yönetim</b>		
Str. Liderlik	1	1,85	Str. Yön. İşletme/Çalışan Performansına Etkisi	4	33,34
<b>Toplam</b>	<b>54</b>	<b>100</b>	Kurumsallaşma ve Str. Yönetim	3	25
<b>Sağlık Kurumlarında Str. Yönetim</b>			Str. Yönetimin Rolü	2	16,67
Str. Yön. Uygulamaları	7	17,95	Str. İnsan Kaynakları Yönetimi	1	8,33
Str. Yön. İşletme/Çalışan Performansına Etkisi	6	15,38	Str. Yön. İlişkin Yönetici/Çalışan Algısı	1	8,33
Str. Yönetim Araçları	5	12,82	Str. Yönetim Süreci	1	8,33
Str. Yönetim Süreci	5	12,82	<b>Toplam</b>	<b>12</b>	<b>100</b>
Str. Maliyet Yönetimi	4	10,26			
Str. Liderlik	3	7,70	<b>Bankacılık Sektöründe Str. Yönetim</b>		
Str. Yönetime İlişkin Yönetici/Çalışan Algısı	3	7,70	Str. Yön. Uygulamaları	3	37,5
Model Önerisi/Analizi	2	5,13	Str. Yön. İşletme/Çalışan Performansına Etkisi	3	37,5
Str. Yön. Avantajları	1	2,56	Performans Yönetimi	1	12,5
Str. Planlama	1	2,56	Str. Liderlik	1	12,5
Str. İnsan Kaynakları Yön.	1	2,56	<b>Toplam</b>	<b>8</b>	<b>100</b>
Str. Yön. Uygul. Sürecinde Karşılaşılan Sorunlar	1	2,56			
<b>Toplam</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>Kamu Mali Yönetiminde Str. Yön.</b>		
<b>Eğitim Kurumlarında Str. Yönetim</b>			Str. Maliyet Yönetimi	4	80
Müdürlerin/Öğretmenlerin Str. Yönetim Algıları	11	34,37	Performans Yönetimi	1	20
Str. Liderlik	7	21,88	<b>Toplam</b>	<b>5</b>	<b>100</b>
Str. Planlama	4	12,5			
Str. Karar Alma Süreci	3	9,37	<b>Spor İşletmelerinde Str. Yönetim</b>		
Str. Yön. Uygulamaları	3	9,37	Str. Yön. Uygulamaları	3	75
Str. Yön. Uygul. Sürecinde Karşılaşılan Sorunlar	2	6,25	Str. Planlama	1	25
Str. İnsan Kaynakları Yön.	1	3,13	<b>Toplam</b>	<b>4</b>	<b>100</b>
Str. Yön. İşletme/Çalışan Performansına Etkisi	1	3,13			
<b>Toplam</b>	<b>32</b>	<b>100</b>	<b>Emniyet Gen. Müdür. Str. Yönetim</b>		
<b>Konaklama İşl. Str. Yönetim</b>			Str. Planlama	1	100
Str. Yön. İşletme/Çalışan Performansına Etkisi	6	20,69	<b>Toplam</b>	<b>1</b>	<b>100</b>
Str. Yönetim Süreci	5	17,24			
Str. Yönetim Araçları	4	13,79	Diğer	25	100
Model Önerisi/Analizi	4	13,79	<b>Genel Toplam</b>	<b>549</b>	<b>100</b>
Str. Maliyet Yönetimi	3	10,34			
Str. Yön. İlişkin Yönetici/Çalışan Algısı	2	6,90			
Str. Yönetimin Rolü	2	6,90			
Str. Yönetim Biçimi	1	3,45			
Str. Planlama Yaklaşımı	1	3,45			
Str. Yön. Uygulamaları	1	3,45			
<b>Toplam</b>	<b>29</b>	<b>100</b>			



Tablo 6' da stratejik yönetim konusunda yazılan tezler ana ve alt konu başlıklarına göre sınıflandırılmıştır. Ana konu başlıklarına göre bakıldığında 278 adet ile en fazla işletmelerde stratejik yönetim konusunda lisansüstü tez yazıldığı görülmüştür. İşletmelerde stratejik yönetim konusunun alt konu başlıklarının dağılımında ise 46 adet tez ile en fazla stratejik yönetimin işletme/çalışan performansına etkisi konusunda tez yazıldığı görülmektedir. Daha sonra en fazla tez yazılan konuların sırasıyla stratejik yönetim uygulamaları, stratejik yönetim biçimi ve stratejik insan kaynakları yönetimi olduğu tespit edilmiştir. Belediyelerde stratejik yönetim konusu en fazla tez yazılan ikinci konudur. Toplamda bu ana konu başlığında 54 adet lisansüstü tez yazılmıştır. Tablo 6, 23 adet tezle en çok stratejik planlama alt konusunda tez yazıldığı sonucunu göstermektedir. Sağlık kurumlarında stratejik yönetim konusunda 39 adet tez yazılmıştır. Alt konu başlığına bakıldığında en çok 7 adet tezle stratejik yönetim uygulamaları konusunda tez yazıldığı görülmektedir. Bu konu başlığının altında ikinci olarak en fazla tez yazılan alt konu başlığı 6 adet tezle stratejik yönetimin işletme/çalışan performansına etkisi hakkında olduğu tespit edilmiştir. Eğitim kurumlarında stratejik yönetim konu başlığında toplamda 32 adet lisansüstü tez yazılmıştır. Alt konu başlıklarına göre de 11 adet tezle en çok müdürlerin/öğretmenlerin stratejik yönetim algıları konusunda tez yazıldığı görülmektedir. Konaklama işletmelerinde stratejik yönetim konusunda 29 adet tez yazılmıştır. Alt konu başlıklarına göre en fazla 6 adet tezle stratejik yönetimin kurum/çalışan performansına etkisi konusunda yazıldığı, bu konuyu sırasıyla stratejik planlama süreci (5 adet), stratejik yönetim araçları (4 adet) ve model önerisi/analizi (4 adet) konularının takip ettiği görülmektedir. Üniversitelerde stratejik yönetim konusunda 24 adet tez yazılmıştır. Bu konunun alt konu başlıkları incelendiğinde en çok stratejik yönetimin kurum/çalışan performansına etkisi ve stratejik planlama konularında (5 adet) tez yazıldığı görülmüştür. Kamu kurumlarında stratejik yönetim konusunda toplamda 22 adet tez yazılmıştır. En fazla tez yazılan alt konu başlığı stratejik yönetim uygulamalarıdır. Bu konuda toplamda 11 adet tez yazılmıştır. Ulaşım sektöründe stratejik yönetim konusunda 16 adet tez yazılmıştır. Bu alanda 6 adet tezle en fazla ele alınan konunun stratejik yönetim uygulamaları olduğu görülmektedir. Aile şirketlerinde stratejik yönetim konusunda 12 adet lisansüstü tez bulunmaktadır. Stratejik yönetimin kurum/çalışan performansına etkisi alt konusunda 4 adet tez yazılmıştır. Bu konunun aile şirketleri konu başlığının altında en fazla tez yazılan alt konu olduğu görülmektedir. Bankacılık sektöründe stratejik yönetim konusunda 8 adet tez bulunmaktadır. Bu konunun alt konu başlıklarına bakıldığında 3 adet tezle en çok tez yazılan konu stratejik yönetim uygulamalarıdır. Kamu mali yönetiminde stratejik yönetim konusunda da toplamda 5 adet tez yazıldığı görülmektedir. Tezlerin alt konu başlıklarına göre dağılımları incelendiğinde stratejik maliyet yönetimi konusunda 4 adet, performans yönetimi konusunda da 1 adet tez yazıldığı tespit edilmiştir. Tez konularından biri de spor işletmelerinde stratejik yönetimdir ve bu konuda toplam 4 adet tez yazılmıştır. 3 adet tezin stratejik yönetim uygulamaları; 1 adet tezinde stratejik planlama alt konu başlığında yazılmış olduğu tespit edilmiştir. Emniyet

genel müdürlüğünde stratejik yönetim konusunda da 1 adet tez yazıldığı görülmektedir.

### Tezlerin alt konu başlıklarına göre analizi

**Tablo 7:** Tezlerin Alt Konu Başlıklarına Göre Analizi

Alt Konu Başlıkları	Frekans	%
Str. Yönetim Uygulamaları	76	13,84
Str. Yön. İşletme/Çalışan Performansına Etkisi	73	13,30
Str. Planlama	45	8,20
Str. Yönetim Biçimi	34	6,19
Str. İnsan Kaynakları Yönetimi	31	5,65
Str. Yönetim Süreci	30	5,46
Str. Yönetim Araçları	25	4,55
Str. Maliyet Yönetimi	25	4,55
Str. Yönetimin Rolü	23	4,19
Model Önerisi/Analizi	23	4,19
Str. Yön. İlişkin Yönetici/Çalışan Algısı	21	3,82
Str. Liderlik	20	3,64
Str. Karar Alma Süreci	14	2,55
Str. Planlama Yaklaşımı	13	2,37
Str. Yön. Uygul. Sürecinde Karşılaşılan Sorunlar	12	2,19
Str. Yönetimin Sürdürülebilirliğe Etkisi	11	2,00
Müdürlerin/Öğretmenlerin Str. Yönetim Algıları	11	2,00
Halkla İlişkiler ve Str. Yönetim	10	1,82
Str. Marka Yönetimi	8	1,46
Str. Yönetimin Avantajları	6	1,10
Performans Yönetimi	4	0,73
Str. Kent Yönetimi	3	0,55
Kurumsallaşma ve Str. Yönetim	3	0,55
Stratejik Yönetimin Önemi	2	0,36
Str. Yönetim Dersinin Nitelikleri	1	0,19
Diğer	25	4,55
<b>Toplam</b>	<b>549</b>	<b>100</b>

Tablo 7’de tezlerin alt konu başlıklarına göre toplam tezler içindeki dağılımına yer verilmiştir. Tablodaki veriler incelendiğinde stratejik yönetim uygulamaları 76 adet ve %13,84 oranla en fazla çalışılan alt konu olmuştur. Bunu 73 adet ve % 13,30 oranla stratejik yönetimin işletme/çalışan performansına etkisi takip etmiştir. Üçüncü sırada ise stratejik planlamanın (45 adet) yer aldığı görülmektedir.

### Tezlerin Araştırma Yöntemlerine Göre Analizi

Araştırmanın bu bölümünde yazılmış olan tezler araştırma yöntemine göre detaylı bir şekilde incelenmiştir. Bu başlık altında, değerlendirilen tüm tezler örneklem sayısı, örneklem türü, araştırma yöntemi, veri toplam yöntemi, hipotez durumu, güvenilirlik ve geçerlilik dağılımları da göz önüne alınarak analiz edilmiştir. Veriler Tablo 8’de bir araya getirilmiştir.

**Tablo 8:** Tezlerin Araştırma Yöntemine Göre Analizi

Örneklem Sayısı	F	%	Araştırma Yöntemi	F	%
1-100	310	56,46	Nitel	256	46,63
101-200	95	17,30	Nicel	256	46,63
201-300	54	9,84	Nitel + Nicel	9	1,64

301-400	27	4,92	Literatür Taraması	28	5,10
401-500	18	3,28	<b>Toplam</b>	<b>549</b>	<b>100</b>
501 ve üstü	17	3,10			
Örneklem Yok	28	5,10	<b>Veri Toplama Yöntemi</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>Toplam</b>	<b>549</b>	<b>100</b>	Yüz Yüze Anket	230	41,89
<b>Örneklem Türü</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	İçerik Analizi	130	23,67
<b>Yönetici</b>			Görüşme	58	10,56
Kurum/İşletme Yöneticileri	108	66,66	Örnek Olay Analizi	34	6,19
Hastane Yöneticileri	20	12,35	Online Anket	18	3,28
Otel Yöneticileri	15	9,26	Anket + Görüşme	9	1,64
Yerel Yönetimdeki Yöneticiler	11	6,79	Online Anket + Yüz Yüze Anket	8	1,46
Banka Yöneticileri	4	2,47	Karşılaştırmalı Analiz	8	1,46
Spor Kulübü Yöneticileri	4	2,47	Swot Analizi	7	1,27
<b>Toplam</b>	<b>162</b>	<b>100</b>	Görüşme + İçerik Analizi	5	0,91
<b>Personel</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	Örnek Olay + Görüşme	4	0,73
Kurum/İşletme Çalışanları	72	62,61	Odak Grup Görüşmesi	3	0,54
Belediye Personelleri	11	9,56	Delphi Tekniği	3	0,54
Üniversite Personelleri (Memur)	8	6,96	Gözlem	1	0,19
Ulaşım Sektörü Çalışanları	7	6,08	Benchmarking	1	0,19
Otel Personelleri	6	5,22	Bibliyometrik analiz	1	0,19
Sağlık Çalışanları	5	4,35	Oran Analizi	1	0,19
Banka Personelleri	3	2,61	Yok	28	5,10
Emniyet Mensubu Çalışanları	3	2,61	<b>Toplam</b>	<b>549</b>	<b>100</b>
<b>Toplam</b>	<b>115</b>	<b>100</b>			
<b>Eğitimciler</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>Hipotez Durumu</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Öğretmenler	17	45,95	Var	224	40,80
Akademisyenler	9	24,32	Yok	239	43,54
Okul Müdürleri	6	16,22	Soru	86	15,66
Milli Eğitim Müdürleri	5	13,51	<b>Toplam</b>	<b>549</b>	<b>100</b>
<b>Toplam</b>	<b>37</b>	<b>100</b>			
<b>Diğer Örneklem Türleri</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>Güvenilirlik</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Kurum Dokümanları /Raporlar/Uygulamalar	169	71,92	Var	207	37,70
Personel + Yönetici	21	8,94	Yok	342	62,30
Vatandaşlar	6	2,56	<b>Toplam</b>	<b>549</b>	<b>100</b>
Öğrenciler	5	2,12			
Müşteriler	5	2,12	<b>Geçerlilik</b>	<b>F</b>	<b>(%)</b>
Personel + Yönetici + Vatandaş	1	0,43	Var	146	26,60
Belirtilmemiş/Yok	28	11,91	Yok	403	73,40
<b>Toplam</b>	<b>235</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>549</b>	<b>100</b>
<b>Genel Toplam</b>	<b>549</b>	<b>100</b>			

Tablo 8’de yer alan tezlerin örneklem sayısına göre dağılımına bakıldığında, 310 adet ve 56,46 gibi yüksek bir oranla en fazla 1-100 arası örneklem kullanıldığı görülmektedir. 101-200 arası kullanılan örneklem 95 olduğu görülürken, 501 ve üstünde örneklem kullanılan tez sayısı ise 17 adettir. 28 adet tezde ise örneklem bulunmamaktadır. Lisansüstü tezlerde yer alan örneklem türleri de araştırmamız kapsamında incelenmiştir. Örneklem türlerinin bazıları kendi içinde alt gruplara ayrılmıştır. Genel olarak tezlerde yer alan örneklem türleri yöneticiler, personeller, eğitimciler, vatandaşlar, öğrenciler, müşteriler ve kurum dokümanları olarak tespit edilmiştir. Lisansüstü tezlerde en fazla yer alan örneklem türünün kurum dokümanları/raporlar/uygulamalar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İçerik analizi yönteminin çok sayıda tezde kullanılmış olmasının bu örneklem türünün fazla

olmasında etkili olduğu görülmüştür. İkinci olarak en fazla kullanılan örneklem türünün 162 adetle yöneticiler olduğu tespit edilmiştir. Tezlerin araştırma yöntemlerine göre dağılımları incelendiğinde nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin ayrı ayrı 256 adet tezde eşit sayıda kullanıldığı görülmüştür. Nitel ve nicel yöntemlerin birlikte kullanıldığı tez sayısı ise 9'dur. 28 adet tezde ise literatür taraması yapılmış olduğu görülmektedir. Çalışmalarda 230 adet ve % 41,89 oranla en fazla yüz yüze anket yönteminin kullanıldığı görülmektedir. Yüz yüze anketten sonra en çok kullanılan yöntemlerin sırasıyla içerik analizi (130 adet), görüşme (58 adet) ve örnek olay analizi (34 adet) olduğu görülmektedir. 28 adet tezde herhangi bir veri toplama yönteminin kullanılmadığı görülmüştür. 224 adet tezde hipotez kullanılırken 239 adet tezde hipotez bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. 86 adet tezde ise araştırma sorusuna yer verilmiştir. Tezler güvenilirlik bakımından da incelenmiştir. Tablo 8'e baktığımızda 207 adet tezde güvenilirlik analizine yer verilirken, 342 adet tezde güvenilirlikten bahsedilmemiş olduğu görülmektedir. Son olarak tezler geçerlilik bakımından incelenmiştir. 403 gibi yüksek sayıdaki tezde geçerliliğe yer verilmemiştir. 146 adet tezde ise geçerliliğe yer verilmiştir.

### **Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi**

Bu çalışmada, örgütler için önemi her geçen gün artan bir yönetim tekniği olan stratejik yönetim konusunda 2010-2020 yılları arasında yazılmış ve çalışmanın gerçekleştirildiği 2020 Aralık ayı itibarıyla sisteme yüklenmiş ve erişime açık olan 549 adet lisansüstü tez taranmıştır. İçerik analizi ile elde edilen veriler sayısallaştırılarak frekans ve yüzde olarak değerlendirilmiştir.

Araştırma sonucunda elde edilen verilere göre 549 adet lisansüstü tezdən 388 adet tez yüksek lisans düzeyinde, 160 adet tez doktora düzeyinde ve 1 adet tezinde tıpta uzmanlık düzeyinde yazıldığı tespit edilmiştir. Stratejik yönetim konusunda yüksek lisans düzeyinde yazılan tez sayısının doktora düzeyinde yazılan tezlerin iki katından daha fazla olduğu görülmektedir. Yüksek lisans düzeyinde bu konu daha çok çalışılmıştır. Bu çalışma sonucuyla benzer olarak Çilingir'in (2017) gerçekleştirdiği çalışmada farklı bir konuda yüksek lisans düzeyinde daha yüksek miktarda tez yazıldığı sonucuna ulaşmıştır. Bunun sebebini ülkemizde yüksek lisans tez hazırlama oranının doktoradan daha fazla olmasına ve yüksek lisansın doktora geçmek için bir basamak olmasına bağlamaktadır. Bu araştırma sonucuna göre de aynı değerlendirme yapılabilir. Yıllara göre tezlerin dağılımına bakıldığında 2010'dan 2015'e kadarki yıllarda yazılan tez sayılarında bir dalgalanma söz konusu iken 2017 yılında bir önceki yıla göre çok fark olmamakla birlikte daha az sayıda tez yazılmıştır. 2017 yılı dışında 2015'ten 2019'a kadarki yıllarda yazılan tez sayılarının bir önceki yıla göre artış gösterdiği görülmüştür. Buna göre stratejik yönetim konusunun örgütler için her geçen gün öneminin artmasıyla araştırmacılar tarafından da daha fazla tercih edilmeye başlandığı düşünülmektedir. 2020 yılında yazılan tezlerin tamamı sisteme yüklenmemiş olabileceğinden araştırmamız sırasında ulaşılan tez sayısı 29'dur. 549 adet tezdən 512 adedinin Türkçe, 37 adet tezinde

İngilizce yazıldığı tespit edilmiştir. Bu iki dil dışında farklı bir dilde yazılan tez mevcut değildir.

Araştırma kapsamında ulaşılan bir diğer veri, tezlerden 402 adedinin devlet üniversiteleri, 147 adedinin vakıf üniversitelerinde yazıldığıdır. En fazla tez yazılan devlet üniversitesinin Gazi Üniversitesi olduğu görülürken, en fazla tez yazılan vakıf üniversite ise Beykent Üniversitesi'dir. Gazi Üniversitesi, Marmara Üniversitesi ve İstanbul Teknik Üniversitesi gibi köklü ve gelişmiş üniversitelerin ilk üçte yer aldığı görülmüştür. Stratejik yönetim konusunda en fazla tez yazılan enstitü ise yüksek bir oranla Sosyal Bilimler Enstitüsüdür. Bu sonucun Ertürk ve Gökçe (2019) ve Aktan'ın (2014) çalışmalarında elde ettikleri sonuçlar ile uyumlu olduğu görülmüştür. Anabilim dalına göre incelediğimizde 58 farklı anabilim dalında tez yazılmış olduğu, 317 adet tezin İşletme Anabilim Dalında yazıldığı görülmüştür. Farklı alanlarda da çalışılmış olmakla birlikte en çok tezin sosyal bilimler alanında olduğu görülmüştür. Konu itibarıyla değerlendirildiğinde bu sonucun doğal olduğu söylenebilir. İleride yazılacak tezlerde farklı alanlarda bu konuya yönelik çalışmalara ağırlık verilerek alana katkı sağlanması önerilebilir.

Hussey stratejiyi, bir örgütün kendisi için uygun olacak alternatifleri seçmesi şeklinde tanımlamaktadır. Herhangi bir örgüt için geçerli olabilecek pek çok alternatif mevcuttur ve bunların tanımlanması ve analizi karmaşıktır. Örneğin üç yıl içinde karını ikiye katlamayı hedefleyen bir çiftçinin nispeten küçük bir stratejik sorunu dikkate alındığında bile çok fazla alternatif geçerli olabilmektedir. Bu açıdan bakıldığında büyük örgütler çok daha fazla seçenekle karşılaşmaktadır. Ayrıca strateji olası alternatiflerin yazıya dökülmesinden çok daha fazlasını ifade etmektedir. Alternatifler değerlendirilirken örgütün sınırlarına ve etik kurallara dikkat edilmesi, kurumsal değerlendirme sonuçlarının dikkate alınması, örgütün zayıf yönlerine göre bazı alternatiflerin tercih edilmemesi ve örgüt çevresinin değerlendirilmesi gerekir (Hussey, 1998, s.297). Buna göre stratejik yönetim örgütün yapısına, faaliyette olduğu alana yönelik olarak gerçekleştirildiğinde daha etkili olacağından çalışmamızda "stratejik yönetim" anahtar kelimesi aratılarak ulaşılan tezler ilk olarak örgütün faaliyette bulunduğu alana göre ana konu başlıklarına ayrılmış daha sonra stratejik yönetimle ilişkili konular çerçevesinde alt konu başlıklarına göre gruplandırılmıştır. Elde edilen sonuca göre en fazla işletmelerde stratejik yönetim daha sonra sırasıyla belediyelerde stratejik yönetim, sağlık kuruluşlarında stratejik yönetim ve eğitim kurumlarında stratejik yönetim konularında en fazla tez yazıldığı tespit edilmiştir. Ertürk & Gökçe (2019) çalışmalarında elde ettikleri sonuca göre stratejik liderlik konusuyla ilgili en çok çalışılan alanları eğitim, sağlık ve özel sektör olarak belirlemişlerdir. Bu sonuç açısından benzerlik söz konusudur. Theodore ve arkadaşları 2010 yılında kamu sektöründe stratejik planlama ve stratejik yönetim alanında yapılan çalışmalarını incelemek amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmaları çerçevesinde 34 makaleyi incelemişlerdir. Araştırma sonucunda stratejik yönetim konusundaki çalışmaların çoğunun stratejik plan formülasyonu, stratejik içerik ve stratejilerin uygulanması konularına odaklandığı sonucuna ulaşmışlardır. Yönetim süreciyle ilgili genelde tek

bir aşamaya odaklanıldığı, stratejik planlama süreciyle örgütsel sonuçlar arasında bağlantılara nadiren yer verildiğine, mevcut araştırmaların çoğunun performans algıları ile sınırlı olduğunu ifade etmişlerdir (Theodore vd., 2010, ss.540-541). Bu çalışmada stratejik yönetim konusunda yazılan tezlerin özel, kamu ve kar amacı gütmeyen kuruluşlar olmak üzere farklı örgütler bağlamında ele alındığı, işletmeler başta olmak üzere eğitim, sağlık, turizm, güvenlik, ulaşım, yerel yönetimler gibi alanlarda çeşitli çalışmalar yapıldığı görülmüştür. Stratejik yönetimle ilişkili alt konular olarak gruplandırılan konular değerlendirildiğinde en fazla tez yazılan alt konu başlıklarının sırasıyla stratejik yönetim uygulamaları, stratejik yönetimin işletme/çalışan performansına etkisi, stratejik planlama, stratejik yönetim biçimi, stratejik insan kaynakları yönetimi ve stratejik yönetim süreci olduğu görülmüştür. Genellikle bu konular üzerinde yoğun olarak çalışıldığı dikkat çekmektedir.

Tezler örneklem türüne göre incelendiğinde en fazla kullanılan örneklem türünün kurum dokümanları/raporlar/uygulamalar olduğu tespit edilmiştir. İkinci olarak en fazla kullanılan örneklem türü yöneticilerken, üçüncü sırada personeller, dördüncü sırada eğitimciler yer almaktadır. Bu gruplar kendi içinde alt gruplara ayrılarak detaylı incelenmiştir. Yöneticiler arasında en fazla işletme yöneticileri yer alırken daha sonra sırasıyla hastane yöneticileri, otel yöneticileri, yerel yönetimlerdeki yönetici pozisyonundakiler, banka yöneticileri ve spor kulübü yöneticilerinin örneklem türü olarak seçildiği bilgisine ulaşılmıştır. Personellerin kendi içinde dağılımına baktığımızda, en fazla kullanılan en aza doğru sırasıyla kurum personelleri, belediye personelleri, üniversite personelleri, ulaşım sektörü çalışanları, otel personelleri, sağlık çalışanları, banka personelleri ve emniyet mensupları şeklindedir. Eğitimciler arasında en fazla kullanılan örneklem türü öğretmenler olurken, daha sonra sırasıyla akademisyenler, okul müdürleri ve milli eğitim müdürleri yer almaktadır. Çalışmada ele alınan tezlerin 21 adedinde çalışan ve yöneticilerin birlikte örneklem olarak kullanıldığı görülmüştür. Stratejik yönetim çerçevesinde kurumun yöneticileri, çalışanları, müşteriler ve tüm paydaşlar olmak üzere ilişkili olduğu bütün gruplar örneklem olarak seçilebilir. Araştırma kapsamındaki tezlerde çoğunlukla kurum dokümanları, yöneticiler ve çalışanlar örneklem olarak seçilmiştir. Bunun yanı sıra vatandaşlar, öğrenciler ve müşterilerin de örneklem olarak kullanıldığı tezler mevcuttur.

Tezlerde büyük bir çoğunlukla kullanılan örneklem sayısı 1-100 arası olmuştur. Görüşme, doküman analizi, örnek olay analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinden fazlaca yararlanılmış olmasının örneklem sayısının düşük olmasında etkili olduğu düşünülmektedir.

Araştırma yöntemlerine göre tezler incelendiğinde, nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin ikisinin de 256 adet tezde eşit sayıda kullanıldığı tespit edilmiştir. 28 adet tezde literatür taraması gerçekleştirilmiştir. 9 adet tezde ise nitel ve nicel araştırma yöntemleri birlikte kullanılmıştır. Theodore ve arkadaşlarının yaptıkları çalışmanın bir diğer sonucuna göre, stratejik planlama ve stratejik yönetim araştırmalarında hem nicel hem nitel araştırmanın birlikte kullanılmasının daha etkili

bir yöntem olacağı düşünülmektedir. Nitel araştırmalar nedenselliğe ulaşmanın bir yolu olarak görülürken derinlemesine vaka çalışmalarıyla da kapsamlı bir araştırma gerçekleştirilebileceği ifade edilmiştir. Aktan'ın (2014) stratejik planlama alanında yapılan tezleri incelediği çalışma sonucuna göre örnekleme oluşturan tezlerde en fazla nitel araştırma yönteminin kullanıldığı belirlenmiştir. Bu araştırmada ise nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin eşit sayıda kullanıldığının tespit edilmiş olması sebebiyle sonuçlar farklılık göstermektedir. İncelenen tezlerde veri toplama yöntemlerinde 230 adet yüz yüze anket kullanılmıştır. Yüz yüze anketi 130 adetle içerik analizi, 58 adetle görüşme, 34 adetle örnek olay analizi, 18 adetle de online anket takip etmektedir. En yüksek olanlar sıralandığı gibiyken gözlem, odak grup görüşmesi gibi araştırma yöntemlerinin de kullanıldığı görülmüştür. Stratejik yönetim konusunda yazılan bu tezlerin 7'sinde swot analizi, 3'ünde delphi tekniği ve 1'inde de benchmarking uygulandığı görülmüştür.

Tezler hipotez durumuna göre incelendiğinde, stratejik yönetim konusunda yazılan lisansüstü tezlerin 224 adedinde hipotez kullanılırken, 239 adedinde hipotez kullanılmamıştır. 86 adet tezde ise araştırma sorusuna yer verilmiştir. Güvenirlilik ve geçerlilik açısından incelendiğinde ise, tezlerde daha çok güvenilirliğe yer verilirken geçerliliğin daha düşük sayıdaki tezde yer aldığı ulaşılan bir diğer sonuçtur.

## **SONUÇ VE ÖNERİLER**

Son yıllarda dünyayı etkisi altına alan teknolojik gelişme ve değişikler stratejik yönetimin pazar fırsatlarını genişletmiş olmakla birlikte rekabet ve tehditleri de artırmıştır (Sadler, 2003, s.141). Bunun sonucunda örgütlerin yönetim anlayışlarında da değişiklikler meydana gelmiş, örgütleri derinden etkileyen stratejik yönetim anlayışının önemi her geçen gün artan bir aşamaya gelmiştir. Örgütün tamamını içine alan stratejik yönetim, uzun vadeli hedeflerin gerçekleştirilmesini sağlamakta, örgütün üstün ve zayıf yönlerinin farkında olarak doğru stratejiler belirlemesine yön vermektedir. Bu çalışmada da örgütler için önemli bir konumdaki stratejik yönetimle ilgili yazılan lisansüstü tezler incelenmiş ve 2010-2020 yılları arasında yazılan tezlerin genel bir profili ortaya konmaya çalışılmıştır.

Daha önce bahsetmiş olduğumuz benzer çalışmalarda elde edilen sonuçlar ile bu çalışmada elde edilen sonuçlardan eğitim türü, yazım dili, enstitü, anabilim dalı gibi özellikler benzerlik gösterirken üniversite, konu, araştırma yöntemi açısından sonuçlarda farklılıklar mevcuttur. Bunun sebebinin anahtar kelime olarak "stratejik yönetim" kelimesini seçen çalışmanın mevcut olmaması, farklı tarih aralığında yazılan tezlerin ele alınması ve örnekleme büyüklüğü olduğu düşünülmektedir. Ayrıca diğer çalışmalarda hipotez kullanılıp kullanılmadığı, geçerlilik ve güvenilirlik durumları açısından inceleme yapılmadığı görülmüştür. Bu çalışma bunlarla ilgili verilere yer vermesi açısından önemlidir. 549 adet tezin incelenmesine yer vermesi sebebiyle örnekleme büyüklüğü açısından da diğer çalışmalardan ayrılmaktadır. 2010-2020 yılları arasında stratejik yönetim konusunda yazılan tezleri yazım yılı, eğitim düzeyi, üniversite, enstitü, anabilim dalı,

yazım dili gibi özelliklerle birlikte konu başlıkları, örneklem türü, üniversite türü, örneklem sayısı, veri toplama aracı, geçerlilik ve güvenilirlik durumu, hipotez durumu ve araştırma yöntemine göre incelenmiştir. Çok sayıda özelliği ortaya koyması ve daha güncel olması açısından alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Stratejik yönetim ve ilişkili konular üzerinde çalışmalar yapmak, uzmanlaşmak isteyen araştırmacılara katkı sağlaması açısından tezlerde ele alınan konuların ilk olarak araştırmanın gerçekleştirildiği sektöre göre değerlendirilmiş olması, daha sonra üzerinde yoğunlaşılan alt konulara göre detaylandırılmış olması çalışmayı diğer araştırmalardan ayıran bir diğer özelliktir. Bu çalışmanın önümüzdeki yıllarda stratejik yönetim konusunda çalışma yapacak araştırmacılar için bir kaynak sağladığı düşünülmektedir. Araştırmacılara daha az çalışılan konulara yönelik çalışmalara ağırlık vermeleri tavsiye edilebilir.

Ayrıca 2010-2020 yıllarında yazılmış ve YÖKTEZ' e yüklenmiş tezleri kapsamı çalışmanın önemli bir kısıtlılığı olarak değerlendirilebilir. Bu konuda yapılacak gelecek çalışmalarda daha da geriye dönük olacak şekilde, stratejik yönetim konusunda yazılmış tüm izinli tezler ve literatürde yer alan makaleleri de içine alarak konunun hangi boyutlarıyla araştırıldığının ortaya konması açısından tavsiye edilebilir. Uluslararası literatürde yer alan çalışmaları da araştırmaya dahil ederek araştırma bir üst boyuta taşınabilir. Böylece stratejik yönetim konusunun hangi noktalarda daha fazla araştırmaya açık olduğu ortaya konularak konuyla ilgili çalışmalara rehberlik sağlanabilir.

#### **KAYNAKÇA**

Acar, A. (2003). Stratejik yönetim ve kamuda uygulanan stratejiler. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3(6), 1-15.

Acar, S. (2018). Stratejik insan kaynakları yönetimi konusunda yapılan tezlerin içerik analizi yöntemiyle incelenmesi. *Journal of Social And Humanities Sciences Research*, 5(29), 3672-3683.

Akgemci, T. & Güleş, H. K. (2010). *İşletmelerde stratejik yönetim*. Ankara: Gazi Kitapevi.

Aktan, C.C. (2008). *Stratejik yönetim ve stratejik planlama*. [https://www.researchgate.net/publication/318700935\\_Stratejik\\_Yonetim\\_ve\\_Stratejik\\_Planlama](https://www.researchgate.net/publication/318700935_Stratejik_Yonetim_ve_Stratejik_Planlama) (Erişim Tarihi:20.02.2021).

Aktan, O. (2014). Stratejik planlama alanında yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi. *Anadolu Eğitim Liderliği ve Öğretim Dergisi*, 2(1), 12-31.

Bakoğlu, R. (2010). *Çağdaş stratejik yönetim*. İstanbul: Beta Yayınevi.

Barca, M. (2005). Stratejik yönetim düşüncesinin evrimi: Bilimsel bir disiplinin oluşum hikayesi. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 7-38.

Barca, M. (2009). *Stratejik Yönetim Düşüncesinin Gelişimi*. Ankara Sanayi Odası Aylık Yayın Organı, Nisan/Mayıs/Haziran, 34-52.



Baykal, T. (2018). Örgütlerde etkinlik ve etkililik için stratejik yönetim ve stratejik planlama. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 7(2), 151-160.

Chandler, A. D. (1962). *Strategy and structure: Chapters in the history of the industrial enterprise*. Cambridge: The MIT Press.

Cherunilam, F. (2015). *Business policy and strategic management: Text and cases*. Himalaya Publishing House.

Çelik, V. (1994). *Etkili bir okul için stratejik yönetim*. *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 28-34.

Çilingir, A. (2017). İletişim alanında içerik analizi yöntemi kullanılarak yapılan yüksek lisans ve doktora tezleri üzerine bir inceleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(1), 148-160.

Dalay, İ. (2013). *Stratejik Yönetim*. <http://ismaildalay.blogspot.com/2013/11/stratejik-yonetim.html> (Erişim Tarihi:24.02.2021).

Demir, C. & Yılmaz, M.K. (2010). Stratejik planlama süreci ve örgütler açısından önemi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(1), 69-88.

Diñer, Ö. (1998). *Stratejik yönetim ve işletme politikası*. İstanbul: Beta Yayınevi.

DPT (2006). *Kamu idareleri için stratejik planlama kılavuzu*. 2. Sürüm. [http://www.yapi.hacettepe.edu.tr/dosyalar/stratejik\\_planlama\\_klavuzu.pdf](http://www.yapi.hacettepe.edu.tr/dosyalar/stratejik_planlama_klavuzu.pdf), (Erişim Tarihi: 23.02.2021).

Eren, E. & Timur, N. (2006). *Stratejik Yönetim*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.

Ertürk, E. & Gökçe, Ş. (2019). Türkiye’de stratejik liderlik alanında hazırlanmış lisansüstü tezlerin incelenmesi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(3), 165-182.

Gınter, M.P. & Duncan W.C. & Swayne, L.E. (2018). *Stratejic management of health care organizations*. New Jersey: Wiley.

Gökçe, O. (2006). *İçerik analizi kuramsal ve pratik bilgiler*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Güçlü, N. (2003). *Stratejik yönetim*. *Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 23 (2), 61-85.

Gürer, H. (2006). Stratejik planlamanın temelleri ve Türk kamu yönetiminde uygulanmasına yönelik öneriler., *Sayıştay Dergisi*, (63), 91-105.

Hussey, D. (1998). *Stratejic management from theory to implementation*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Koçak, A. & Arun, Ö. (2006). *İçerik analizi çalışmalarında örneklem sorunu. Selçuk İletişim Dergisi*, 4(3), 21-28.

Morden, T. (2016). *Principles of strategic management*. USA: Ashgate

Özer, M.A. (2015). *İşletmelerde stratejinin önemi üzerine değerlendirmeler. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (14), 69-84.

Özgür, H. (2004). Kamu örgütlerinde stratejik yönetim. Muhittin Acar ve Hüseyin Özgür (Der.), *Çağdaş Kamu Yönetimi II* içinde (ss. 1-33 ). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Sadler, P. (2003). *Strategic management*. US: Kogan Page Limited.

Sobacı, M. Z. (2008), Stratejik yönetim ve Türk kamu yönetiminde uygulanabilirliği üzerine değerlendirmeler. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(1), 103-119.

Steensen, E. F. (2014), Five types of organizational strategy. *Scandinavian Journal of Management*, (30), 266-281.

Theodore, H., P. & David, W., P. & Lauren, H., E. (2010). Strategic management research in the public sector: A review, synthesis, and future directions. *The American Review of Public Administration*, 40(5), 522-545.

Ülgen, H. & Mirze, S.K. (2004). *İşletmelerde stratejik yönetim*. İstanbul: Literatür Yayınları.

Üsdiken, B. & Çetin, D. (2001). *From betriebswirtschaftslehre to human relations: Turkish management literature before and after the second world war*. *Business History*, 43(2), 99-124.

Weber, R. (1989). *Basic content analysis*. London: Sage.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yüzbaşıoğlu, N. (2004). İşletmelerde stratejik yönetim ve planlama açısından stratejik maliyet yönetimi ve enstrümanları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (12), 387-410.



**Yayın Geliş Tarihi:** 09.07.2021  
**Yayına Kabul Tarihi:** 14.12.2021  
**Online Yayın Tarihi:** 31.12.2021  
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.968790>

Dokuz Eylül Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi  
Cilt: 23, Sayı: 4, Yıl: 2021, Sayfa: 1763-1785  
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

*Araştırma Makalesi*

## **İŞLETMELERİN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK STRATEJİLERİ: KARŞILAŞTIRMALI VAKA ANALİZİ**

İrem ENSER\*  
İlgaz Feray DEMİRAG\*\*

### **Öz**

Gönüllülük esasına dayalı olarak ortaya çıkan ve kuramın gelişim sürecinde stratejik bir boyuta ulaşan kurumsal sosyal sorumluluk (KSS), işletmelerin paydaşlarıyla sosyal etkileşimlerini arttırabildiği önemli bir araç olmaktadır. Özellikle doğal afet ve kriz durumlarında gerçekleştirilen KSS faaliyetleri hem işletmenin hem de paydaşların yararına sonuçlar üretebilmektedir. İzmir ilinde 30 Ekim 2020 günü gerçekleşen deprem ile ortaya çıkan toplumsal bir krize yönelik olarak birçok işletme kriz çözüm sürecine dâhil olmayı hedeflerken önemli sosyal sorumluluk faaliyetlerini de yerine getirmiştir. Mevcut çalışmada söz konusu doğal afet sürecinde KSS faaliyetleri gerçekleştiren iki işletme karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır. Bu bağlamda mevcut çalışmanın amacı, iki farklı işletmenin izlediği KSS stratejilerinin kurumsal internet sitelerinin içerik analizine tabi tutularak “proaktif” ve “reaktif” KSS stratejisi kapsamında incelenmesi ve sosyal medya üzerinden paydaşlarına ilettikleri KSS iletişim mesajına verilen kullanıcı yanıtlarının analiz edilerek kullanıcılarda işletmeye karşı oluşan algının belirlenmesidir. Çalışmanın sonraki aşamasında ise iki işletmenin bulguları karşılaştırmalı nitel analiz tekniklerinden fark analizi ile karşılaştırılarak kullanıcılarda oluşan algının nedenleri tartışılmaktadır. Araştırmanın sonucunda işletmelerin izledikleri proaktif veya reaktif yöndeki KSS stratejilerinin, özellikle toplumsal olağanüstü durumlarda (deprem, sel, salgın vb.) farklı sonuçlara yol açabileceği ortaya konmuştur. Proaktif KSS stratejisi izleyen işletme kullanıcılarda daha olumlu bir algıya yol açarken reaktif KSS stratejisi izleyen işletme

---

*Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):*

Enser, İ., Demirağ, I. F. (2021). İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk stratejileri: Karşılaştırmalı vaka analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (4), 1763-1785.

Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'nun 02.09.2021 tarihli toplantısında alınan 6 sayılı kararı ile araştırmanın etik açıdan uygunluğu onaylanmıştır.

\* Doktora Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, ORCID: 0000-0002-3967-8076, iremsevim@gmail.com.

\*\* Doktora Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, ORCID: 0000-0001-9211-378X, ilgazferaytuver@gmail.com.

olumsuz tepkilerle karşılaşmaktadır. Bu durum kullanıcıların işletmelerden yeniden satın alma veya işletmeyi yeniden ziyaret etme eğilimine de etki edebilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Kurumsal Sosyal Sorumluluk İletişimi, Proaktif KSS Stratejisi, Reaktif KSS Stratejisi, Karşılaştırmalı Vaka Analizi

## THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY STRATEGIES OF BUSINESSES: A COMPARATIVE CASE STUDY ANALYSIS

### Abstract

Corporate social responsibility (CSR), which emerged as volunteering activities and in time reached the strategic dimension, is an important tool which businesses can increase their social interactions with their stakeholders. CSR activities can come up with results for the benefit of the business as well as stakeholders especially in disaster and crisis situations. On October 30, 2020 a 6.8 magnitude earthquake occurred in İzmir province and caused devastating destruction especially in Bayraklı district. While many public institutions and non-governmental organizations focus on search and rescue efforts, businesses carried out their social responsibilities. In this study, the two businesses that carry out CSR during the natural disaster are analyzed comparatively. The aim of the study is to determine the perception of users towards the business by analyzing the content of the corporate web sites of the two businesses in the context of "proactive" and "reactive" CSR strategies, and user's replies to the CSR communication message sent via social media. After the content analysis, the findings of two case studies' were compared with differences pattern of qualitative comparative analysis to discuss reasons of user perception. The results of the study showed that proactive or reactive CSR strategies followed by the businesses may lead to different results, especially in the crisis situations like earthquake, flood or epidemics. While proactive CSR strategy can lead to more positive perceptions in users, a reactive CSR strategy can cause negative reactions. Further, these perceptions can effect re-purchase and re-visit intentions.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility Communication, Proactive CSR Strategy, Reactive CSR Strategy, Comparative Case Study Analysis

### GİRİŞ

Günümüzde pek çok farklı ölçekteki işletme kurumsal sosyal sorumluluğu (KSS) iş uygulamalarına dâhil etmeye başlamıştır. KSS stratejilerinin iş uygulamalarına entegre edilmesiyle paydaş beklentileri karşılanır ve olumlu bir imaj oluşturulabilir (Martinez, Perez ve Del Bosque, 2014). Doğru KSS stratejileriyle işletmeler uzun dönemde kurumsal itibarlarını güçlendirebilir, finansal anlamda firma değerini artırabilir, farklılaşma yoluyla rekabet avantajı elde edebilir ve karmaşık pazarlarda riski azaltabilir. Ayrıca çalışan motivasyonu, maliyet düşürme ve gelir artırma gibi kısa dönemli kazanımlar da KSS uygulamalarının gerçekleştirilmesiyle elde edilebilir (Kang, Lee ve Huh, 2010; Kim ve Kim, 2014; Rhou, Singal ve Koh, 2016). Ancak paydaş beklentilerine uygun, düzenli KSS girişimlerinin gerçekleştirilmesi ve iletişim kanalları aracılığıyla paydaşlara bu girişimlerin duyurulması söz konusu kazanımların elde edilebilmesi için önem taşımaktadır. Aksi halde plansız yapılan KSS

uygulamalarının paydaşlarda olumsuz tepkilere yol açması da mümkündür (Wagner, Lutz ve Weitz, 2009).

İzmir ilinde 30 Ekim 2020 günü saat 14:21’de gerçekleşen 6.8 şiddetindeki deprem özellikle Bayraklı ilçesinde büyük bir yıkıma yol açmış, birçok kamu kuruluşu ve sivil toplum kuruluşu arama kurtarma çalışmalarına odaklanırken işletmeler de destek hizmeti sağlamak üzere bölgeye gönüllü ve düzenli yardımlarda bulunmuştur. Toplam 119 kişinin ölümüne, 1053 kişinin yaralanmasına neden olan depremden doksan birinci saatte 3 yaşındaki Ayda isimli bebeğin kurtulması, “mucize” olarak nitelendirilerek geleneksel medya ve sosyal medya tarafından büyük bir ilgiyle takip edilmiştir. Farklı kuruluşlar tarafından bebeğin ailesine destek amacıyla bakım, eğitim gibi konularda sosyal sorumluluk kampanyaları gerçekleştirilerek medya aracılığıyla duyurulmuştur. Bebeğin hastaneye nakli esnasında paramedikler tarafından “ne yemek istersin” sorusuna “köfte ve ayran” cevabını vermesi üzerine Köfteci Yusuf işletmesi Twitter üzerinden köfte ve ayranları hastaneye götürdüğünü gösteren bir paylaşımda bulunmuştur. Yurtiçi Kargo firması ise eğitim masraflarını üstleneceğine dair bir gönderi paylaşmıştır.

Çalışmanın amacı afet döneminde gerçekleştirilen farklı stratejilerdeki KSS girişimlerinin sosyal medya kullanıcıları tarafından nasıl algılandığının ortaya konmasıdır. Araştırmanın bir diğer amacı KSS girişimini gerçekleştiren firmaların KSS stratejilerinin ve KSS iletişim mesajlarının niteliğini proaktif ve reaktif yönden belirleyerek sosyal medya kullanıcılarında oluşan olumlu veya olumsuz algının olası nedenlerini belirlemektir. Amaç doğrultusunda öncelikle araştırmaya konu alan Yurtiçi Kargo ve Köfteci Yusuf firmalarının kurumsal internet siteleri incelenerek KSS stratejileri belirlenecek, daha sonra Twitter uygulaması üzerinden paylaştıkları KSS iletişim mesajına verilen kullanıcı yanıtları incelenecektir. İçerik analizlerinin ardından karşılaştırmalı nitel analiz tekniklerinden fark analizi ile iki benzer vakanın farklı sonuçlara yol açmasının nedenleri yorumlanacaktır. Sonraki bölümlerde KSS, KSS iletişimi ve KSS iletişim stratejileri hakkında literatür taraması, araştırmanın yöntemi, araştırmanın bulguları kapsamında gerçekleştirilen içerik analizinin sonuçları ve karşılaştırmalı nitel analizle beraber tartışma ve sonuç yer alacaktır.

## **YAZIN TARAMASI**

Günümüz iş dünyasında işletmelerin iyi bir kurumsal vatandaş olarak özellikle paydaşlarına karşı olan etik ve ahlaki sorumluluklarını yerine getirmeleri beklenmektedir (Carroll, 1999). Giderek daha fazla sayıda işletme, rekabet avantajı elde etmek ve sürdürülebilir ekonomik kalkınmayı sağlamak için geniş bir paydaş yelpazesinin ihtiyaçlarını karşılamak adına çeşitli kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) girişimlerini desteklemektedir. İşletmeler başarılı KSS girişimleri ile marka değeri ve kurumsal imajlarını güçlendirebilmektedir. Böylece KSS girişimleri sayesinde rekabet avantajı elde edilmesi mümkün olmaktadır (Sen ve Bhattacharya, 2001).

Kurumsal sosyal sorumluluk Kotler ve Lee (2005) tarafından “isteğe bağlı iş uygulamaları ve kurumsal kaynakların katkılarıyla toplumsal refaha katkı sağlamak” şeklinde tanımlanmaktadır. Kotler ve Lee (2005) kurumsal sosyal sorumluluğu promosyonlar, ilişkisel pazarlama, kurumsal sosyal pazarlama, kurumsal filantropi, toplum gönüllülüğü ve sosyal sorumlu iş uygulamaları altında kategorize etmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk iletişiminin temelini bakıldığında KSS stratejileriyle ilgili paydaşların nasıl bilgilendirildiği, strateji sürecine ne boyutta dâhil edildikleri, iletişim mesajının içeriği ve paydaşların iletişim mesajına vermiş oldukları tepkiler önem arz etmektedir (Crane, Henriques, Husted ve Matten, 2016). Kurumsal sosyal sorumluluk iletişimi kavramını en genel haliyle Podnar (2008) “paydaşların beklentilerini anlama, KSS politikasını ortaya koyma ve bir şirketin veya bir markanın iş operasyonlarının entegrasyonu hakkında gerçek ve şeffaf bilgi sağlamak için tasarlanmış farklı organizasyon iletişim araçlarının yönetilmesi süreci” şeklinde tanımlamaktadır. Carroll (2000), KSS kavramını kapsamlı bir ekonomik, yasal, etik ve isteğe bağlı sorumluluklar tipolojisi üzerinden ele almaktadır. Söz konusu KSS tipolojisine uygun olarak ve paydaşların taleplerine verilen tepkinin derecesine bağlı olarak yazar tarafından reaktif, koruyucu, kolaylaştırıcı (uyarlanabilir), proaktif olmak üzere dört KSS iletişim stratejisi belirlenmiştir.

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS), firmaların tüketiciler arasında olumlu tutumlar oluşturmaları için etkili bir yol olarak ortaya çıkmıştır. Bu nedenle KSS faaliyetleri tüketicileri etkileme ve ürün farklılaştırma stratejisi adına son yıllarda işletmeler arasında oldukça yaygın hale gelmiştir (Becker-Olsen, Cudmore ve Hill, 2006). Ancak KSS girişiminin bilgi kaynağı ve yerinin, tüketicilerin bir firmanın girişimine attığı algıları etkileyebileceği ön görülmektedir. Literatürde, KSS faaliyetlerinin firma imajını geliştirmek ve tüketicilerin davranışlarını etkilemek için nasıl bir araç olarak kullanılabileceğine dair çalışmalar mevcuttur (Bhattacharya ve Sen, 2004; Brown ve Dacin, 1997; Sen ve Bhattacharya, 2001).

Kurumsal sosyal sorumluluk reaktif veya proaktif olmak üzere iki iletişim stratejisi yoluyla gerçekleştirilebilir. KSS girişimlerini uygulamaya koymaya yönelik yönetim kararlarını destekleyen bir dizi neden olsa da, işletmelerin birçoğu proaktif veya reaktif yaklaşımda bir stratejiyi veya ikisinin kesişme noktasını izlemeyi tercih etmektedir (Ricks, 2005).

Proaktif KSS stratejisinde kurum, düzenli olarak KSS faaliyetlerini gerçekleştirir ve bu faaliyetleri paydaşlarına iletişim araçları aracılığıyla duyurur (Wagner ve diğerleri, 2009). Mevcut koşullarda ticari işletmeler, kurumsal sosyal sorumluluk alanında paydaşların çeşitli uygulamalara zorlayan baskılarına maruz kalabilmektedir. Zorunluluğun ötesine geçen ve gönüllülük esasına göre uygulanan sorumluluk faaliyetleri proaktif KSS stratejisi ile uyumludur. Kamyshnykova (2018) tarafından yapılan çalışmada, paydaşların taleplerine verilen yanıtın derecesine bağlı olarak kurumsal sosyal sorumluluk stratejilerinin tipolojisi

tartışılmaktadır. Söz konusu çalışmada proaktif KSS stratejisi kapsamındaki girişimlerin, yasal zorunlulukların ötesine geçen ve çeşitli paydaşların ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlayan gönüllülük girişimlerini içerdiği ortaya konmaktadır. Proaktif KSS stratejisini benimseyen işletmeler tüketiciler tarafından herhangi bir olumsuz bilgi alınmadan önce KSS faaliyetlerine aktif olarak katılmakta ve destek vermektedirler (Du, Bhattacharya ve Sen, 2007). Tipik olarak görünüşte özgecil doğaları nedeniyle tüketiciler, proaktif KSS stratejisine sahip işletmelerin girişimlerini daha olumlu algılama eğilimindedir (Becker-Olsen ve diğerleri, 2006).

Reaktif KSS stratejisinde ise düzenli KSS faaliyeti söz konusu değildir ve paydaşların beklentileri dikkate alınmaz, dolayısıyla bu faaliyetler toplum tarafından olumsuz tepki alabilir (Carroll, 1979). İşletmeler, herhangi bir kurumsal kriz veya istenmeyen olumsuz bir durum sonrasında kurumsal imajlarını korumak için de reaktif KSS stratejisi izleyebilmektedir. Planlama ve dikkatli bir şekilde değerlendirmeyi gerektiren proaktif KSS'nin aksine, reaktif bir KSS girişimi, bazı beklenmedik olaylarla tetiklenir. Tüketicilerin reaktif bir KSS girişimine kıyasla planlama gerektiren proaktif bir KSS girişimini daha stratejik odaklı algılayabileceği görülmektedir. Tüketicilerin ayrıca proaktif bir girişime reaktifte kıyasla daha yüksek değer odaklı atıfta bulunması muhtemeldir (Becker-Olsen ve diğerleri, 2006). Tüketicilerde olumsuz bir algı yaratan KSS girişimleri, tüketicilerin genel ürün değerlendirmeleri üzerinde de olumsuz yönde bir etkiye sahip olabilir. Tüketicilerde daha olumlu bir algı yaratan KSS girişimleri ise tüketicilerin ürün değerlendirmelerini güçlendirebilmektedir (Brown ve Dacin 1997).

Proaktif KSS stratejisi ile reaktif KSS stratejisinin tüketiciler tarafından nasıl algılandığı konusunda birtakım farklılıklar mevcuttur. Araştırmalar, tüketicilerin proaktif KSS stratejisi izleyen firmaların girişimlerine olumlu tepki verirken reaktif KSS stratejisi izleyen firmaların girişimlerine genellikle olumsuz tepki verdiği göstermektedir (Becker-Olsen ve diğerleri, 2006; Wagner ve diğerleri, 2009). Becker-Olsen ve diğerleri (2006), proaktif KSS girişimlerinin tüketicilerin satın alma niyetlerini artırarak işletmeye karşı daha olumlu tutumlar edinmesiyle sonuçlandığını ileri sürmüştür. Tersine reaktif KSS, tüketicilerde olumsuz düşüncelerin oluşmasına ve şirkete karşı tutumların azalmasına yol açar. Wagner ve diğerleri (2009) tarafından yayınlanan çalışmada, mesaj soyutluğunun ve aşılamanın reaktif KSS'nin olumsuz etkisini azaltabileceği ortaya koyulmaktadır. Bu faktörlere rağmen, reaktif KSS yine de olumsuz tüketici tepkilerine yol açabilmektedir (Lee, Park, Moon ve Yang, 2009). Bu bağlamda proaktif KSS stratejisi daha olumlu sonuçlar üretmeye yatkındır, nitekim proaktif KSS topluma uzun vadede ilgiye odaklanır. Diğer taraftan reaktif KSS stratejisinde ise böyle bir durum söz konusu değildir, reaktif KSS stratejisinin proaktif KSS stratejisine kıyasla olumlu sonuçlar üretme olasılığı nispeten daha düşük kalmaktadır (Groza, Pronschinske ve Walker, 2011).



Tüketicilerin sosyal sorunları destekleyen girişimleri ödüllendirebilecekleri varsayımı birçok firmanın KSS uygulamalarına yönelmesine yol açmaktadır. Ancak tüketiciler her zaman her KSS girişimini olumlu algılayarak firmayı ödüllendirmeyi tercih etmeyebilir. Tüketicilerin KSS girişimlerini olumsuz algılaması durumunda söz konusu firmayı cezalandırması da mümkün olabilmektedir (Sen ve Bhattacharya, 2001; Simmons ve Becker-Olsen, 2004). Günümüzde KSS girişimlerinin etkisinin sınırlarını genişleten çevresel ve sosyal olarak sorumlu tüketime yönelik bir eğilim gözlenmektedir. Tüketicilerin bilinçlenmesiyle beraber bireysel sosyal sorumluluk kavramı da ön plana çıkmaktadır. Bu eğilime göre, tüketiciler KSS girişiminde bulunan firmalara ek ödeme yapma ya da KSS seviyesi düşük olan firmaları veya ürünlerini görmezden gelme ve boykot etme yollarını tercih edebilmektedir (Groza ve diğerleri, 2011).

İşletmelerin gerçekleştirdikleri KSS girişimlerinin arkasında yer alan kurumsal motivasyon tüketici algılarını etkileyebilmektedir. Her ne kadar KSS girişimleri topluma hizmet amacı taşısa da tüketici tarafından algılanan motivasyon sosyal girişime yönelik tutumları etkileyebilmektedir. Brown ve Dacin'e (1997) göre tüketicilerin bir işletmenin daha önce gerçekleştirdiği KSS faaliyetleri hakkında bilgi sahibi olması (KSS kaydı), işletme ve işletmenin ürünleri hakkındaki tüketici değerlendirmeleri üzerinde açık ve doğrudan bir etkiye sahiptir. Ancak işletmenin KSS kaydı, tüketicilerde ürünlerin nitelikleri veya genel kalitesi hakkında bir algı oluşturmak yerine, tüketicilerin değerlendirmesi için genel bir bağlam oluşturmaktadır.

İşletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerini paylaşabileceği ve bu faaliyetleri daha geniş kitlelere ulaştırabileceği birçok farklı iletişim kanalı bulunmaktadır. Bu iletişim kanalları arasında yıllık KSS raporlarının yayınlanması, çeşitli basın bültenlerinin sunulması, işletmeye ait kurumsal internet sitesinde yer alan KSS sayfası, televizyonlarda verilecek reklamlar, dergi, gazete gibi yayın araçları, ilan panosu reklamları ve sosyal medya araçları yer almaktadır. Morsing ve Schultz (2006), KSS kampanyaları ve diğer ikna edici iletişim biçimleriyle karşılaştırıldığında, KSS iletişimde en etkili araçlar arasında dönemsel yayınlanan KSS raporları ve kurumsal internet siteleri gibi bilgilendirici iletişim kanallarının öne çıktığını belirtmektedir. Bu doğrultuda söz konusu çalışmada da araştırmaya konu olan işletmelerin iletişim araçlarından hem kurumsal internet siteleri, hem de sosyal medya gönderileri incelenmektedir.

Literatür doğrultusunda araştırmanın sorunsal farklı KSS stratejileri izleyen işletmelerin kullanıcılar ve dolayısıyla mevcut veya potansiyel tüketicilerde oluşturdukları algının nedenlerine odaklanmaktadır. Araştırmada temel olarak işletmelerin izlediği KSS iletişim stratejisi ile sosyal medya kullanıcılarında oluşan olumlu veya olumsuz KSS motivasyon algısı arasındaki ilişkinin ortaya konması hedeflenmektedir. Aynı kriz döneminde işletmeler tarafından gerçekleştirilen KSS faaliyetlerinin kullanıcılar ve neden farklı

motivasyon algılarına yol açtığı işletmelerin bilgilendirici KSS iletişim mesajları çerçevesinde tartışılacaktır. Araştırmada;

- a) Çalışmaya konu olan iki işletmenin bilgilendirici KSS iletişim kanallarının proaktif veya reaktif açıdan ne yönde eğilime sahip olduğu,
- b) Sosyal medyada yer alan KSS iletişim mesajlarının proaktif veya reaktif açıdan ne yönde eğilime sahip olduğu,
- c) KSS iletişim mesajına ulaşan kullanıcıların KSS motivasyon algısının olumlu veya olumsuz açıdan ne yönde olduğu,
- d) Kullanıcıların KSS motivasyon algısının gelecekte işletmeye yönelik tutumlarını (yeniden ziyaret etme, satın alma gibi) nasıl etkilediği,
- e) KSS iletişim stratejisinin kriz durumunda yayınlanan KSS iletişim mesajına yönelik motivasyon algılarını nasıl etkilediği sorularına yanıt aranmaktadır.

Araştırmada işletmelerin hem bilgilendirici iletişim aracı olan kurumsal internet sitelerinin, hem de ikna edici iletişim aracı olan kurumsal sosyal medya hesabı gönderilerinin incelenmesi çalışmanın özgün yanlarından. Çalışmanın proaktif ve reaktif KSS iletişim stratejilerinin oluşturduğu motivasyon algıları konusunda ulusal alan yazına katkı sağlaması hedeflenmektedir.

## **YÖNTEM**

Nitel araştırma yöntemleriyle gerçekleştirilen çalışma, vaka analizi ve seçilen iki vakanın karşılaştırılmasını temel almaktadır. Dolayısıyla çalışma genelleme amacı taşımamakta olup, bilgi edinmek amacıyla bağlamın derinlemesine incelenmesine dayanmaktadır. Nitel araştırmalarda amaç; derinlemesine betimleme, yorumlama ve aktörlerin bakış açılarını anlamaya yöneliktir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.49).

Mevcut çalışmada araştırma sorularını açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşabilmek için nitel araştırma tekniklerinden içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizinde temelde yapılan işlem belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde birbirine benzeyen verileri bir araya getirmek ve yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). İçerik analizi, araştırmacının büyük verileri sistematik ve tekrarlanabilir bir teknikle içeriğe dayalı kategorilere indirgemelerini sağlamaktadır (Hsieh ve Shannon, 2005). Araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliğinin sağlanması için mümkün olduğunca fazla sayıda kodlayıcının analizleri gerçekleştirmesi önem taşımaktadır. Böylelikle nitel araştırmada tutarlılık sağlanabilir (Patton, 2014). Bu nedenle çalışmada verilerin kodlanması aynı zamanda çalışmanın eş yazarı olan iki farklı araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir.

İçerik analizinde izlenmesi gereken birtakım yollar vardır. Bu bağlamda analiz sürecinde ilk olarak ham verilerin belirlenmesi ve verilerin tamamının

okunması, ikinci adımda verilerin kodlanması, üçüncü adımda kodların ve temaların düzenlenmesi ve son olarak ise bulguların tanımlanması ve yorumlanması hedeflenmektedir (Strauss ve Corbin, 1990). Bu noktada kodlama ile elde edilen veriler incelenerek anlamlı bölümlere ayrılacak ancak ayrılan bu bölümler ikinci aşamada belirli kategoriler altında toplanarak temalar oluşturulacaktır. Belirlenen kodlar ve oluşturulan temalar düzenlendikten sonra ayrıntılı biçimde bulgular yorumlanacaktır.

Araştırmanın ilk aşamasında Yurtiçi Kargo ve Köfteci Yusuf firmalarının kurumsal internet siteleri içerik analizi ile incelenerek izledikleri KSS stratejisi ve gerçekleştirdikleri KSS faaliyetlerinin reaktif ve proaktif bağlamda belirlenmesi amaçlanmıştır. Amaç doğrultusunda 30 Nisan 2021 tarihinde firmaların kurumsal internet sitesi adreslerine (<https://www.yurticikargo.com/tr> ve <https://kofteciyusuf.com/>) erişim sağlanmıştır. Kurumsal internet sitelerinde yer alan sosyal sorumluluk sayfaları, misyon ve vizyon bildirimleri, duyurular, etkinlikler ve ayrıca Twitter uygulamasında paylaşılan gönderinin içeriği alan yazında yer alan KSS iletişim stratejileri açısından değerlendirilmiştir.

İşletmelerin Twitter gönderilerine verilen yanıtlar araştırmada kullanmak amacıyla 2020 yılı Aralık ayında yazarlar tarafından veri dosyası olarak kayıt altına alınmıştır. Gönderilere verilen yanıtların tamamı 3 ve 4 Kasım 2020 tarihlidir. Kurumsal internet sitelerinin ardından her iki firmanın araştırmaya konu olan Twitter gönderisine kullanıcılar tarafından verilen yanıtlar incelenmiştir. Twitter uygulamasının seçilmesinin nedeni, diğer sosyal medya platformlarına oranla yazılı metin özelliğinin daha ön planda olmasıdır. Metne dayalı bir uygulama olması nedeniyle bir nevi mini günlük ya da blog görevi taşıırken bireylerin kendilerini ifade etmeleri kolaylaşmaktadır (Qiu, Lin, Ramsay ve Yang, 2012). Böylelikle daha detaylı yanıtlara ulaşarak analizin derinleştirilmesi hedeflenmiştir.

Yurtiçi Kargo firmasının 3 Kasım 2020 tarihli Twitter gönderisine verilen 194 yanıt içerik analizine tabi tutulmuştur. Gönderiye verilen yanıtların bir bölümü bireylerin paylaşımlarına verilen alt yanıtlar olması nedeniyle analiz kapsamına alınmamıştır. Araştırmanın yapıldığı tarih itibarıyla bazı yanıtların ise silindiği veya kullanıcıların hesabının kapanması nedeniyle görüntülenemediği gözlenmiştir. Ulaşılan yanıtların tamamı 3 Kasım 2020 tarihinde gönderilmiştir.

Köfteci Yusuf firması tarafından Twitter üzerinden paylaşılan gönderinin silinmiş olması nedeniyle paylaşımına verilen yanıtların görüntülenmesi için Twitter uygulamasının gelişmiş ayarlar fonksiyonu kullanılarak 3 ve 4 Kasım 2020 tarihlerinde gönderilen toplam 1300 yanıt ulaşılmıştır. Bu yanıtların 1190'ı 3 Kasım 2020 tarihinde, 110'u 4 Kasım 2020 tarihinde Köfteci Yusuf'un gönderisine cevap olarak verilmiştir. Alıntı olarak yapılan gönderilere (retweet) erişilememesi nedeniyle çalışma kapsamına dâhil edilmemiştir.

Araştırmada yer alan iki vakanın karşılaştırması için karşılaştırmalı nitel analiz gerçekleştirilmiştir. Karşılaştırmalı nitel analizde vakalar değişken odaklı

olarak analiz edilir. Analitik yöntemlerle benzer sonuçlara veya farklı sonuçlara yol açan vakalar, doğruluk tablosu yardımı ile nedensel koşullar ve sonuçlar açısından incelenir (Çelikdin, 2017). Söz konusu çalışmada yapılan analizin ardından iki vakanın farklı sonuçlara sahip olduğunun anlaşılması üzerine asimetrik model izlenerek fark yöntemi uygulanmıştır. Fark yöntemi ilk olarak 19. Yüzyılda John Stuart Mill (1843) tarafından sonucun farklı olduğu vakalarda, vakalar arasındaki benzerlikleri, farklılıkları ve ilişkileri ortaya koymak için kullanılmıştır.

Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'nun 02.09.2021 tarihli toplantısında alınan 6 sayılı kararı ile araştırmanın etik açıdan uygunluğu onaylanmıştır.

## BULGULAR

### Kurumsal İnternet Sitelerinin Analizi

**Tablo 1:** İşletmelerin Kurumsal İnternet Sitelerinin Ana Sayfa Öğeleri

<u>Yurtiçi Kargo</u>	<u>Köfteci Yusuf</u>
<a href="https://www.yurticikargo.com/tr">https://www.yurticikargo.com/tr</a>	<a href="https://kofteciyusuf.com/">https://kofteciyusuf.com/</a>
Site Logosu	Site Logosu
Ana sayfa İkonu	Ana Sayfa İkonu
Kampanyalar Sekmesi	Şubeler Sekmesi
Ürün ve Hizmetler Sekmesi	Ürünler Sekmesi
Online Servisler Sekmesi	Online Sipariş Sekmesi
Kariyer Sekmesi	Sipariş Hattı
Hızlı Erişim Alanı	Hızlı Arama İkonu
İletişim Formu	Kurumsal Sekmesi
Üye Giriş Alanı	Üye Giriş Alanı
Sosyal Medya Hesaplarına Yönelik İkonlar	Sıkça Sorulan Sorular Sekmesi
Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri Sekmesi	Favori Ürünler Sekmesi
Haberler Sekmesi	Haberler Sekmesi
Duyurular Sekmesi	Gıda Güvenliği Sekmesi
Bunları Biliyor musunuz Sekmesi	Lezzet ve Pişirme Önerileri Sekmesi
Mobil App. Bağlantısı	Mobil App. Bağlantısı

Her iki işletmenin açılış sayfalarına bakıldığında, ana sayfada benzerlikler olduğu gibi bir takım farklılıkların da olduğu tespit edilmiştir. Sekmelerdeki farklılıklar, firmaların sektörlerinin ve dolayısıyla verdikleri hizmetlerin farklı olmasından kaynaklanabilir. Ancak göze çarpan en önemli nokta; Yurtiçi Kargo

firmasının gerçekleştirmiş olduğu KSS çalışmalarına yönelik “Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri” sekmesinin ana sayfada yer almasıdır. Köfteci Yusuf firmasının internet sitesinde gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk faaliyetlerine dair bir sekme mevcut değildir. Ancak her iki işletme için, kurumsal internet sitelerinde bulunan olası KSS girişimlerinin tespit edilmesi amacıyla haberler sekmesi ve duyurular sekmelerinin içerikleri ayrıca incelenmiştir.

### **Yurtiçi Kargo kurumsal internet sitesi**

Yurtiçi Kargo firmasının Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri sekmesinin içeriğine bakıldığında; LÖSEV’in 2005 yılından bu yana resmî kargo sponsoru olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca İlköğretim Okullarına Yardım Vakfı (İLKİYAR) aracılığıyla Yatılı İlköğretim Bölge Okullarında (YİBO) eğitim alan çocuklara 2005 yılından bu yana yardım taşıdığı görülmüştür. Son olarak işletmenin 2005 yılından bu yana Türkiye Omurilik Felçlileri Derneği’nin (TOFD) resmi kargo sponsoru olarak desteklerini devam ettirmekte olduğu belirlenmiştir.

Haberler sekmesinin içeriğine bakıldığında 30.04.2021 tarihine kadar yayınlanan toplam 48 güncel haberin yer aldığı tespit edilmiştir. Sekmede yer alan haberlerin 6’sı sosyal sorumluluk girişimiyle alakalıdır. Söz konusu haberlerden ilki, firmanın Mobitek tarafından kurulan E-Commerce Academy’nin 2017-2018 eğitim dönemi sponsoru olduğuna yöneliktir. İkinci haber ise Fanatik Gazetesi ile yapmış olduğu işbirliği sayesinde sporsever çocukların taraftarı oldukları takımların imzalı formalarını ulaştırarak pandemi sürecinde dört çocuğun “hayallerine kavuşmasına” vesile olduğuna dairdir. Üçüncü haberde yerel üreticilerin kalkınmasına destek vererek kampanyalar yapmakta oldukları belirtilmektedir. Dördüncü haber, pandemi sürecinde sağlık personellerine ve hastanelere ücretsiz kargo taşımacılığı kampanyasını kapsamaktadır. Beşinci haber “Elektrikli Araç Projesi” ile bir yandan çevreyi korurken diğer yandan da dağıtım organizasyonunun kalitesini artırarak müşterilerine sağlıklı hizmet sunacaklarına yöneliktir. Altıncı ve son haber ise LÖSEV’in ramazan kolilerinin lösemili çocuklara ücretsiz ulaştırılmasına yöneliktir.

İşletmeye ait duyurular sekmesine bakıldığında ise 30.04.2021 tarihine kadar yedi güncel duyuru olduğu ve bu duyurulardan bir tanesinin KSS kapsamında değerlendirilebileceği görülmektedir. Söz konusu duyuru “4 Ekim Hayvanları Koruma Günü” kapsamında barınaklara yapılacak olan yardımların Ekim ayı boyunca indirimli taşınacağına yönelik kampanya programını kapsamaktadır.

### **Köfteci Yusuf kurumsal internet sitesi**

Köfteci Yusuf işletmesinin ana sayfasında KSS çalışmalarına yönelik doğrudan bir sekme olmadığı tespit edilmiştir ancak haberler sekmesi olası sorumluluk faaliyetlerine yönelik haber olup olmadığını tespit etmek için ayrıntılı olarak incelenmiştir. Haberler sekmesinde 30.04.2021 tarihine kadar yayınlanan toplam 27 haber mevcut olduğu ve 2 haberin KSS kapsamında

değerlendirilebileceği tespit edilmiştir. Söz konusu haberlerin ilki Bursa’da faaliyet gösteren bir rehabilitasyon merkezindeki engelli öğrencilere öğle yemeği ikramını kapsarken ikinci haber ise gençlerin oluşturduğu bir sosyal girişim oluşumu olan “Kır Çiçekleri Okusun Diye” projesine destek olmak için mavi kapak toplayarak iklim ve cinsiyet eşitsizliğine yönelik sorunların çözümüne verdikleri desteği kapsamaktadır.

Son olarak her iki firmanın vizyon ve misyonları da ayrıca kurumsal web sitelerinde incelenmiştir. Bu bağlamda Yurtiçi Kargo firması vizyonunu “*nitelikli insan kaynağımızla, gelişen teknolojiyi kullanarak kaliteli ve müşteri odaklı hizmetler sunmak, paydaşlarımız için değer sağlamak ve fark yaratmak, sektördeki liderliğimizi uluslararası pazara taşımak*” şeklinde tanımlarken, misyonunu “*kanunlara, ticari ve sosyal etiklere uygun davranarak, çağdaş, hızlı ve kaliteli hizmet anlayışı ile işi ilk seferde doğru ve hatasız yapmak, sektördeki liderliğimizi sürdürerek Türkiye’de örnek gösterilen bir şirket olmak*” şeklinde ifade etmektedir. Diğer taraftan Köfteci Yusuf firması ise vizyon tanımını “*1996’da İznik’te başlayan esnaflığımızdan ödün vermeden, 25. Yılıımızda Türkiye et ve restoran sektörünün lider firması olmak, 2023 yılına kadar en az 3 farklı ülkede şube açmış olmak*” şeklinde yaparken misyonunu ise “*taze lezzetleri, esnaf ilgisiyle hızlı ve hesaplı sunarak müşterimizi mutlu etmek*” biçiminde ifade etmektedir. Vizyon kapsamında her iki firma karşılaştırıldığında Yurtiçi Kargo firmasının paydaş odaklı ve uzun dönemli bir strateji izlerken Köfteci Yusuf firmasının kısa dönemli bir vizyon belirlediğini söylemek mümkündür. Misyon açısından ise Yurtiçi Kargo firmasının “etik” kavramını vurgulaması dikkat çekmektedir.

Bilgilendirici KSS iletişim kanallarının incelenmesi sonucu Yurtiçi Kargo firmasının stratejisinin proaktif yönde, Köfteci Yusuf firmasının KSS iletişim stratejisinin reaktif yönde olduğu sonucuna varılmaktadır.

### KSS İletişim Mesajlarının Analizi

#### Yurtiçi Kargo kurumsal sosyal sorumluluk iletişim mesajı

Kurumsal internet sitesinin içerik analizinin ardından kurumun resmi Twitter hesabından 3 Kasım 2020 tarihinde paylaştığı KSS iletişim mesajına verilen yanıtlar içerik analizi ile incelenmiştir.

#### Şekil 1: Yurtiçi Kargo KSS İletişim Mesajı



Şekil 1’de Yurtiçi Kargo firmasının Twitter uygulaması üzerinden paylaştığı KSS iletişim mesajı yer almaktadır. Mesaj düz beyaz bir fonun üzerinde yer alan “AYDA BİZİM KIZIMIZ! 91 saat sonra enkazdan sağ kurtulan Ayda’ımızın tüm eğitim masrafları şirketimiz tarafından karşılanacaktır.” metni ile paylaşılmıştır. Toplam 194 gönderiye ulaşılmış, 7 gönderi paylaşımına alakalı olmadığı için analiz kapsamı dışında bırakılmıştır. Analiz sürecini kolaylaştırmak adına öncelikle veri dosyası incelenerek olumlu, olumsuz ve diğer kategorilerinin altında kodlamalar gerçekleştirilmiştir.

**Tablo 2:** Yanıt Kategorileri

KULLANICI YANITLARI	n	%
Olumlu	147	%78.6
Olumsuz	25	%13.3
Diğer	15	%8.1
<b>TOPLAM</b>	<b>187</b>	<b>%100</b>

KSS iletişim mesajına verilen yanıtların %78.6’sı olumlu iken %13.3 oranında olumsuz nitelendirilen yanıtlara ulaşılmıştır. Yanıtların %8.1’i ise olumlu veya olumsuz ifade belirtmeyen “diğer” kategorisinde yer almaktadır. Dolayısıyla kullanıcıların yapılan paylaşımına karşı olumlu bir tutum sergiledikleri ifade edilebilir (Tablo 2).

**Tablo 3:** Temalar

OLUMLU	n	%	OLUMSUZ	n	%	DİĞER	n	%
Savunma	30	%20	Reklam	8	%32	Talep	15	%100
Emoji	30	%20	Hizmet/ Firma Kötüleme	17	%68			
Teşekkür	25	%17						
Övgü	25	%17						
Müşteri Kazanma/Tutma	25	%17						
İyilik/ Filantropi	12	%8						
<b>TOPLAM</b>	<b>147</b>			<b>25</b>			<b>15</b>	

Olumlu kategoride yer alan verilerin kodlanması sonrasında savunma, emoji, teşekkür, övgü, müşteri kazanma/tutma ve iyilik/filantropi temaları oluşmuştur. Savunma temasında kullanıcılar, yapılan girişimin reklam niteliği taşımadığı, kurumun böyle bir reklama ihtiyaç duymayacağı yönünde yanıtlar paylaşmaktadır. Verilen yanıtlar arasında “*Örnek olur belki... Üstüne basa basa söyleyin daha yüksek sesle. Ne yaparsanız reklam diyecekler ama reklam bile olsa böyle reklama can kurban!!!*”, “*Eleştirmek yerine tebrik etsek daha iyi olur, çocuklara her türlü maddi manevi yardım çok önemli*”, “*Reklam diyenler Yurtiçi Kargo'nun böyle reklama mı ihtiyacı var adamlar kızı okutmak istiyor ne var bunda*” şeklinde paylaşımlar yer almaktadır.

Emoji temasındaysa sözlü bir paylaşım yerine kalp, alkış, minnet gibi duygu gösteren sembollerle paylaşım yapan kullanıcıların yanıtları yer almaktadır.

Teşekkür teması altında kullanıcılar “*Gönülden tebrik ediyorum*”, “*Büyük bir teşekkürü hak ediyorsunuz*”, “*Allah razı olsun, hep var olun*”, “*Bravo*” şeklinde paylaşımlarda bulunmuştur.

Övgü temasında “*Harikasınız*”, “*Mükemmelsiniz*”, “*Helâl olsun size*” gibi firmayı olumlu nitelendiren yanıtlar yer almaktadır.

Dikkat çeken temalardan biri müşteri kazanma/tutma temasıdır. Bazı kullanıcılar gelecekteki satın almalarında firmayı tercih edeceklerini belirtirken hâlihazırda firmanın müşterisi olan kullanıcılar da gelecekte firmayı daha fazla tercih edeceklerini, hatta hizmetin tamamlanmasına gerek olmadığını belirten ifadeler kullanmaktadır. Kullanıcılar “*Teşekkürler Yurtiçi Kargo, bundan sonra bizim de ilk tercihimiz sizsiniz böyle bir duruma hassasiyet gösterdiğiniz için*”, “*Bu saatten sonra siz kargomu İzmir'e getirin ben gelir alırım. Yurtiçi Kargo'dan şaşmayız*”, “*Tebrik ediyoruz sizi canı gönülden, bu saatten sonra kapıya gelmeyin biz gider alırız kargolarımızı şubelerinizden. Harikasınız*” şeklinde paylaşımlarda bulunmuştur.

İyilik/filantropi teması altında kullanıcılar “*İyilik bulaşıcıdır*”, “*İyilik kazanacak*”, “*İyi insanlar iyi ki varlar*” gibi gerçekleştirilen KSS girişimini iyilik, yardımseverlik olarak niteleyen yanıtlar vermektedir.

Olumsuz kategoride altında yer alan 25 yanıt, reklam ve hizmet/firma kötüleme temalarını oluşturmuştur. Reklam teması altında “*Reklamın böylesi ayıptır, hatta günahdır*” gibi paylaşımı doğrudan reklam veya şov olarak nitelendiren yanıtlar yer almaktadır. Diğer dikkat çeken tema ise hizmet veya işletmeden memnun olmayan kullanıcıların verdikleri yanıtlardan oluşmaktadır. Bu tema altında “*Ona da gecikirsiniz siz, kız mezun olur sonra haberiniz olur*”, “*Adresini bulabilirseniz bu bile başarıdır sizin için*”, “*Kaybolan kolilerle ilgilendiğiniz gibi ilgilenecekseniz vay geldi çocuğun başına*” şeklinde kullanıcıların firmayla yaşadıkları olumsuz deneyimlerin yansıdığı yanıtlar görülmektedir.



Diğer kategorisinde herhangi bir olumlu veya olumsuzluk belirtmeyen, ancak talep içeren yanıtlar yer almaktadır. “Ailesine ev alın”, “Diğer depremzede çocuklara da okuma imkânı verin” şeklinde yanıtların yanı sıra bu tema altında aynı sektörde faaliyet gösteren diğer firmaların da etiketlenerek iş birliği çağrısı yapıldığı görülmektedir. Ayrıca aynı sektörde yer almamasına rağmen çalışmada yer alan diğer işletme Köfteci Yusuf firması da etiketlenen firmalar arasında yer almaktadır.

### Köfteci Yusuf kurumsal sosyal sorumluluk iletişim mesajı

Kurumsal internet sitesinin içerik analizinin ardından kurumun resmi Twitter hesabından 3 Kasım 2020 tarihinde paylaştığı KSS iletişim mesajına verilen yanıtlar içerik analizi ile incelenmiştir. Paylaşımın daha sonra firma tarafından silinmesi nedeniyle verilen yanıtlara Twitter uygulamasının gelişmiş ayarlar seçeneğiyle ulaşılmıştır.

#### Şekil 2: Köfteci Yusuf KSS İletişim Mesajı



Şekil 2’de Köfteci Yusuf firmasının KSS iletişim mesajı yer almaktadır. Enkazdan kurtarılan esnasında çekilen bir fotoğrafın altında “Mucizevi kurtuluş sonrası isteği sorulduğunda Köfte ve Ayran isteyen Ayda bebek için çalışanlarımız köftelerimizi ve ayranlarımızı ulaştırmak için yola çıktı. Tüm kalbimiz seninle, ülkemize ne güzel hediyesin Ayda! Canın her Köfte ve Ayran istediğinde biz seve seve getireceğiz. Güzel Bir Ömrün Olsun! Enkazda ulaşılmayan canlar için umudumuzu yitirmedik!” metni yer almaktadır. Veri toplama süreci 15 Mart-30 Mart 2021 döneminde gerçekleştirilmiştir. Toplam 1300 gönderiye ulaşılmış, 29 gönderi paylaşımın alakalı olmadığı için analiz kapsamı dışında bırakılmıştır. Analiz sürecini kolaylaştırmak adına öncelikle veri dosyası incelenerek olumlu, olumsuz ve diğer kategorilerinin altında kodlamalar gerçekleştirilmiştir.

**Tablo 4:** Yanıt Kategorileri

KULLANICI YANITLARI	n	%
Olumlu	129	% 10
Olumsuz	1048	% 83
Diğer	94	% 7

TOPLAM	1271	%100
--------	------	------

KSS iletişim mesajına verilen yanıtların %83'ü olumsuz iken %10 oranında olumlu yanıt ulaşılmıştır. Yanıtların %7'si ise olumlu veya olumsuz ifade belirtmeyen “diğer” kategorisinde yer almaktadır. Dolayısıyla kullanıcıların yapılan paylaşıma karşı genel olarak olumsuz bir tutum sergiledikleri ifade edilebilir (Tablo 4).

**Tablo 5:** Temalar

OLUMSUZ	n	%	OLUMLU	n	%	DİĞER	n	%
Eksik/Geç KSS Girişimi	286	%27	Teşekkür	65	%50	Talep	94	%100
Reklam	263	%25	Emoji	36	%28			
Hakaret	186	%18	Savunma	28	%22			
Ürün/Firma Kötüleme	145	%14						
Müşteri Kaybı	98	%9						
Yanılıcı Algı	70	%7						
<b>TOPLAM</b>	<b>1048</b>			<b>129</b>			<b>94</b>	

Verilerin kodlanmasının ardından olumsuz kategori altında eksik veya geç KSS girişimi, reklam, hakaret, ürün veya firma kötüleme, müşteri kaybı ve yanılıcı algı temaları oluşturulmuştur.

Eksik veya geç KSS girişimi temasında kullanıcıların yanıtları afetin başladığı günden itibaren firmanın herhangi bir girişimde bulunmaması veya girişimin afet bölgesindeki ekiplere ve depremzedelere yönelik olmaması yönünde eleştiriler içermektedir. “*Bu kadar gün aklınız neredeydi*”, “*Sadece bu çocuğa mı gönderdiniz orada ekipler günlerdir çalışıyor*”, “*İnsanlar çadırlarda günlerdir sizi göremedik*” şeklinde yanıtlar söz konusudur.

İkinci sırada yer alan reklam temasının içeriği yapılan paylaşımın kullanıcılar tarafından reklam, şov ya da PR (halkla ilişkiler) çalışması olarak algılandığına yöneliktir. Bu bağlamda kullanıcıların cevaplarında sıklıkla, “*Utanmadan üç kuruluşluk köftenin reklamını yapıyorsunuz*”, “*Tweet atmadan gönderseydiniz pozitif bir reklam olurdu bu böyle negatif bir reklam olmuş*”, “*Reklamınız bile ucuz*” ve “*Reklam kokan hareketler*” gibi doğrudan reklam ifadesinin yer aldığı cevaplar bulunmaktadır. Diğer taraftan “*Hiç samimi değilsiniz, milyonlarca liralık şirket küçük çocuğu PR için kendisine alet*”

etmemeliydi”, “Kötü bir PR çalışması olmuş, hayatta başarılar” şeklinde PR çalışmasına yönelik algının geliştiği yanıtlar da tespit edilmiştir.

Hakaret teması sıklıkla küfür, hakaret ve kızgınlık belirten emojileri kapsamaktadır. Nitekim kullanıcıların vermiş oldukları yanıtlarda; “Ruh hastaları”, “Aşağılık herifler”, “İğrençsiniz bu davranışın başka bir açıklaması yok” gibi birtakım hakaretlerde buldukları ya da yapılan paylaşıma kızgınlıklarını ifade eden “sinirli yüz” emojileri paylaştıkları ve birtakım küfürler yazdıkları tespit edilmiştir. Ayrıca 35 yanıtta bir depremzedenin yanında köpeği olması nedeniyle restorana kabul edilmediği ve bu nedenle işletmenin hayvan düşmanı olduğuna dair ifadeler yer almaktadır.

Ürün veya firma kötüleme teması dikkat çeken temalar arasındadır. Mevcut paylaşımın olumsuz algılanmasının yanı sıra hâli hazırda işletme veya ürün/hizmetin kötü bir itibara sahip olduğuna dikkat çekilen yanıtlar mevcuttur. Nitekim yanıtlarda çoğunlukla “Soya köftelerinizi kendinize saklayın”, “Yavrucağ köfte istedi, lastik değil”, “Köftenizin içindeki kıyma/soya miktarını açıklayın önce siz” şeklinde ifadeler olduğu tespit edilmiştir. Ürün/firma kötüleme teması altında yer alan söz konusu yorumların firma hakkında medyadaki taşış iddialarından kaynaklandığı düşünülebilir. Bir yiyecek-içecek işletmesinin itibarı, paydaşların gıda güvenliği hakkında şüphelenmesiyle zarar görebilmektedir. Ayrıca bu durum, işletmenin KSS girişimlerine olan güveni de zedeleyebilmektedir (Kim ve Kim, 2014).

Müşteri kaybı teması ise, bu paylaşımlarından dolayı kullanıcıların işletmeyi tekrar ziyaret etme niyetlerinin olmadığı ya da hiç gitmeyenlerin de gelecekte firmayı tercih etmeyeceğini ifade ettikleri yanıtları içermektedir. Nitekim cevaplarda “Senden bir daha köfte yemem, edepsizlik bu acıyı fırsata çevirdiniz”, “Yazık be size, zaten geldiğim yer değildiniz bir daha da kapınızın önünden geçmem”, “Köfteci Yusuf’a gideceksem de gitmem artık anlayışı bu olanın köftesi nasıl olur kim bilir” gibi ifadeler yer almaktadır.

Son olarak yanıltıcı algı teması samimiyetsizlik, fırsatçılık ve prim yapıldığına yönelik algıların olduğu cevapları kapsamaktadır. Sıklıkla cevaplarda; “Bana hiç samimi gelmiyorsunuz”, “Şov olsun da gerisi önemli değil”, “Şovunuz batsın sizin”, “Küçücük kızın üzerinden prim yapacak kadar alçaksınız”, “Kızımıza kendimiz köfte yapar götürürüz, fırsatçılar” şeklinde yanıtlar yer almaktadır.

Olumlu kategori içerisindeki temalar incelendiğinde en fazla payı teşekkür temasının aldığı tespit edilmiştir. Mevcut tema, teşekkürlerini sunan kullanıcı yanıtları ve “İyi ki varsınız” gibi ifadeleri içermektedir. Cevaplara bakıldığında kullanıcıların paylaşıma “Harikasınız, iyi ki varsınız”, “Helal olsun size”, “Sağ olun, var olun” gibi cevaplar verdikleri belirlenmiştir. Emoji kategorisindeyse kullanıcılar yanıtlarında kalp, minnet, nazar boncuğu gibi duygu gösteren sembolleri kullanmaktadır. Savunma temasında işletmenin yaptığı paylaşımın

düşünceli bir davranış olduğu ve işletme olarak imajını zedelediği, gerçekleştirilen girişimin reklam olmadığına yönelik ifadeleri içeren yanıtlar yer almaktadır. “Adam düşünmüş, göndermiş neden bu kadar kötü kalpli olduk her şeyin altından bir şeyler arayıp linç peşindediniz. Düşünceli insanlar iyi ki var, teşekkürler”, “Çocuk köfte istemiş direkt Köfteci Yusuf’a yazdım köfte yığın o hastaneye diye. Bunun reklamla alakası yok reklama ihtiyaçları yok”, “Her şeye reklam gözüyle bakmayın, yapılan davranış işletmenin iyi niyetini gösteriyor” kullanıcıların verdikleri yanıtlar arasındadır.

Diğer kategorisi altında çalışmadaki diğer vakayla benzer şekilde, olumlu veya olumsuz ifade içermeyen, aileye ev alınması veya diğer depremzedelere de yardım yapılması gibi talepleri yöneltten yanıtlar yer almaktadır.

### **TARTIŞMA VE SONUÇ**

Gerçekleştirilen kurumsal internet sitesi içerik analizi sonucunda Yurtiçi Kargo firmasının düzenli olarak KSS faaliyeti gerçekleştirerek iletişim kanalı aracılığıyla faaliyetleri paydaşlarına ilettiği, Köfteci Yusuf firmasının ise KSS faaliyeti gerçekleştiriyor olsa dahi kurumsal internet sitesinde bu faaliyetlere daha az yer verdiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla KSS iletişim stratejisi olarak Yurtiçi Kargo firmasının proaktif bir strateji izlerken, Köfteci Yusuf firmasının reaktif bir strateji izlediği söylenebilir. Tüketiciler bir firmanın KSS faaliyetleri hakkında daha önceden bilgi sahibi olduğunda daha olumlu tepkiler verebilmektedir (Kim ve Choi, 2018). Bir işletmenin uzun dönemde KSS girişimlerinin tüketiciler tarafından bilinmemesi tüketicilerde şüphe oluşturarak işletme ve ürünleri hakkında olumsuz bir algıya neden olabilmektedir (Vanhamme ve Grobber, 2009).

Firmaların KSS iletişim mesajlarının değerlendirilmesinde öncelikle iki KSS girişimi mesajına verilen yanıt sayılarının farklılık gösterdiği dikkat çekmektedir. Köfteci Yusuf firmasının gönderisinde 1271 yanıt analize dâhil edilirken Yurtiçi Kargo firmasının gönderisinde kıyasla çok daha az sayıda, toplam 187 yanıt analiz kapsamına alınmıştır. Gönderilere verilen yanıt sayısındaki farklılıklar, kullanıcıların sosyal medyada olumsuz algıladıkları durumlara daha fazla tepki verirken olumlu algıladıkları durumlara daha az tepki vermesiyle açıklanabilir. Olumsuz iletişim mesajları olumlu mesajlara göre daha fazla kişiye ulaşmaktadır (Herr, Kardes ve Kim, 1991). Bu nedenle vakaların karşılaştırılmasında frekanstan ziyade yüzdelerin kullanılması tercih edilmiştir.

Yurtiçi Kargo firmasının KSS iletişim mesajına verilen yanıtların %78.6’sı olumlu kategoridedir. Dolayısıyla kullanıcıların yapılan paylaşıma karşı olumlu bir tutum sergiledikleri ifade edilebilir. Köfteci Yusuf firmasının KSS iletişim mesajına kullanıcılar tarafından verilen yanıtlar %83 oranında olumsuzdur. Kullanıcılar çoğunlukla gerçekleştirilen KSS girişiminin geç ve kapsayıcı olmaması, yalnızca bir reklam niteliği taşıması konusunda şüphe geliştirmiştir. Tüketiciler KSS girişiminin yanıltıcı veya aldatıcı olduğu konusunda şüphe geliştirdiğinde olumsuz tepkiler verebilmektedir (Foreh ve Grier, 2003). Diğer

kategorisinde her iki vaka için de ağırlıklı olarak olumlu veya olumsuz ifade içermeyen talepler yer almaktadır. Köfteci Yusuf firması için bu oran %7, Yurtiçi Kargo firması için %8 olmak üzere birbiriyle benzerlik göstermektedir. Köfteci Yusuf firmasının gönderisine verilen yanıtlar %83 oranında olumsuzken Yurtiçi Kargo firmasının gönderisine verilen yanıtlar %79 oranında olumludur. Bu oran doğrultusunda, iki girişimin kullanıcılar da ters yönde algılara yol açtığı söylenebilir.

Temalara bakıldığında olumlu ve olumsuz kategoriler altında iki vaka için zıt eşleştirmeler görülmektedir. Yurtiçi Kargo firmasında olumlu kategoride yer alan övgü ve müşteri kazanma/tutma temalarına karşılık Köfteci Yusuf firmasında olumsuz kategoride hakaret ve müşteri kaybı temaları yer almaktadır. KSS faaliyetleri aynı zamanda tüketicilerin yeniden satın alma niyetlerini etkileyebilmektedir (Rhou, Singal ve Koh, 2016). İncelenen iki vakada yer alan müşteri kaybı ve müşteri kazanma/tutma temaları bu çalışmayı doğrular niteliktedir. Her iki firma için olumlu kategoride savunma ve teşekkür temaları, olumsuz kategoride ise reklam ve ürün/firma kötüleme temaları benzerlik göstermektedir.

Vakaların afet döneminde gerçekleştirdikleri KSS girişimleri incelendiğinde Yurtiçi Kargo firmasının girişiminde uzun dönemli ve eğitime yönelik bir faaliyete yer verdiği, Köfteci Yusuf firmasının ise yiyecek sağlama faaliyetini “*Canın her istediğinde getireceğiz*” ifadesiyle tek seferlik değil uzun dönemde planladığı görülmektedir. Bu nedenle her iki firmanın da KSS girişimlerini uzun dönemli planlaması nedeniyle proaktif bir strateji izledikleri söylenebilir.

Karşılaştırmalı nitel analiz tekniklerinden fark analizi ile iki vakanın bulguları tartışılarak karşılaştırma yapılmıştır. Bir işletmenin düzenli KSS faaliyeti gerçekleştirmesi ve bu faaliyetleri paydaşlarına iletişim kanalları aracılığıyla iletmesi proaktif bir KSS stratejisi izlediğini göstermektedir. Ayrıca gerçekleştirilen faaliyetlerin paydaşlara kısa dönem veya uzun dönem fayda sağlaması, tek seferlik veya zamana yayılmış faaliyetlerin planlanması KSS stratejisi hakkında ipuçları vermektedir. Bu doğrultuda karşılaştırmalı nitel analiz kapsamında firmaların internet sitelerinde KSS sayfası ve duyurusunun varlığı bağımsız değişken, KSS girişiminin niteliği ise bağımlı değişken olarak belirlenmiştir. Sonuç sütununda ise sosyal medya kullanıcılarının KSS mesajına yönelik olumlu veya olumsuz algıları yer almaktadır.

**Tablo 6:** Karşılaştırmalı Nitel Analiz

	BAĞIMSIZ DEĞİŞKEN	BAĞIMLI DEĞİŞKEN	SONUÇ
Köfteci Yusuf	Reaktif	Proaktif	Olumsuz Algı

<b>Yurtiçi Kargo</b>	Proaktif	Proaktif	Olumlu Algı
--------------------------	----------	----------	-------------

Sonuç olarak yaşanan afet döneminde iki farklı firma tarafından aynı gün ve aynı konuya yönelik gerçekleştirilen KSS girişimlerinin sosyal medya kullanıcıları tarafından büyük oranda olumsuz ve büyük oranda olumlu olmak üzere farklı algılandığı anlaşılmaktadır. Firmaların paylaştığı KSS iletişim mesajlarının içeriği benzer şekilde proaktif yöndedir. Fark analizine göre farklı sonuçların nedeni bağımsız değişken olan KSS iletişim stratejisidir. Firmaların izlediği genel KSS iletişim stratejisi kullanıcıların KSS algılarını etkilemektedir. Bu durum kullanıcıların KSS iletişim mesajına verdikleri tepkilerin farklılaşmasına yol açmaktadır. İşletmelerin reaktif ve proaktif yöndeki kurumsal KSS iletişim stratejileri işletmenin paydaşlarının iletişim mesajına verdiği tepkileri farklılaştırabilmektedir (Du, Bhattacharya ve Sen, 2010).

Araştırmanın sonuçları literatürde yer alan benzer çalışmalarla desteklenmektedir. Becker-Olsen, Cudmore ve Hill'in (2006) çalışmasına göre, tüketiciler işletmenin proaktif veya reaktif KSS stratejisi izlemesini işletmeleri değerlendirirken bir ipucu olarak kullanmakta ve bu durum tüketici davranışını, algısını ve satın alma niyetini olumlu veya olumsuz yönde etkilemektedir. Tüketiciler işletmelerin KSS stratejilerini başarısız bulduklarında işletmeyi sorumlu tutarak boykot ederken (Klein, Smith ve John, 2004), etkili bir KSS iletişim stratejisi ise tüketicilerin satın alma niyetlerini olumlu yönde etkilemektedir (Du, Bhattacharya ve Sen, 2010). Söz konusu çalışmada olumlu algıya yol açan KSS iletişim mesajının içerik analizinde müşteri kazanma/tutma, olumsuz algıya yol açan KSS iletişim mesajının analizinde ise müşteri kaybı temalarının yer aldığı görülmektedir.

Groza, Pronschinske ve Walker'ın 2011 yılında yayınladığı çalışmada proaktif ve reaktif KSS stratejilerinin tüketici algısını farklı yönlerde etkilediği ve bu algının tüketicilerin KSS girişimine verdiği yanıtlarda aracılık ettiği sonucuna varılmaktadır. Wu ve Overton (2020) çalışmasında benzer şekilde proaktif KSS stratejisinin, reaktif KSS stratejisine kıyasla tüketicilerde daha olumlu tutumlara yol açtığı ortaya konmaktadır. Bu çalışmanın sonuçları da kullanıcıların genel olarak proaktif KSS stratejisi izleyen firmaya karşı daha olumlu tutumlar sergilediğini göstermektedir.

Algılanan KSS motivasyonu tüketicilerin işletmenin ürün ve hizmetlerine karşı tutumunu etkilemektedir (Brown ve Dacin, 1997). Twitter gibi sosyal medya platformları sayesinde ise kullanıcılar ve işletme arasındaki karşılıklı etkileşimin gözlemlenebilmesiyle algılanan KSS motivasyonu daha anlaşılır hale gelmektedir (Kollat ve Farache, 2017). KSS iletişiminin doğru bir stratejiyle uygulanması halinde paydaşların daha olumlu tutumlar sergileyebileceği ve dolayısıyla uzun dönemde işletmenin imaj ve itibarına katkı sağlayacağı bilinmektedir (Du, Bhattacharya ve Sen, 2010; Vanhamme ve Grobben, 2009).

Araştırmanın bulguları doğrultusunda öncelikle işletmelerin düzenli ve kapsamlı KSS faaliyetleri gerçekleştirmesinin, özellikle olağanüstü durumlar söz konusu olduğunda paydaşlar tarafından daha olumlu algılanmasında etkili olacağı öne sürülebilir. Diğer taraftan düzenli KSS faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinin yanı sıra söz konusu bu faaliyetlerin paydaşlara doğru iletişim araçlarıyla duyurulmasının, çalışmaya konu olan afet dönemleri gibi olağanüstü durumlarda işletmenin hedefine ulaşmasına daha fazla katkı sağlayacağı araştırmanın sonuçları arasındadır. Literatürdeki çalışmaların sonuçlarıyla paralel olarak proaktif bir KSS stratejisi izlenmediği durumlarda işletmeler amacına ulaşamayarak olumsuz tepkilerle karşılaşabilmektedir. Araştırmanın sonuçları doğrultusunda, ortaya çıkan bu olumsuz tepkiler işletmeyi bir daha tercih etmeme ve ürün kötüleme boyutlarına kadar ilerleyerek itibar zedeleyici sonuçlara yol açabilir. KSS bir işletmenin hedeflerine ulaşmada en önemli araçlardan biri olduğu gibi hedeflerinden uzaklaştırabilecek de bir güçtür. Bu yönden araştırmanın, işletmelerin KSS girişimlerini planlamalarında uygulama açısından yol gösterici olacağı düşünülmektedir. Ayrıca çalışmanın, az sayıda araştırma olan KSS iletişimi ve KSS motivasyon algısı konularında ulusal alan yazına katkı sağlaması hedeflenmektedir.

Araştırmanın kısıtlarından biri, veri toplama işleminin işletmelerin sosyal medya paylaşımlarından yaklaşık 5 ay sonra yapılması nedeniyle veri kaybının yaşanmasıdır. Gelecekteki çalışmalar için firmaların diğer sosyal medya hesaplarının incelenmesi ve bu mecralarda yer alan farklı KSS iletişim mesajlarının araştırmaya dâhil edilmesi söz konusu olabilir. Ayrıca aynı afet döneminde farklı firmaların gerçekleştirdiği KSS girişimleri incelenerek karşılaştırmalı vaka analizine dâhil edilebilir.

## KAYNAKÇA

Becker-Olsen, K. L., Cudmore, B. A. ve Hill, R. P. (2006). The impact of perceived corporate social responsibility on consumer behavior. *Journal of Business Research*, 59 (1), 46-53.

Bhattacharya, C. B. ve Sen, S. (2004). Doing better at doing good: When, why, and how consumers respond to corporate social initiatives. *California Management Review*, 47 (1), 9-24.

Brown, T. J. ve Dacin, P. A. (1997). The company and the product: Corporate associations and consumer product responses. *Journal of Marketing*, 61 (1), 68-84.

Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4 (4), 497-505.

Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38 (3), 268-295.

Crane, A., Henriques, I., Husted, B. W. ve Matten, D. (2016). Publishing country studies in Business & Society: Or, do we care about CSR in Mongolia?. *Business&Society*, 55 (1), 3-10. doi: <https://doi.org/10.1177/0007650315619507>

Çelikdin, A. (2017). Nitel karşılaştırmalı analiz (QCA) yönteminin işletme bilimleri alanında kullanımı. *International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries*, 1 (1), 1-7.

Du, S., Bhattacharya, C. B. ve Sen, S. (2007). Reaping relational rewards from corporate social responsibility: The role of competitive positioning. *International Journal of Research in Marketing*, 24 (3), 224-241.

Du, S., Bhattacharya, C. B. ve Sen, S. (2010). Maximizing business returns to corporate social responsibility (CSR): The role of CSR communication. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 8-19.

Foreh, M. R. ve Grier, S. (2003). When is honesty the best policy? The effect of stated company intent on consumer skepticism. *Journal of Consumer Psychology*, 13 (3), 349-356. doi: [https://doi.org/10.1207/S15327663JCP1303\\_15](https://doi.org/10.1207/S15327663JCP1303_15)

Groza, M. D., Pronschinske, M. R. ve Walker, M. (2011). Perceived organizational motives and consumer responses to proactive and reactive CSR. *Journal of Business Ethics*, 102 (4), 639-652. doi: <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0834-9>

Herr, P. M., Kardes, F. R. ve Kim, J. (1991). Effects of word-of-mouth and product-attribute information on persuasion: An accessibility-diagnostics perspective. *Journal of consumer research*, 17 (4), 454-462.

Hsieh, H.-F. ve Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15 (9), 1277-1288. doi: <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>

Kamyshnykova, E. (2018). The impact of proactive corporate social responsibility strategy on competitive advantages. *International Journal of Innovative Technologies in Economy*, 4 (16), 4-7.

Kang, K. H., Lee, S. ve Huh, C. (2010). Impacts of positive and negative corporate social responsibility activities on company performance in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 29 (1), 72-82. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.05.006>

Kim, M. ve Kim, Y. (2014). Corporate social responsibility and shareholder value of restaurant firms. *International Journal of Hospitality Management*, 40, 120-129. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.03.006>

Kim, S. ve Choi, S. M. (2018). Congruence effects in post-crisis CSR communication: The mediating role of attribution of corporate motives. *Journal of Business Ethics*, 153 (2), 447-463. doi: <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3425-y>



Klein, J. G., Smith, N. C. ve John, A. (2004). why we boycott: consumer motivations for boycott participation. *Journal of Marketing*, 68 (3), 92-109.

Kollat, J. ve Farache, F. (2017). Achieving consumer trust on Twitter via CSR communication. *Journal of Consumer Marketing*, 34 (6), 505-514.

Kotler, P. ve Lee, N. (2005). Best of breed: When it comes to gaining a market edge while supporting a social cause, “corporate social marketing” leads the pack. *Social Marketing Quarterly*, 11 (3-4), 91-103. doi: <https://doi.org/10.1080/15245000500414480>

Köfteci Yusuf (2021, 30 Nisan). Kurumsal internet sitesi. Erişim adresi: <https://kofteci Yusuf.com/>

Lee, H., Park, T., Moon, H. K., Yang, Y. ve Kim, C. (2009). Corporate philanthropy, attitude towards corporations, and purchase intentions: A South Korea study. *Journal of Business Research*, 62 (10), 939-946.

Martinez, P., Perez, A. ve Del Bosque, I. R. (2014). Exploring the role of CSR in the organizational identity of hospitality companies: A case from the Spanish tourism industry. *Journal of Business Ethics*, 124 (1), 47-66. doi: <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1857-1>

Mill, J. S. (1843). *A System of logic, ratiocinative and inductive*. Londra: J. W. Parker.

Morsing, M. ve Schultz, M. (2006). Corporate social responsibility communication: Stakeholder information, response and involvement strategies. *Business Ethics: A European Review*, 15 (4), 323-338.

Patton, M. Q. (2014). *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri*. (Çev. M. Bütün, S. B. Demir). Ankara: Pegem Akademi.

Podnar, K. (2008). Guest Editorial: Communicating corporate social responsibility. *Journal of Marketing Communications*, 14 (2), 75-81. doi: [10.1080/13527260701856350](https://doi.org/10.1080/13527260701856350)

Qiu, L., Lin, H., Ramsay, J. ve Yang, F. (2012). You are what you tweet: Personality expression and perception on Twitter. *Journal of Research in Personality*, 46 (6), 710-718.

Rhou, Y., Singal, M. ve Koh, Y. (2016). CSR and financial performance: The role of CSR awareness in the restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*, 57, 30-39. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.05.007>

Ricks, J. M. (2005). An assessment of strategic corporate philanthropy on perceptions of brand equity variables. *Journal of Consumer Marketing*, 22 (3), 121-134. <https://doi.org/10.1108/07363760510595940>

Sen, S. ve Bhattacharya, C. B. (2001). Does doing good always lead to doing better? Consumer reactions to corporate social responsibility. *Journal of Marketing Research*, 38 (2), 225-243.

Simmons, C. ve Becker-Olsen, K. (2004). When do social sponsorship enhance or dilute equity: Fit, message source and the persistence of effect. *Advances in Consumer Research*, 29 (1), 287-289.

Strauss, A. ve Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research*. California: Sage publications.

Vanhamme, J. ve Grobbsen, B. (2009). "Too good to be true!". The effectiveness of CSR history in countering negative publicity. *Journal of Business Ethics*, 85 (2), 273-283.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Wagner, T., Lutz, R. J. ve Weitz, B. A. (2009). Corporate hypocrisy: Overcoming the threat of inconsistent corporate social responsibility perceptions. *Journal of Marketing*, 73 (6), 77-91. doi: <https://doi.org/10.1509/jmkg.73.6.77>

Wu, L. ve Overton, H. (2020). Is native advertising effective for corporate social responsibility messaging?: How advertising recognition affects consumer responses to proactive versus reactive CSR. *Journal of Advertising Research*, 61 (3), 1-15. doi: 10.2501/JAR-2020-019

Yurtiçi Kargo (2021, 30 Nisan). Kurumsal internet sitesi. Erişim adresi: <https://www.yurticikargo.com/tr>

## İÇİNDEKİLER / CONTENT

Individuation Process And Shadow In Murakami Haruki's "Dance Dance Dance" <i>Aytemis DEPCİ, Hüseyin Can ERKİN</i>	1419
Xavier De Maistre'in Odamda Yolculuk Eserinde Mekânın Keşfi <i>Derya ADIGÜZEL ÖZBEK</i>	1439
Fransız Gazetelerine Göre Osmanlı'da Bir Fransız Kredi Kuruluşu: Crédit Générale Ottomane (İtibar-ı Umumi Bankası) <i>Onur ÇAPAR</i>	1451
Siyasette Alan İçi Eğitim Eksikliği İle İlişkili Fırsat Eşitsizliği <i>İbrahim ÇOBANLAR, Halim Emre ZEREN, Esmahan AGAOGLU</i>	1477
Modelling The Interest Rate Asymmetric Pass-Through In Turkish Loan Market: New Evidence From Threshold Comtegration Analysis <i>Fatih DEMİR, Gülden BÖLÜK</i>	1495
XVI. Yüzyılda Osmanlı Taşra Yönetiminde Mehayif Müfettişleri <i>Savaş YILMAZ</i>	1521
E-Posta Pazarlaması Alanında 1950-2019 Yılları Arasında Yapılan Çalışmalara Yönelik Bir Şematik Yazın Taraması <i>Canberk ÇETİN, Muhammet Ali TİLTAY</i>	1543
Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği Bağlamında Kadın Yoksulluğu Ve Sürdürülebilir Kalkınma: Türkiye Ölçeğinde Bir İnceleme <i>Sevgi TOKGÖZ GÜNEŞ, Gül BİNBOĞA</i>	1589
Konya'da Halkevlerinin Kapatılması Ve Binalarının Kullanılması İle İlgili Tartışmalar Üzerinde Bir Araştırma <i>Gülsün KOÇER, Mustafa ÖZCAN</i>	1617
Dijital Dünyada Sosyal Medya, Benlik Sunumu, Gözetim-Denetim Ve Riskler Arasındaki İlişkiler <i>Uğur KILINÇ</i>	1647
Sorumlu Turizm Yaklaşımı İle Turistik Destinasyonların Gelişimi: Foça Örneği <i>Erdem AKTAŞ, Aysar KURGUN</i>	1671
Plan Tutarlılıklarının Testi İçin Bir Yöntem Önerisi: Mekânsal Planlar Değerlendirme Kılavuzu <i>Mihriban ÖZTÜRK, Aygün ERDOĞAN</i>	1709
İşletmelerde Stratejik Yönetim ve Türkiye'de Stratejik Yönetim Üzerine Yazılmış Tezlere Yönelik Bir İçerik Analizi <i>Fatma Nur KÜÇÜKBİYİK, Hayriye GÖRKEMLİ</i>	1737
İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Stratejileri: Karşılaştırmalı Vaka Analizi <i>İrem ENSER, İlgaç Feray DEMİRAG</i>	1763

