





# TÜRK AKADEMİSİ

Türk Akademisi Siyasi Sosyal Stratejik Araştırmalar Vakfı (TASAV)

[www.tasav.org](http://www.tasav.org)

# DÜŞÜNCE DÜNYASINDA TÜRKİZ

Ulusal Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi

Yıl/Year: 13 • Sayı/No: 63 • Aralık/December

ISSN: 1309-601X

e-ISSN: 2979-9600

**TASAV Adına Sahibi / Owner on behalf of TASAV**

İsmail Faruk AKSU

**Editör / Editor**

Prof. Dr. Yalçın SARIKAYA

**Yazı İşleri Müdürü / Managing Editor**

Konur Alp KOÇAK

**Yayın Kurulu / Editorial Board**

Prof. Dr. Savaş ÇEVİK

Prof. Dr. Celal TAŞDOĞAN

Doç. Dr. Mehmet ŞAHİN

Dr. Kubilay KAVAK

**Danışma Kurulu / Advisory Board**

- |                               |                               |
|-------------------------------|-------------------------------|
| Prof. Dr. Mehmet ALTUNKAYA    | Prof. Dr. İlyas TOPSAKAL      |
| Prof. Dr. Birol AKGÜL         | Prof. Dr. Erol TURAN          |
| Prof. Dr. Nevzat AYPEK        | Prof. Dr. Turgay UZUN         |
| Prof. Dr. Mehmet Emin ÇAĞIRAN | Doç. Dr. Arif BAĞBAŞLIOĞLU    |
| Prof. Dr. Murat ÇETİNKAYA     | Doç. Dr. Alparslan A. BAŞARAN |
| Prof. Dr. Hilmi DEMİR         | Doç. Dr. Mahmut ÇİTİL         |
| Prof. Dr. Mehmet EKİZ         | Doç. Dr. Hasan EŞİCİ          |
| Prof. Dr. Ruhi ERSOY          | Doç. Dr. Ali GÜRSEL           |
| Prof. Dr. Mehmet GÜNAL        | Doç. Dr. Hüseyin KALEMLİ      |
| Prof. Dr. Gökhan GÜNEYSU      | Doç. Dr. Hayri KESER          |
| Prof. Dr. Erkan GÖKSU         | Doç. Dr. Hatice MUMYAKMAZ     |
| Prof. Dr. Oğuzhan GÖKTOLGA    | Doç. Dr. Hasan Sencer PEKER   |
| Prof. Dr. Yonca İLDEŞ         | Doç. Dr. Göktuğ SÖNMEZ        |
| Prof. Dr. Ragıp Kutay KARACA  | Doç. Dr. Yasin ŞEHİTOĞLU      |
| Prof. Dr. Timuçin KODAMAN     | Doç. Dr. M. Halit YILDIRIM    |
| Prof. Dr. M. Hanifi MACİT     | Dr. Atila BEDİR               |
| Prof. Dr. Ahmet Bedri ÖZER    | Dr. Cemil Doğaç İPEK          |
| Prof. Dr. Yusuf SARINAY       | Dr. Kürşat KORKMAZ            |
| Prof. Dr. Okan TAŞAR          | Dr. Tuğrul KORKMAZ            |

# DÜŞÜNCE DÜNYASINDA TÜRKİZ

## Ulusal Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi

*Düşünce Dünyasında Türkiz*, Türk Akademisi Siyasî Sosyal Stratejik Araştırmalar Vakfı (TASAV) tarafından hazırlanıp Nisan, Ağustos ve Aralık aylarında olmak üzere yılda üç kez yayınlanan hakemli bir dergidir. Dergimiz, *Google Scholar* ve *SOBİAD* tarafından taranmaktadır.

*Düşünce Dünyasında Türkiz*, bilimsel danışman kurulunda ve yayın kurulunda bulundurduğu farklı disiplinlere mensup akademisyenler ile bilimsel nitelik ve yenilikten ödün vermeyen saygın bir akademik dergi olarak İngilizce ve Türkçe makalelere ve kitap tahlillerine yer vermektedir.

*Düşünce Dünyasında Türkiz*; siyasî, sosyal ve ekonomik politikaların belirlenmesine, mevcut politikaların bilimsel veriler ışığında tahlil edilerek geliştirilmesine ve önemli sorunların çözümüne yönelik politika önerilerinin ortaya konmasına öncelik atfetmekte, disiplinler-arası araştırmaları teşvik etmektedir.

Sosyal bilimlerin birçok alanında hazırlanacak araştırmalara yer veren *Düşünce Dünyasında Türkiz*, bilimselliğin ilk şartı olan nesnelliği temel yayın ilkelerinden biri olarak kabul eder. Dolayısıyla dergimize yayınlanmak üzere gönderilen tüm yazılar, tarafsız hakemler tarafından en hızlı şekilde gözden geçirilir ve uygun görülmesi hâlinde telif ücretleri yazarına ödenmek kaydıyla basılı ve elektronik ortamda yayınlanır.

### **About the Journal**

*Düşünce Dünyasında TÜRKİZ is a peer-reviewed journal on social sciences published in every four months by TASAV, a non-profit think-tank based in Ankara, Turkey. The editorial board has the authority to decide which papers comply with the rules and principles of academic writing and qualified for publication in the journal. Each paper submitted for publication is subject to review of at least two undisclosed referees. Having a paper published in this journal does not require any payment to TASAV.*

### **İletişim / Contact**

29 Ekim Caddesi 2654. Sokak No: 1 Gölbaşı-Ankara/Türkiye  
Tel: +90 312 460 1779 • Faks: +90 312 460 1789  
www.tasav.org • iletisim@tasav.org • turkiz.dergi@tasav.org

### **Tasarım, Dizgi ve Baskı / Design and Printing**

Vega Basım Hizmetleri • Sertifika No: 43714  
Korkutreis Mahallesi Lale Caddesi No: 21/A Ankara/Türkiye  
Tel: +90 312 230 0723

**Baskı tarihi / Published in:** Aralık/December 2022

## İÇİNDEKİLER

<b>Yalçın SARIKAYA</b> Editörün Notu <i>Editor's Note</i>	<b>7</b>
<b>Bilge GÜLMEZ</b> Kafka'nın "Dönüşüm" Adlı Eserinde Post Modern Kapitalist Bir Unsur Olarak Yabancılaşma <i>Alienation as a postmodern capitalist factor in Kafka's "Metamorphosis"</i>	<b>9</b>
<b>Ömer YAZAN &amp; Oğuzhan Okan ÇULHA</b> Konkordato Kararı Öncesi ve Sonrasında İşletmelerin İflas Risklerinin İncelenmesi: Altman Z-Skoru İle Bir Karşılaştırma <i>Examining Bankruptcy Risks of Business Before and After the Decision of Concordat: A Comparison with Altman Z-Score</i>	<b>29</b>
<b>Murat ŞAHİN</b> Gündelik Hayatın İçinde Değerler ve Değerlerin Toplumsal Boyutları <i>Values in Everyday Life and Social Dimensions of Values</i>	<b>51</b>
<b>Nihat YILMAZ</b> Pratik Siyasette Etiğin Önemi <i>Significance of Ethic in Practical Politics</i>	<b>83</b>
<b>Deren BAYSAL &amp; Şehriban KAYACAN</b> Kilo Verme Üzerine Paylaşımlar Yapan Bir Influencer'ın Takipçilerine Yönelik Netnografik Bir İnceleme <i>A Netnographic Review for Followers of an Influencer Posting on Weight Loss</i>	<b>105</b>



## EDİTÖRÜN NOTU

Değerli TÜRKİZ okurları,

2022 yılının son sayısında, farklı disiplinlerden alanında yetkin bilim insanlarının kıymetli çalışmalarını bir araya getirerek edebiyat, sosyoloji, işletme, siyaset bilimi ve iletişim gibi beş farklı sahada sizlere keyifli bir gezinti imkânı sunma gayreti içinde olduk. Dergimizin siyasal, sosyal ve stratejik araştırma konularına odaklandığı hususunu göz önünde bulundurduğumuzda ve bu başlıkların günümüz sosyal bilimler genel sahası içindeki ağırlıkları değerlendirildiğinde, fena bir iş yapmadığımız anlaşılacaktır.

Bu itibarla, sayımızın ilk makalesinin müellifi Bilge Gülmez'in "Kafka'nın "Dönüşüm" Adlı Eserinde Post Modern Kapitalist Bir Unsur Olarak Yabancılaşma" başlıklı çalışması, literatürde önce Alman düşünür Hegel tarafından kullanılmış olan yabancılaşma kavramını ve Franz Kafka'nın seçilmiş bir eserinde bu kavramın işlenişini konu edinmektedir. Yabancılaşma edebî metinler yanında sosyoloji ve diğer sosyal bilimler alanlarında da izleri sürülmesi gereken bir kavramdır. Gülmez, Kafka'nın "Dönüşüm" adlı eserinden yola çıkarak post-modern kapitalist toplumların yabancılaşma sorununu çok yönlü olarak ele almakta ve faydaya sunmaktadır.

Sayının ikinci makalesi; Ömer Yazan ve Oğuzhan Okan Çulha'nın birlikte ortaya koydukları değerli bir işletme araştırması olan "Kon-kordato Kararı Öncesi ve Sonrasında İşletmelerin İflas Risklerinin İncelenmesi: Altman Z-Skoru ile Bir Karşılaştırma" başlıklı makaledir. Bu araştırma makalesi, işletmelerin iflastan korunarak ticari faaliyetlerinin sürdürülmesi, alacaklı taraflar ile işletme faaliyetlerinden etkilenen diğer tüm tarafların korunması amacını taşıyan konkordato kararlarını Edward Altman tarafından geliştirilen ve işletmelerin mali başarısızlıklarını tahmin etmede kullanılan yöntemle mercek altına almaktadır. Konuya ilişkin sağlam bir literatüre dayanan ve geniş bir kavramsal çerçeveye sunan analizin işletme sahasına katkıda bulunacağı kanaatimiz güçlüdür.

Murat Şahin'in "Gündelik Hayatın İçinde Değerler ve Değerlerin Toplumsal Boyutları" başlıklı sosyoloji araştırması ise, sosyolojik olarak değer kavramı üzerinde durmakta ve olgunun kavramsal ve kuramsal çerçevesini ortaya koymaktadır. Buradan hareketle; sosyal bilimlerde farklı bakış açılarıyla ele alınan değerler olgusunun, yapısı itibarıyla birçok karmaşıklık içerisinde barındırdığına dikkat çekmektedir. Yazar, kolektif yaşantı içerisinde kazanılan değerlerin, bireyin eylemleri ile anlam kazandığını, bu anlamda değerlerin bir yandan sosyolojinin, diğer yandan da psikolo-

jinin ilgi alanı içerisinde olduğunu da ortaya koymaktadır. Yazarın kolektif yaşantının bir ürünü olarak değerlerin insan davranışlarını belirlediği çıktısına ulaştığı bu incelemeyi özellikle değerler üzerinde çalışacak genç sosyoloji araştırmacılarına tavsiye ediyorum.

Dergimizin yazarlarından Nihat Yılmaz tarafından kaleme alınan "Pratik Siyasette Etiğin Önemi" adlı çalışması, esasen 61. Sayımızın muhtevasıyla tam örtüşmekteydi. Ancak o sayımızın kapak konusu olan siyasi etik bahsini önemseydiğimiz için bu sayımızda da konuyu bir şekilde sürdürmeyi tercih ettik. Nihat Yılmaz, makalesinde siyaset kurumunun kötülüklerden ve ahlak dışı davranışlardan korunması için siyasal etikle beslenmesi gerekliliğine işaret etmekte, dolayısıyla ideal bir siyasal yönetim oluşturma sürecinde etik ve siyaset kavramlarının sağladığı imkânlardan yararlanma zaruretine dikkat çekmektedir...

Sayımızın son makalesi Deren Baysal ve Şehriban Kayacan tarafından yazılan "Kilo Verme Üzerine Paylaşımlar Yapan Bir Influencer'ın Takipçilerine Yönelik Netnografik Bir İnceleme"dir. Görüleceği üzere Türkiz'in güncel sosyal konulara ve bunların izdüşümü niteliğindeki araştırma başlıklarına ilgisi vardır. Kelime anlamı itibariyle "etkileyici" olarak çevrilebilecek influencer kavramı son derece yeni bir kavramdır. Bu çağa özgü ve popüler bir kavram hatta artık bir meslek olan "influencer"lık sosyal medya aracılığıyla, farklı ürün ve hizmetleri takipçileri ile paylaşarak onları etkileyen kişilerin işini ifade ediyor. Makaleyi ortaya çıkaran araştırmalarında yazarlar, katılımsız gözlem tekniği ile, ilgili Instagram hesabından toplanan verileri, nitel netnografik içerik analizi yöntemiyle analiz etmişler, analizlerinin sonucunda önemli çıktılarını iletişim ve sosyal medya araştırmacılarının istifadesine sunmuşlardır.

2022'nin son sayısını sizlere takdim ederken; Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunun 100. yılında yeni bir şevk ve heyecanla buluşmak üzere, kıymetli yazarlarımıza şükranlarımı arz ediyorum. Bu sayımızda da emeklerini ortaya koyan Yazı İşleri Müdürümüz Sayın Konur Alp KOÇAK'a, Editör Yardımcısı Sayın Doç. Dr. Mehmet ŞAHİN'e, Doktora adayı Sayın Ufuk TOK'a, Yayın Kurulu ve Danışma Kurulu üyelerimize, dergimizin tasarım ve basım işlerini gerçekleştiren kıymetli çalışanlara teşekkürlerimi sunuyor, bir sonraki sayımızda buluşmak üzere iyi okumalar diliyorum.

**Prof. Dr. Yalçın SARIKAYA**  
Editör



# KAFKA’NIN “DÖNÜŞÜM” ADLI ESERİNDE POST MODERN KAPİTALİST BİR UNSUR OLARAK YABANCILAŞMA

*Alienation as a postmodern capitalist factor in Kafka’s  
“Metamorphosis”*

**Bilge GÜLMEZ**

Arş. Gör.; Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Eğitim Fakültesi,  
Yabancı Diller Eğitimi Bölümü, Erzincan.

byikilkan@erzincan.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9476-4188

## Özet

Yabancılaşma sadece edebiyatta değil diğer tüm disiplinlerde ele alınan bir kavramdır. Bu çalışmada Franz Kafka’nın Dönüşüm adlı eserinde yabancılaşma kavramı post modern kapitalizm çerçevesinde irdelenmiştir. Çalışma, post modern kapitalist toplum çerçevesinde ele alınması yönüyle ilk çalışmadır. Yabancılaşma kapitalist toplum ve post modern edebiyat ile yakından ilişkilidir. Kapitalist toplumlarda yabancılaşma en sık görülen sosyo-psikolojik bir vaka olması sebebiyle özellikle post modern edebiyatta yaygın olarak tartışılan bir konudur. Çalışmada, öykünün kahramanı Gregor Samsa’nın bir böceğe dönüşmesi; ailesine, iş arkadaşlarına ve kendisine yabancı hale gelmesi post modernizm çerçevesinde ele alınmıştır. Sonuç olarak, Gregor Samsa, aile içinde modern köle gibi çalışmakta ancak böceğe dönüştükten sonra atıl duruma düşmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Franz Kafka, Dönüşüm, Post modern Edebiyat, Kapitalizm, Yabancılaşma Gregor Samsa

### **Abstract**

*The Alienation is a concept not only in literature but in all other disciplines. In this study, the concept of alienation in Franz Kafka's "Metamorphosis" was examined within the framework of post modern capitalism. The study is different in that it was dealt with within the framework of post modern capitalist society. Alienation is closely related with capitalist society and post modern literature. Since alienation is a highly common socio-psychological case, it is frequently debated in post modern literature. abstract should include information about the aim, scope, method, findings and results of the study. In the study, that the protagonist, Gregor Samsa turned into a beetle and that he became alienated to his family, his colleagues and himself was investigated from post modern framework. In conclusion, Gregor Samsa works like a modern slave in the family, but falls into an idle and gets alone after transforming into a beetle.*

**Keywords:** Franz Kafka, Metamorphosis, Post modern Literature, Capitalism, Alienation Gregor Samsa

## **Giriş**

Küreselleşmenin etkisi ve kapitalizmin gittikçe daha fazla kendini göstermesi ile toplumlarda bireyselleşme ve topluma yabancılaşma dikkat çekmektedir. Post modern çalışmalar aslında kapitalizmin gelişiminin bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Nitekim kapitalizm, çok çalışma ve daha fazla kazanç sağlamayı destekleyen bir ideolojidir. İnsanların iş ve çalışmaya daha fazla vakit ayırması ailesinden, arkadaşlarından ve toplumdan biraz daha uzaklaşması ve gittikçe daha fazla bireysel bir yaşamın ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Birey kendine ve içinde bulunduğu topluma daha fazla yabancılaşmaktadır.

Post modernizm yeni bir sistemin açıklaması değil daha çok kapitalizmin bir nevi dönüştürülmüş halidir (Jameson, Gölcü, & Plümer, 2008). Hatta bazı araştırmacılar tarafından post modernizm, kapitalizmin beşiği olarak düşünülen Amerika'nın kültürü olarak

görülmektedir (Aytaç, 2001:18). Toplumun kimliksel bozulumu, kapitalizmin teşviki ile ağırlaşmış, ben-merkezcilik artmış ve geleneksel kültürden uzaklaşmıştır. Kapitalizm, post modernizm ile birlikte tüketim toplumunu desteklemiştir. Tüm bunların sonucunda toplumda "üretimden ziyade tüketiyorsam varım" anlayışı gelişmiştir. İnsan, insani değerlerden uzaklaşmış ve bir nevi kendi toplumuna yabancılaşmıştır (Argın, 1992:117). "Post modernizm; bireyi baskı altında tutmak amacıyla kitlelere empoze edilen gerçek ve doğru düşünceleri reddeder, bilginin doğruluğu ile ilgilenmez, derin anlama yönelirken metafizik bir düzlem oluşturur" (İlhan, 2012:112). Metafiziksel paradigmlar, aslında herkesin gördüğü olaylarla değil arkasındaki mesaja yönelir.

Bu çalışmada, Franz Kafka'nın dönüşüm adlı eserinde yabancılaşma olgusu daha çok post modern bir unsur altında kapitalizmin sonucu olarak incelenecektir. Kendi yaşamından kesitlerin toplandığı bir eser olarak da görebileceğimiz *Dönüşüm* Kafka'nın yalnızlığı ve yabancılaşmasını ele almakta toplumun kendi değerlerinden uzaklaştığını belirtmektedir. Kapitalizmin bir insanı "böcek"e dönüştürdüğünü anlatan eserde yabancılaşmanın kaçınılmaz olduğu aşikardır. Bu çalışma, yabancılaşmayı post modern/kapitalizmin sonucu olarak ele aldığından dolayı söz konusu eser üzerine yapılan diğer çalışmalardan farklıdır. Çalışmamızda, yabancılaşma modernist bakış açısına göre değil post modernizmin bir unsuru olarak değerlendirilmektedir. Nitekim yabancılaşma, nesnelleşme veya bireyselleşme sonucunda ortaya çıkmaktadır ve tüketim toplumunun post modernizmin sonucu olarak değerlendirildiği bir süreçte yabancılaşma kaçınılmazdır. Yabancılaşma, toplumsal yaşamdan bireysel yaşama geçişin kendisidir.

## 1. Yabancılaşma

Yabancılaşma, edebiyatta post modern ve modern akımların temel konularından biridir. Bireyi ele alan eserlerde bireyin toplumsal yalnızlığı ve toplumdan uzaklaşması bu akımların dikkatini çekmektedir. Tüketim toplumuna geçiş post modern edebiyatta yoğun

bir şekilde ele alınırken, modern edebiyat üretim kökenli toplumu değerlendirmiştir. Modern edebiyatta, toplumsal farklılaşma ve toplumsal parçalanma ve yabancılaşma post modern edebiyatta karşı çıkış olarak ele alınmıştır (Kahraman, 2002). “Geleneksel toplumdan modern ve post modern topluma geçişle birlikte kimlik bunalımı, yabancılaşma ve değersizleşme gibi olgular ortaya çıkmıştır” (Durak & İrgat, 2016:77). Tüketim toplumunu ele alan post modernizmde, kapitalizm her yeri çepeçevre sararak bağımlılıklardan oluşan bir düzendir. “Kapitalizmde her şey bağımlıdır ve zincire vurulmuştur” (Janouch, 2008:62). Bu yüzden, kapitalist düzenin yabancılaşmanın üzerinde bir tesiri bulunmaktadır.

Yabancılaşma bir çalışmada (Gül, 2016:77) aslında “yabancı olma veya yerine sığamama durumu” olarak tanımlanmakta ve post modern yaklaşım içerisinde hayli şikâyet edilen çoğulcu uğrağın aşınması veya bir yerden bir başka yere sürüklenmenin örneği olarak Edward Said’in (2003) deyiimiyle “yersiz yurtsuzlaşma” biçiminde tanımlanmaktadır. Birey ancak siyasi ve toplumsal ideolojilerden kurtuluşunu yabancılaşma ile gerçekleştirmektedir. Bu açıdan yabancılaşma sadece olumsuz değil olumlu bir olgudur. Yabancılaşma, İngilizce alien kelimesi ile ifade edilmektedir. İnsan olmayan veya gayri-insani anlamında kullanılmaktadır. Almanca’da (Önen, Şanbey, & Ülkü, 1993) yabancı kelimesi başka bir yere ait olan anlamında fremd ile veya doğasına, özüne aykırı, karakterine uymayan anlamlarında wesensfremd kelimesi ile ifade edilmektedir. Yani insan kendini bir yere ait olarak hissetmiyor veya özüne doğasına aykırı bir şeyler yapmak zorunda kalıyorsa, yabancı olarak nitelendirilmektedir.

Toplumsal ve fikirsel açıdan yabancılaşma olarak ele alındığında sosyoloji ve felsefe alanında öncül konulardan bir haline gelir. Fransızcadaki karşılığı “alienation” ise birşeyi bir başkasına devretme veya kökten değiştirme, bozma, “akıl bozukluğu” anlamı taşır (Doğan, 1998: 25). Burada kastedilen başkası veya öteki haline getirilme durumudur. Türkçeye Farsçadan geçen bu kavramın

kökünü "yâbân" olup birçok yapısal değişimlere uğrayarak "uygarlaşmamış, toplum dışı kalmış" anlamında kullanılmaktadır.

Yabancılaşma kavramı ilk kez Alman felsefeci Hegel tarafından kullanılmış ancak Hegel öncesi dönemde kilise hâkimiyetinde Ortaçağda "şeytana uymuş" "çıldırılmış" veya "delirmiş" anlamı taşımaktadır. Özellikle 1945 savaş sonrası dönemde düşüncü epistemolojik temellerde yaygın olarak kullanılmıştır (Tuğcu, 2002: 11). Terim neredeyse sosyal bilimlerin her alanında yaygın olarak kullanılmaktadır. "En genel anlamıyla; bireylerin belirli bir süreç ve ortamdan, birbirlerinden, mevcut olan düzenden, kendi benliğinden, değerlerinden, ürettiklerinden, emeğinden uzaklaşmasıdır" (Işık, 2022:384). Düşünsel açıdan ilk kez aydınlanmacı yazarlar olan Rousseau ve Goethe kökenli olmasına rağmen felsefi yorumu Hegel ile anlam kazanmıştır.

Yabancılaşma kavramının Eski Ahitte geçen puta tapmakla ilgili olayları yorumlamada ortaya çıktığını iddia eden çalışmalar mevcuttur. Söz konusu bu olaylarda; insanlar politeist olup kendi yaptıkları putlara taparlar. Kendi tinleri ile ilişkiye geçmeleri bu putlar vasıtasıyla gerçekleşir. "Kendi gücünün ve varlığının farkına varmayan ya da kendisindeki gücü doğrudan kavrayamayan insan, yabancılaşma ile karşı karşıya kalmıştır" (Tolan, 1981: 143). Adem'in cennetten kovulması ile başlayan bir süreç olarak yabancılaşma değerlendirilebilir. Bu açıdan yabancılaşmanın başlangıcını insanın dünyaya gelmesi olarak değerlendirilebilir. Bu yüzden yabancılaşma aslında Hristiyanlıkta ilk günah "kafirlik" yani putperestlik kavramı olarak ele alınmaktadır. "Hristiyanlıkta süregelen "günah ve kefarete öğretisi" Hegel'e göre varlık, sürekli bir gelişim içerisinde olan bir varlıktır ve o yabancılaşmayı yorumlarken "tin", "ide", "logos" ve "us" kavramlarını göz önünde bulundurur" (Bozkurt, 2005:51). Bu tanımlamalardan yola çıkarsak yabancılaşmanın çok boyutlu bir özelliğe sahip olduğunu iddia edebiliriz. Nitekim ilahiyat, felsefe, sosyoloji ve antropolojik açıdan kavramsallaştırılan bu olgu edebiyatla da ilişkilendirilmesi gereken bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyalistlere göre, yabancılaşma “çalışma sürecinin yabancılaşması”, “ürünün yabancılaşması”, “kişinin kendine yabancılaşması” ve “başkalarına yabancılaşma” olarak nitelendirilir (Bayram, 2013:10). Yabancılaşma kavramı modernleşmenin bir göstergesi olan makineleşme ve endüstrileşme ve kentleşmenin hızla ilerlemesinden sonra olduğu gibi post modern dönemde de varlığını hissettiren bir alan olagelmıştır. Bu nedenle post modern konsumerist bir bakış açısıyla değerlendirilecek olursa yabancılaşma ekonomik bir boyut kazanmaktadır. Bunun haricinde özellikle günümüzde “ailevi faktörler, kişinin karakteristik nitelikleri, teknolojik ilerleme” bireyin daha fazla kendine ve içinde bulunduğu topluma yabancı kalmasına neden olmaktadır. 21. Yüzyılda bilhassa Covid-19 pandemisi sonrasında “toplumsal ve ekonomik değişimler insanı kendisine yabancılaştırmış ve onların yalnızlığı, bunalımları, yabancılaşması edebi ürünlerde de yerini almıştır”. Post modernizmin bir göstergesi olan dijitalleşme ve sosyal medya özellikle Z kuşağının yabancılaşmasına neden olmaktadır. Bu olgu edebiyat alanında daha yaygın işlenmeye başlamıştır. Genç Werther’in Acıları, Yer Altından Notlar, Yabancı-Albert Camus gibi klasik eserlerde yabancılaşma kavramı dikkat çekmektedir. Yabancılaşma özellikle Kafka ve Bernhard’ın eserlerinde önemli bir yer edinmiştir.

Çalışmamızın konusu olan Dönüşüm eserinde olduğu gibi diğer birçok eserinde yazar, Franz Kafka’da “yabancılaşma ‘kendine yabancılaşma’ çerçevesinde ‘insan’ odaklı sorunsallaştırılmıştır. Yabancılaşma psikolojik boyuttan toplumsal boyuta doğru kendini hissettirir. Bu noktada Franz Kafka simgesel bir dünya kurarak; düzenle sorun yaşayan insanları, anlamsızlığı ve insanın mutsuzluğunu resimlemiştir” (Çiçek, 2015:144). Yabancılaşma, Kafka’nın eserlerinde simgesel bir boyutla beraber sunulmaktadır. Yalnızlığı ve yabancılaşmayı simgelerle anlatmaktadır. Yabancılaşma insanın bulunduğu ortamdaki düzensizlikle alakalı bir durumdur aynı zamanda. Aıştığı bir ortamın değişmesi insanın kolayca kendini yabancı hissetmesini sağlar. Kendine yeni bir ortam veya yeni bir dünya yaratan Kafka gerçek dünyayı iç içe görmektedir. Zira kendi-

sinin ailevi ilişkileri, dil, doğduğu ve büyüdüğü şehir ve birde kimlik bunalımı onu yabancılaşmanın eşiğine getirmiştir. Bir yanda dini kimliği olan Yahudilik, diğer yanda dilsel kimliği olan Almanca ve yaşadığı yer olan Çekya Kafka'nın yabancılaşmasına öncü olur.

## **2. Post Modern Edebiyatta Yabancılaşma**

Edebiyatta post modernizm sıklıkla modernizm sonrası akım olarak tarif edilerek, modernizmin aksine "kurmacayı, idealizmin yerine oyunsuluğu, seçkinciliğin yerine de çoğulculuğu deklare eden bir akım olarak tanımlanır" (Karabulut & Biricik, 2017). Post modern edebiyatta, belli bir tema işlenirken belli bir dünya görüşü benimsenir. Anlatılarda kesinlik olmaması, toplumun, ailenin bölünmüş olması ve bölünme sürecinin devam etmesi, ailenin birbirine yabancı olması (Rezaei, 2010:16) post modernizmin özellikleri arasındadır. Nitekim tüketim toplumu post modernizmin bir özelliği olarak insanı fragmanlar haline getirmektedir. Geç dönem kapitalizmin kültürel çerçevesi olarak tanımlanabilen post modernizm, statükonun korunmasına karşı çıkar (Jameson, 1991). Yani, dönüşümün er ya da geç gerçekleşeceğini savunur. "Post modernizm modernizmin yerinden edilmişlik, yabancılaşma ve bireysel algıya dönmek eğilimlerini daha da kesinleştirir; modernistlerin gözlemlediği düzensiz dünya "kaos" post modernistlerin çıkış noktasıdır" (Timur, 1999: 322). Post modernizm, modernizm ile gelişen yabancılaşmayı ideolojik olarak amaç edinerek, devam ettirir. Post modern birey, "aşkın normlardan, insani değerlerden, geleneksel bağlılık ve sadakatlerden, topluluk kurallarından özgür olmayı arayan birey olarak tanımlanır" (Yılmaz, 1995:13). Demir (2018: 64) için, insanın topluma yabancılaşması kapitalizmin bir sonucu olup "nesnelleşme, uzaklaşma türüne yabancılaşma" kavramları birlikte açıklanabilir.

Post modern edebiyat özellikle hayatın sabit olmadığı, değişken nesne ve yaşamın olduğunu kabul ederek, dönüşümün kaçınılmaz olduğundan bahsetmektedir. Post modernistler, sıklıkla gerçek, mana, öz veya kimlik gibi olguların varlığını reddederler (Sim,

2013: vii). Her şeyin değişken ve dönüşüm halinde olduğunu iddia eden post modernistler, evrensel kuralların olduğu görüşünü eleştirirler. Dolayısıyla belli bir topluluk ile bir arada olmaktan ziyade insanın yabancılaşma olasılığı daha fazladır. Post modernizmin öncülerinden Jacques Derrida ve Michel Foucault otoriter ve siyasi sistemlere karşı çıkarak post modernizmin aslında modernizme karşı duruşu olduğunu iddia ederler (Sim, 2013:x). Nitekim, post modern tüketim toplumlarının bireysel bir yaşamı tercih etmeleri ile kendine ve topluma yabancılaşma ihtimalleri daha fazladır. Topluma yabancılaşma aslında kişinin kendine yabancılaşmasının bir sonucudur.

Erich Fromm'a göre yabancılaşma, insanın duygularını rahatsız eden kapitalist toplumun bir sonucudur. İnsanın kişiliğinin büyümesi ve yabancılaşmadan sorumlu faktörler, sosyal koşulların insan varlığı üzerindeki etkisine tabidir. Fromm'a göre, tüm yabancılaşma türleri arasında kendine yabancılaşma en önemlisidir. Kendine yabancılaşma, kendi farkındalığının olmaması veya tamamen kaybolmasıdır. Kendine yabancılaşmayı duygularla ilgili olarak değerlendirir. "Sağlıklı Toplum" adlı kitabında şöyle yazar: "Yabancılaşmanın anlamı, kişinin kendine yabancılaşma hissettiği duygu sürecidir". Yabancılaşmış bir insan zorunlu olarak topluma yabancılaşır, çünkü kendine yabancılaşma kimliği ve öz-farkındalığın yokluğu ya da kaybı durumu onu zorunlu olarak topluma yabancılaştırır. Bunun temel nedeni post modern dünyanın değerlerinin toplumsal yapıya zorunlu olarak baskı uygulamasıdır. Bu değerlerin kabul edilmesi ve içselleştirilmesi bireyin nedensiz bir şekilde toplumdan uzaklaşmasına yol açmaktadır.

### 3. Dönüşüm'de Post Modern Yabancılaşma

Dönüşüm adlı eser toplamda yetmiş üç sayfadan oluşmakta ve yazarın bizzat kendisi tarafından anlatılmaktadır. Dönüşüm eseri bazen değişim olarak çevrilmiştir. Ancak burada Almanca Die Verwandlung daha ziyade köklü bir değişimi ifade etmekte ve daha çok dönüşüm olarak anlaşılmaktadır. İngilizce'de Metamorphosis



veya Transformation olarak geçen öykü dönüşüm anlamında çevrilmiştir. 1915 yılında tamamlanmış bir öyküdür.

Dönüşüm'de daha başlangıçta post modern bir yabancılaşma olgusu karşımıza çıkmaktadır. Nitekim kitabın ilk girişinde kitabın kahramanı "Gregor Samsa'nın tedirgin olduğunu ve uyandığında bir böceğe dönüştüğünden" bahseder. Bu dönüşüm tedirgin düşlerden uyandığında gerçekleşir. Tüketim toplumunun verdiği bir tedirginlik ile "kendini yabancı bombeli, kahverengi ve yay biçimli sertlikler ile karnının bölünmüş" olduğundan bahseder. Burada aslında Samsa insanlığımızın samimiyetini sorgulayarak konuya giriş yapar. Korkmaz (2009:120), Dönüşüm adlı romanda Samsa'yı şöyle tanımlar:

*Franz Kafka'nın Gregor Samsa'sı ise, yakınlarımızdaki uzakları, ebeveynler arasındaki aşılmaz sınırları ve insanın mutlak yalnızlığını ifade etmek için bir böceğe dönüştürülür. Böylece insanlar arası giydirilmiş/kabullenilmiş mesafeler dışlanır: "Bir yakınınız bir sabah iri, kara bir böceğe dönüşmüş olarak uyanırsa ne yaparsınız?" gibi bir sorunun cevabı aranır. Oysa varlıklar arası sınırlar bizim gözlemlediğimiz ve bildiğimiz, kategorize ettiğimiz sınırlardır.*

Ebeveynler ile ilişkilerin bozulduğu ve belli sınırların konulduğu; insanın yalnızlığa itildiği bir zamanda Samsa, böceğe dönüşerek insanların çizmiş olduğu mesafelerden uzaklaşır. Yalnızlık aslında onun için olumlu bir gelişmedir. Karnının bölünmüş olması ve kahverengi bir kabukla kaplanmış olması, bireyin tamamen toplumsal baskı altında olduğundan ve kuşatılmışlığından bahseder. Birey bu aşamada yalnızdır.

Samsa'nın bir pazarlamacı olarak gece gündüz çalışması kapitalist toplumun en fazla göze çarpan özelliğidir. Nitekim Samsa kapitalist toplumun ağırlığı ile ilgili şikayetlerini ve tüketim toplumunun karmaşık yaşamına değinirken şu ifadelerden yararlanmaktadır:

*Samsa, Tanrım diye düşündü. Ne zor bir meslek seçmişim! Gece gündüz yollardayım. İşle ilgili telaşlar evdeki asıl işle ilgili olanlardan çok daha büyük, üstelik bir de sırtıma şu seyahat belası yüklenmiş durumda, tren bağlantılarıyla ilgili kaygılar, düzensiz, kötü ye-*

*mekler, sürekli değişen, asla uzun sürmeyen, asla içten olmayan bir ilişki trafiği (...) Şeytan görsün yüzlerini. (K.2013:6)*

Post modern toplumlar aynı zamanda tüketim toplumdur. Çok çalışmayı ve sürekli koşuşturmaca içinde geçen bir yaşamı barındırırlar. Birey, böyle bir toplumda kendisine bile yabancıdır. Samsa böceğe dönüştükten sonra vücudunu tanımaya çalıştığını söyleyerek kendine yabancı olduğunu göstermektedir.

*Samsa, başını daha iyi kaldırabilmek için yavaş yavaş yatağın başucuna doğru sırtüstü kaydı; kaşınan yeri buldu, orası ne olduklarına karar veremediği bir sürü küçük beyaz noktacıkla kaplıydı; bir ayağıyla söz konusu yere dokunmak istedi, ama hemen ayağını geri çekti; çünkü dokunduğu anda vücudunu soğuk bir ürperti kaplamıştı. (K.2013:6)*

Tedirginlik, insanlar arasında farklı bir dünyadaymış gibi hissetme, ruhsal olarak yalnızlığın sebeplerindedir. Bunu yanı sıra, hayatın acımasızlığı ve kanaatsiz bir yaşam kapitalist toplumun önemli özelliklerindedir. Eserde Samsa, anne-babasına ve kız kardeşine maddi olarak bakmakla yükümlüdür. Böceğe dönüşmeden önce patronunun ve iş ortamının ne kadar acımasız olduğunu; böceğe dönüştükten sonra eve gelen müdüre işten çıkarmaması ve patronunun yanında değil kendi tarafında yer almasını istemektedir. Zira durumu şöyle açıklar:

*(...) Şimdi müdür bey, görüyorsunuz dik kafalı biri değilim ve çalışmayı seviyorum; seyahat etmek yorucu, ama seyahat etmeden de yaşayamam ben. Nereye gidiyorsunuz böyle Müdür bey? İşyerine mi? Evet mi? Her şeyi gerçeğe sadık kalarak rapor edecek misiniz? İnsan çalışmaya şu an elverişli durumda olmayabilir, ama işte tam da bu, onun önceki performanslarını anımsamak ve ileride, engellerin ortadan kalkmasıyla birlikte, kesinlikle daha gayretli ve daha derli toplu çalışacağını düşünmek için en doğru zamandır. Patron bey'e çok şey borçluyum sizde biliyorsunuz. Diğer taraftan, anne babamın ve kız kardeşimin bakımı benim üstümdedir. Gördüğünüz gibi bir kısıp girmiş durumdayım, ama çabalayıp yine bu durumdan çıkacağım. (K.2013:21)*

İşini kaybetmemek için çaba gösteren Samsa, toplumun ne kadar sosyal yaşama girdiğini ve kendi yakın akrabalarına dahi yabancılaştığını anlatmaktadır. Eserin temel konusu aslında bire-

yin kendi bedeninden, varoluşundan kopması kendi olağanüstü durumunu bile göz ardı etmiş olması ve kendine yabancılaşmasıdır. Post modern toplumlar, kapitalizmle birlikte gittikçe bireyi dışlamakta ve onu kendine yabancı kılmaktadır. Zaten, ailesine bakmakla yükümlü olan Samsa anne babası tarafından dışlanmış sadece kız kardeşi ona bakmak istemiştir. Ancak bir süre sonra kız kardeşi bile onu terk edecektir. Hayatın acımasızlığı, onu yalnızlığa itecek. Kafka burada bu trajediyi herkesin yaşayabileceğinden bahseder.

Yabancılaşma sadece toplumdan dışlanma ve duygusal ve fiziksel yalnızlık değil aynı zamanda çevredeki değişimle de alakalı bir durumdur. Etrafımızda olan değişiklikler alışılmışın dışında görüntüler yabancılık hissini artırmaktadır. Samsa, anne ve kız kardeşinin odasının düzenini değiştirmesi sebebiyle farklı duygular hissetmekte ve yabancı bir yerde olduğu kanısını taşımaktadır:

*(...) gerçekten de miras kalmış mobilyalarla oldukça konforlu döşenmiş bu sıcak odayı bir mağaraya dönüştürme hevesine mi kapılmıştı? Elbette bu durumda rahat rahat sağa sola hiç engellenmeden sürünebilecek, ama aynı zamanda da insani geçmişini bütünüyle, çok çabuk unutacaktı... Hiçbir şey uzaklaştırılmamalıydı; her şey olduğu gibi kalmalıydı, mobilyaların kendisi üzerinde yaptığı olumlu etkilerden yoksun kalmazdı; eğer etrafta anlamsızca dolaşmalar sırasında mobilyalar onu engelliyorsa bu, bir zarar değil, aksine büyük bir avantajdı. (K.2013:42,43)*

Post modern toplumlarda, düzendeki değişiklik, insanın yeni bir ortama ve çevreye ayak uydurması ve nihayetinde yeni düzene alışınca kadar kendini yabancı hissetmesine yol açar. Eşyalarla etkileşim yeni düzene yabancı kalmamaktır. Çünkü bireyin maddi dünya içinde tek yabancı olmadığı şey eşyalarıdır. Eşyalarla etkileşim halinde olması, onlarla vakit geçirmesi bireysel bir yaşamı teşvik eder. İş hayatında ve sosyal hayatta sürekli mücadele etmek bazen başarısızlıkla sonuçlanabilir. Aile yaşamı bireyin yabancılaşmaya itilmesine neden olur. Samsa'nın aslında yabancı olması ailesinden kaynaklıdır. Hiç beklenmedik bir anda ailesi onu terk etmeye başlamış ve onu yalnız bırakmıştır. Böceğe dönüşmüş

olması değil daha çok gelir kaynaklarının bir anda kesilivermesidir onları rahatsız eden ve Samsa'nın terk edilmesine neden olan. Eski haline dönme ihtimalini düşünerek yemek veren kız kardeşi Grete, Samsa'nın artık işe yaramadığını ve ölüme terk edilmesi gerektiğini söyleyen ilk kişidir. Burada kapitalist toplumun tipik özelliği olan çıkar amaçlı ilişkiler göze çarpar. Nitekim, böceğe dönüşen Samsa'dan normale dönüş sinyali alamayan anne-baba gözlerini kız çocukları Grete'ye çevirirler ve artık çalışıp onlara bakmasını beklerler. Artık post modern kapitalist düzenin aile içinde yeni kurbanı Grete'dir. Çiçek (2015:149) bu ilişkiyi yabancılaşma olarak aktarır. Aileye bakan, dönüşmeye başlayan ve zamanla girdaba giren Grete'dir. Samsa ölünce aile herhangi bir şey hissetmez, kendi hayatları diğerlerinden daha önemlidir.

### **Sonuç**

Post modern kapitalist toplumlarda yalnızlaşma ve gittikçe topluma yabancılaşma göze çarpan bir özelliktir. Kafka ailesi ve topluma gerçek hayatta hep yabancı olarak yaşamıştır. Bu hayat tarzını eserlerinde hep işlemiştir. Kafka'nın Dönüşüm'ü birçok kez Değişim olarak çevrilmiş olsa da aslında eserde köklü bir değişim yaşanmakta ve tamamıyla dönüşümü anlatmaktadır. Nitekim kapitalist toplumlarda bireysel yaşam ve çıkar ön planda olduğundan bireyin dönüşümü kaçınılmaz hale gelmektedir.

Dönüşüm adlı romanda, Gregor Samsa, post modern kapitalist toplumda bireyin nasıl yalnız kaldığını ve yabancılaştığını ortaya koyar. Kafka'nın kendi hayatından esinlendiği bu eserde Kafka, psikolojik ve toplumsal yabancılaşmayı öykünün kahramanı Gregor Samsa'yı böceğe dönüştürerek; bir odada yaşadıklarını anlatarak ele alır. Bu eser her ne kadar 1915'lerde yazılmış olsa da günümüz post modern edebiyat anlayışı çerçevesinde örnek teşkil edebilir. Çalışmamıza daha önce ele alınan yabancılaşma kavramına post modern ve kapitalist toplum çerçevesinde yaklaştık. Birey topluma yabancılaşmakla kalmaz aynı zamanda toplumun şekillenmesine katkıda bulunur. Foucault, örneğin toplumun

aslına belli bir kalıp içerisinde yaşadığını ve bireyin gerçek kişiliğini yansıtmadığını betimler. Bu açıdan bireyin topluma uygun davranış sergileme ihtiyacı hissetmesi nedeniyle toplumda bulunan herkesin birbirine yabancı olduğundan bahseder. Post modernizmin öncülerinden olan Foucault, Marx'ın toplum ve birey arasında ki diyalektik ilişkisine karşı çıkararak bireyin yabancılaşmasının toplum tarafından değil toplumun her bir ferдинin kendiliğinden yabancılaştığını ve her yabancılaşmış bireyin de toplumu oluşturduğunu iddia eder. Oysa Marks bireyin yabancılaşmasını ekonomi politik ekseninde ele almakta, bireyin toplum ile ekonomi boyutunda etkileşimi çerçevesinde yabancılaştığını iddia eder. Foucault, sosyal teori açısından yabancılaşmayı ele alarak bireyin toplum ile iç içe olması ve onun doğal davranış sergilemesine engel olduğundan bahseder. Bu çalışmamızda, post modern sürecin bireyin "Dönüşüm" ve yabancılaşmasına neden olduğunu iddia etmekteyiz.

Franz Kafka'nın "Metamorfoz" adlı öyküsünde, kimlikler değişikçe ve gerçek kaybolur gibi görüldükçe, okuyucu yalnızca üst anlatılara şüpheyle yaklaşmakla kalmaz, nihayetinde onların varlığından da emin olamaz. "Metamorfoz" ima kullanımı, açıklayıcı kurguların eksikliği ve gerçekle olan eksik bağlantısıyla post modern bir metin olarak hareket eder.

Post modernistler "edebiyatta parodi, pastiş ve kinaye gibi 'metinlerarası unsurları' ön plana çıkarmakta, bunların hepsinde metin ile güvenli bir dış gerçeklik arasında değil de daha çok metin ile diğeri arasında büyük ölçüde göndermedir. Kafka, Samsa ailesinin etrafındaki dünyanın gerçekliğinden ziyade metinler arası gerçeklikleri vurgular.

Çözumsuzlük ve daha da önemlisi Gregor'un durumunun nedenine dair herhangi bir arayışın olmaması, "parçalanmayı heyecan verici, özgürleştirici bir fenomen, sabit inanç sistemlerinin klostrufobik kucaklamasından kaçışımızın semptomu" olarak gören postmodernistin tutumunu sergiler. Kafka'nın öyküsü,

erişilebilir herhangi bir gerçek ya da açıklamadan yoksun olması bakımından doğası gereği post modern'dir; Gregor Samsa'nın ceset kabuğu için perde kalkmayacaktır.

Post modern eserler yeni bir yazı tarzını değil, daha ziyade edebi türlerin karışımını ve Baudrillard'ın "bir göstergenin alta yatan bir gerçekliğin yüzeysel bir göstergesi olduğu geçmiş bir 'doluluk' dönemi" olarak adlandırdığı dönemden, göstergenin "hiçbir gerçekliğe benzemediği" bir aşamaya geçişi temsil eder. "Metamorfoz", yeni bir edebi formun icadının değil, önceden var olan metinlerin ve formların derlenmesinin mükemmel bir örneğidir.

Frederic Jameson (1991) Postmodernizm adlı kitabında tarihsellikten bahsederken bunu "şimdinin tarih olarak algılanması; yani şimdiyle, onu bir şekilde yabancılaştıran ve bize tarihsel bir perspektif olarak nitelendirilen uzaklaşma imkânı veren bir ilişki" olarak tanımlar. Gregor Samsa için şimdiki durumu, tarihselliğe angaje olmayı gerektirir. Tamamen yabancılaşmış olması, zihninin kendisini içinde bulunduğu koşullardan koparmasına neden olur; "Gregor, son iki aydır doğrudan insani konuşmalardan yoksun olmanın ve aile hayatının monotonluğunun zihnini karıştırmış olması gerektiğini fark etti, aksi takdirde odasındaki eşyaların boşaltılmasını büyük bir ciddiyetle dört gözle beklemiş olmasını açıklayamazdı.

Eski aile mobilyalarıyla o kadar rahat bir şekilde döşenmiş sıcak odasının, her yöne engelsiz bir şekilde sürünebileceği çıplak bir ine dönüştürülmesini gerçekten istiyor muydu, ama bunun bedeli aynı anda insan geçmişine dair tüm hatıralarını bir kenara bırakmak mıydı?" (Kafka 57). Gregor eski yatak odasının/hayatının sıcaklığını özlemekte, o odadaki hayatının ne kadar sefil olduğuna dair düşüncelerini rahatça bastırmaktadır.

Jameson'ın şimdiki zaman için nostalji teorisi, Samsa'nın yaşadığı dönemde kitlesel kültürel göstergeler olmayan film ve televizyona yaptığı vurgu dışında, Gregor'un durumu için tartışmasız

bir şekilde geçerlidir. Haşarat haliyle Gregor sık sık koltuğa tırmanır ve pencere camlarına yaslanırdı, "belli ki bir zamanlar pence-reden dışarı bakmanın ona verdiği özgürlük duygusunu hatırlı-yordu" (Kafka 51).

Yeni bedeninde, aslında bir insan olarak sahip olduğundan da-ha fazla özgürlüğe sahip olduğu gerçeğini kabul etmeyi ihmal eder. İnsan olarak Gregor işine ve ailesine bakmanın getirdiği mali yüke o kadar gömülmüştür ki, işi bırakıp hayatını istediği gibi yaşaması düşünülemezdi. Bir canavar olarak Gregor, maddi ve diğer tüm sorumluluklardan kurtulmuştur; ancak değişmiş nostaljiye kapıldığında bu faydaların farkına varamaz. Gerçekliği, onun temsili lehine reddeder.

Franz Kafka'nın *Dönüşümü*, modernitede yazılmış olsa da, açık-ça post modern bir metin olarak hizmet edebilir. Gregor Samsa, dönüşümünden önceki ve sonraki hayatının dehşetine rağmen, şimdiki zaman için nostalji teorisine bağlı olarak belirgin bir şekilde çalışır. Kafka'nın yazıları, gerçek olanın kaybını ve meta-anlatıların reddine doğru kaymayı vurgulayan yüksek derecede metinlerarası imalar sergiler. Gregor'un metamorfozunu kabul eden okur, nihayetinde post modern sonucu da kabul etmiş olur; gerçek sadece bulunamayacak durumda gerçektir. Gerçeğin peşinde olan Kafka tam da gerçeğin içinde kaybolarak gerçeği bulmuş olur. Burada Gregor Samsa'nın böceğe dönüşmesi gerçek dışı değil gerçeğe ulaşmak için yapılan bir metafordur.

O halde metamorfoz, Gregor'u hayatının çözülmez sorunu olan bir hakikat ya da Kafka'nın deyimiyle bir yalan olarak var olma gerçeğiyle yüzleşmeye zorlar. Bu bölümün doruk noktası, Gregor'un daireden çıkmaya çalışırken başkatile yaptığı konuşma gibi görünüyor. Gregor kâtibe kendisini savunması için yalvarır, son derece özverili ve sadık olduğunu ve ailesinin geçimini sağlamak zorunda olduğunu ısrarla vurgular. Mazeretler ileri sürer, ancak bu noktada hiçbir mazeret yararlı değildir ve içinde bulunduğ zorluktan kurtulacağı ve geri döndüğünde daha da sıkı

çalışacağı konusunda ısrar eder. Gregor'un savunması son derece samimidir, suçluluğunu ve ekonomik düzene bir konformist olarak yeniden katılma arzusunu ifade eder. Gregor başkatibin artık ne dediğini anlayamayacağını ve dahası anlasa bile bunun hiçbir fark yaratmayacağını çok iyi bilmektedir. Gregor işinden nefret eder ve ondan kaçmak ister. Geçirdiği dönüşüm ona bunu yapma olanağı vermiştir. Sonunda işini ve hoşlanmadığı toplumsal düzeni terk edebilir, zaman ve borç kaygısı olmadan odasında uzanabilir hale gelmiştir. Yine de özgürlüğünü kabullenemez çünkü suçluluk duygusu kaçıştan daha güçlüdür. Gregor ikiye bölünmüştür. Bu temel krizle modern çağdaki pek çok insan gibi, Gregor da yüzleşmek zorundadır. Bu kriz, özgürlük ve esaret arasındaki çatışmadır. Bir yanda kişinin kendine karşı sorumluluğu, diğer yanda suçluluk duygusu ve toplumun ve ailenin talepleri. Post modern dünyanın metaları arasında sıkışıp kalmış ancak bu metarlardan uzaklaşamayacak kadar kendini içinde bulmuş bir durumdadır.

Kafka, insanın özünde kopuk olduğuna dair ontolojik ikilemi gözler önüne serer. Gregor'un dönüşümünden önce bile, Gregor'un diğer insanlarla anlamlı bir ilişki kurma ve sürdürme yeteneğini engelleyen işinin doğası nedeniyle izolasyonun kurbanı olduğuna tanık olunabilir.

Kafka, daha sonraki yazarların ifade ettiği keskin absürtlük duygusunu dünyaya önceden tattırdı. Kafka, bir şaşkınlık durumuyla sonuçlanan absürd dünyayla varlığın sürekli karşılaşmasını ortaya çıkarmaya çalıştı. Hiçlik, Kafka'nın tüm kurgusal dünyasında tasvir edilen sürekli kendini önemsememe bilinen bir başka özelliğidir. Dönüşüm adlı eserde ezici güçler belirgindir, çünkü Gregor'un dönüşümü açıklamasız ve değiştirilemez. Karakterlerden hiçbiri bunun gerçekliğini bir an bile sorgulamaz. Kafka en başından beri okurlara bunun bir rüya olmadığına dair güvence vermiştir. Açıklanamayan güçler, bir gece herkes uykudayken Samsa ailesine saldırır. Samsa'lar hikâye boyunca evlerini büyüleyen bir tür talihsizlik olduğu inancına tutunurlar. Kafka, normal kalıpların çarptığı karamsar bir evren çizer. Kafka'nın kahra-



manı Gregor, absürdlük biçiminde önüne konan varoluşsal bulmacayı çözemez. Sakat halinden dolayı ailesinin çalışmak zorunda kalması sebebiyle suçluluk duymaktadır. Yetersizliği nedeniyle uyuyamamaktadır. Uzakta bırakılmış normal günlük yaşamın yeniden canlanmasını düşünür. Bir dahaki sefere kapı açıldığında her şeyin mükemmel bir şekilde yoluna gireceğini ve tüm ev işlerini eline alabileceğini hayal eder.

Gregor'un varlığı ailesiyle ilişkilidir ve ailesi içindeki önemsiz konumunu hissettiğinde psikolojik bir hiçlik travması yaşamaktadır. Gregor otantik varlığını formüle etmeye çalışsa da umutsuz bir konumda bırakılmış gibidir. Gregor'un temel dönüşümü öykü başlamadan önce tamamlanmıştır ve Kafka bunun nasıl ya da neden olduğunu açıklamak için hiçbir çaba sarf etmez, çünkü bunun açıklanamazlığı onun ana noktasıdır. Açılış cümlesi Gregor'un ne olduğunun ilk farkına vardığı anı verir. Gregor'un sert kaplamalı böcek formu, bir kez ortaya çıktıktan sonra giderek daha mutlak hale gelen yalıtılmışlığının bir ifadesidir. Dönüşümü onu telafi edilemez bir duruma sokar ve bu da ölümüne yol açar. Beyhude ve anlamsız bir çaba ve gerçek iletişimin imkânsızlığı söz konusudur. Gregor'un varlığı anlamsızlaşır, kimliğini korumak için verdiği mücadele beyhudedir ve başkalarıyla iletişim kurma yeteneği hikâye boyunca parça parça akıp gider. Gregor'un durumu bir sayfadan diğerine değişir ve yaptığı her hareket, diğer tüm karakterlerin onun durumuna nasıl tepki verdiğine bağlıdır. Gregor, tüm bu süreç küçük bir birim olan aile ve onun felakete verdiği tepkiyle ilgilendiğinden, diğerlerinin onun durumuna tepki vermek yerine yanıt vermesini gerçekten arzulamaktadır. Bu sahneden sonra uzun bir süre Gregor değişen diğer özelliklerini ve yeni edindiği yeteneklerini keşfeder. İştahı tamamen değişmiş, hassasiyetleri azalmış ve ihtiyaç duyduğunda duyguları ve yapışkan ayaklarıyla deneyler yapmaktadır.

Kafka, Gregor'un artık içinde yaşadığı alçalmış durumu açıkça ortaya koyar. Gregor kendisine ne olduğunun çok farkındadır. İlk tepkisi zayıf bir iyimserlikle durumunun gerçekliğini inkâr etmek-

tir ancak bu umut, içine atıldığı sefil durumu değiştiremez. Kendisindeki yozlaşmayı, örneğin taze yiyecek yerine çöpe açlık duyduğunu gözlemlese de bunu düzeltecek gücü yoktur. Kilit altındaki varlığı, özellikle odasını temizleyen kız kardeşi Grete'yi rahatsız eden pis bir koku yaratır. Gregor ne kadar itici olduğunun acı bir şekilde farkındadır. Gregor'un durumu, fiziksel düzenlemelerde bile tüm ev halkını etkiler. Bu arada Gregor'un değişimi de devam etmektedir. Gregor sevgili kız kardeşine ve daha fazlasına bakma fantezileri kurar. Onu ve müziğini tamamen kendine saklamak ister. Bir gün tüm aileyi içinde buldukları kötü durumdan kurtarma umuduna tutunur ki bu mümkün görünmemektedir. Ölüm-cül elma yaralanması fiziksel olarak kötüleşmesine neden olur. Sonra kız kardeşi, Gregor denen yaratığın artık ailenin bir parçası olarak tolere edilemeyeceğini fark eder; Gregor'un sadece kendi sonuna razı olması gerekir. Gregor'un kendisi de ortadan kaybolmak ister, çünkü yeni edindiği varlığının diğer varlıklar için bir yük haline geldiğini bilmektedir. Fiziksel dönüşümü onu insanlığın koparır, kurbanlaştırır ve sonunda onu dünya-içindeki varlıktan vazgeçmeye ve başkasıyla olan varoluşsal ilişkisini sona erdirmeye zorlar.

Varoluşçu bir yaklaşımla da değerlendirilebilecek olan Dönüşüm post modern unsurlar içeren kalıplarla donatılmıştır. Gregor Samsa'nın yabancılaşması daha çok modern ötesi dünyanın bir sonucudur. Ezici sistem içerisinde insanın savunusu bu eserde belirgin hale gelmektedir.

Kafka'nın Dönüşümü birçok açıdan yorumlanabilir: Bir burjuva yaşamının boğucu adetleri üzerine hiciv, psikolojik bir yabancılaşma ve yabancılaştırma öyküsü ve insan yaşamının kırılma ve dayanışma. Kafka'nın Dönüşümü yaşamı tehdit eden hastalığı olanlar da dahil olmak üzere en savunmasız üyelerini koruma yükümlülüğünü kabul eden ortak bir insanlık ve dayanışma kavramına bir meydan okumayı temsil eder. Bu nedenle, hayatlarında bu zorlukla karşılaşanlar için yankı uyandırmaktan başka bir şey

yapamaz. Hikâye, kitabı rafa geri koyduktan çok sonra bile insanlığı ya da eksikliğimiz hakkında soru sormaya devam ediyor. Bu şekilde, araçsal doğaya karşı insani doğanın ikilemi arasında bir köprü kurulur: Eser hayatlarımızda yankılanır, yaşadığımız deneyime verdiğimiz tepkiyi etkiler, belki de derinleştirir ve Kafka'nın insan ıstırabına dair büyük uyarıcı hikayesini anlamamızı ve bir sonraki okumamızı sağlar. İnsanlığımız verili değildir. Yıpranabilir. Onu besleyen yapılardan yararlanarak ve insanlığımızı korumaya yardımcı olabilecek bilinçli çabalar göstererek onu koruruz. Post modernizmin getirdiği uygulamalara karşı hümanist bir yaklaşım içerisinde olmamızı sağlayan eser günümüzde halen daha güncelliğini koruyan ve çok farklı yaklaşımlarla ele alınması gereken bir çalışmadır.

## KAYNAKÇA

- Argın, Ş. (1992). Postmodern Yaşantılar, Medya ve Bizler. *Birikim*(28).
- Aytaç, G. (2001). *Edebiyat yazıları 1995-2000*. İstanbul: Multilingual Yayınevi.
- Bayram, M. (2013). Thomas Bernhard ve Yabancılaşma Sorunsalı. *Akademik Bakış Dergisi*, (37), 1-15. Bozkurt, Nejat (2005), Hegel, Say Yayınları, İstanbul.
- Çiçek, N. (2015). Franz Kafka'nın Eserlerinde Yabancılaşma Problemi. *Beytulhikme: An International Journal of Philosophy*, 5(1), 141-162. Doi: 10.18491/bijop.97020
- Demir, Z. (2018). Karl Marx'ın bakış açısından kapitalist toplumda yabancılaşma ve sonuçları. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3(5), 102-120.
- Doğan, İ. (1998). İletişim ve Yabancılaşma. İstanbul: Sistem Yayıncılık
- Durak, N., & İrğat, M. (2016). Değersizleşme ve Yabancılaşma Bağlamında Tüketim Ahlâkı ve İnsan. *İlahiyat Akademi Dergisi (Gaziantep Üniversitesi İlahiyat Fakültesi)*, 2(3), 75-88.
- Gül, E. C. (2016). Postmodern Sanrı ve Yabancılaşma Gerçeği. *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(6), 75-107.

- Işık, Y. (2022). Modernleşmenin Sonucu Olarak Yabancılaşma Olgusu ve Kültürel Yabancılaşma Bağlamında Türk Modernleşmesinin Değerlendirilmesi. *Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (7), 381-403.
- İlhan, İ. (2012). Postmodern Edebiyatta İşlevsellik ve İnsan Unsurunun Konumlandırılması/Functionality and Place of Human in the Postmodern Literature. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi (SEFAD)/Selçuk University Journal of Faculty of Letters* (27), 109-116.
- Jameson, F. (1991). *Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism*: Duke University Press.
- Jameson, F., Gölcü, A., & Plümer, N. (2008). *Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı*: Nirengi kitap.
- Janouch, G. (2008). *Kafka ile söyleşiler*. İstanbul: Cem Yayınevi.
- Kahraman, H. B. (2002). *Postmodernite ile Modernite Arasında Türkiye*. İstanbul: Everest Yayınları.
- Karabulut, M., & Biricik, İ. (2017). Postmodern Edebiyatın Ne'liği. *HİK-MET-Akademik Edebiyat Dergisi [Journal of Academic Literature]*, *Genel ve Postmodernizm Özel Sayısı, Yıl, 3*, 35-45.
- Korkmaz, R. (2009). Metaforik Dönüştürme Biçimleri ve Efendi-Köle Diyalektiği Bakımından Beyaz Kale. *Bilig, Yaz*, 119-130.
- Önen, Y., Şanbey, C. Z., & Ülkü, V. (1993). *Almanca-Türkçe sözlük*. Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Türk Dil Kurumu.
- Rezaei, A. (2010). Post-Modernism Features in English Literature. *International Journal on English Language and Literature*, 2(1).
- Said, E. W. (2003). *Yersiz Yurtsuz* (A. Üçler, Trans.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sim, S. (2013). *The Routledge companion to postmodernism*: Routledge.
- Timur, K. (1999). Tanımı Yapılamayan Postmodernizm. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (1), 319-323.
- Tolan, B. (1981). *Çağdaş Toplumun Bunalımı, Anomi ve Yabancılaşma*. Ankara: Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi.
- Tuğcu, T. (2002). *Yabancılaşma Problemi- Hıristiyanlık ve Marksizm'in Kökleri*. Ankara: Alesta Yayıncılık.
- Yılmaz, A. (1995). *Modernlerden postmoderne siyasal arayışlar*: Vadi Yayınları.

# KONKORDATO KARARI ÖNCESİ VE SONRASINDA İŞLETMELERİN İFLAS RİSKLERİNİN İNCELENMESİ: ALTMAN Z-SKORU İLE BİR KARŞILAŞTIRMA

*Examining Bankruptcy Risks of Business Before and After the  
Decision of Concordat: A Comparison with Altman Z-Score*

**Ömer YAZAN**

Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,  
İşletme Bölümü, Aksaray.  
omeryazan@aksaray.edu.tr  
ORCID: 0000-0001-8680-3442

**Oğuzhan Okan ÇULHA**

İşletme Bilim Uzmanı.  
culhaokan4@gmail.com  
ORCID: 0000-0001-5711-8841

## Özet

Konkordato, mali durumu bozulmuş, borçlarını ödemekte zorlanan, muhtemel iflas riski barındıran veya iflas aşamasında bulunan borçlular ile alacaklı taraflar arasında borçların ödenmesine yönelik bir tür yeniden yapılandırma anlaşmasıdır. Konkordato yoluyla işletmelerin iflastan korunarak ticari faaliyetlerinin sürdürülmesi, alacaklı taraflar ile işletme faaliyetlerinden etkilenen diğer tüm tarafların korunması amaçlanmaktadır. Bir hukuk kurumu olan konkordato, iflas erteleme düzenlemesinin kaldırılmasıyla birlikte yeniden ele alınmış, kapsamı genişletilmiş ve önem derecesi artmıştır. Bu çalışmada konkordato kararı almış işletmelerin Altman Z-Skorları (Z ve Z' skorları) kullanılarak konkordato kararı öncesi ve sonrasında iflas riskleri hesaplanmış ve konkordato süreçleri dikkate alınarak karşılaştırması yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Konkordato, İflas Riski, Altman Z-Skoru

### **Abstract**

*Concordat is a kind of restructuring agreement for the payment of debts between debtors and creditors whose financial situation has deteriorated, has difficulty in paying their debts, has potential bankruptcy risk or is in the bankruptcy phase. By means of concordat, it is aimed to protect the businesses from bankruptcy and to continue their commercial activities, to protect the creditors and all other sides affected by the business activities. Concordat, which is a legal institution, has been reconsidering with the abolition of the bankruptcy suspension arrangement, its scope has been expanded and its importance has increased. In this study bankruptcy risks have been calculated before and after the decision of concordat by using Altman Z-Scores (Z and Z' scores) of the companies that took concordat decision, and a comparison has been made with considering the concordat process.*

**Keywords:** Concordat, Bankruptcy Risk, Altman Z-Score

### **Giriş**

15 Mart 2018 tarih ve 30361 sayılı Resmî Gazete'de yayınlanan 7101 sayılı Kanun çerçevesinde iflas erteleme müessesesi kaldırılarak mevcut konkordato hükümleri güncellenmiş ve borçluların mali durumlarının iyileşmesi, alacaklılarının alacaklarını tahsili, iflas durumunun ortadan kaldırılması, ticari hayatın devamlılığının sağlanması hususlarında konkordato önemli bir çözüm önerisi olarak açığa çıkmıştır.

Konkordato kararı alınmış bir işletmenin iflas etmiş olması veya yakın gelecekte iflas edecek olması gerekmemekle birlikte söz konusu işletmenin iflas riski ile karşı karşıya kaldığı da açıktır. Nitekim konkordato, işletmenin içinde bulunduğu mali sıkıntılar nedeniyle ödemekte zorlandığı borçlarının alacaklılar tarafından tahsil edilebilir hale dönüştürülmesini amaçlayan bir uygulamadır. Bu doğrultuda konkordato uygulaması, işletmenin mali durumunun düzeltilmesi ve dolayısıyla iflas riskinin de ortadan kaldırılması ile ilgilidir.

İflas riskinin tespitinde muhtelif yöntemler kullanılmaktadır. Bu yöntemler içinde en çok rağbet görenlerden biri Altman Z-Skoru'dur. Altman Z-Skoru, Edward I. Altman tarafından ilk defa 1968 yılında ABD'de üretim sektöründe faaliyet gösteren 66 işletmeden temin edilmiş verilerden yola çıkılarak geliştirilmiş ve ilgili işletmelerin iflas risklerinin tahmin edilmesinde kullanılmıştır. Bu yöntem takip eden yıllarda sektör etkisi, firma büyüklüğü, modelin finansal başarısızlığı açıklama gücü gibi etkenler dikkate alınarak farklılaştırılmış, farklı sektörler için farklı modeller geliştirilmiştir (Kulalı, 2016: 284-287). Muhtelif katsayıların kullanıldığı bu modeller, kredi risklerinin belirlenmesi ve işletmelerin finansal durumlarının ortaya konulması için de yaygın bir biçimde kullanılmıştır (Nadirli, 2015: 2-3).

Bu çalışmada, konkordato ve iflas riski ilişkisinden yola çıkılarak konkordato kararı alınmış işletmelerin konkordato kararı öncesi ve sonrasında iflas riskleri Altman Z-Skoru kullanılarak hesaplanmış ve karşılaştırmalı olarak değerlendirilmeye çalışılmıştır. Çalışma bu yönüyle literatüre bir katkı sağlamak iddiasındadır.

## **1. Kavramsal Çerçeve**

İşletmelerin ani veya çoğunlukla belirli bir süre boyunca yaşadıkları finansal sıkıntılar, ilgili işletmelerin mevcut varlıkları ile kullandıkları kaynakları karşılayamaz hale gelmeleri sonucunu doğurduğunda borca batıklık ve dolayısıyla iflas söz konusu olmaktadır. Nitekim iflas, mali sorunların son aşamasında gündeme gelmekte, özellikle işletmeden alacaklı bulunan tarafların kendilerini koruma amaçlı talepleri iflasın gerekçesini oluşturmaktadır. Nitekim alacaklı talebi ile başlatılan yasal süreç iflas davası ve iflas kararı ile sonlanabilmektedir (Zinet, 2014: 19).

İflasın işletmelerle birlikte işletme faaliyetleri ile ilgili tüm kesimleri olumsuz etkilediği açıktır. Bu doğrultuda işletmelerin iflası ve dolayısıyla faaliyetlerinin tasfiyesinin önüne geçebilmek için yeniden yapılandırma yollarına başvurulmakta, iflas erteleme ve konkordato uygulamaları gündeme gelmektedir.

## 1.1. Yeniden Yapılandırma

İşletmeler; vadesi gelmiş ödemelerini gerçekleştiremedikleri, mevcut net varlıkları ile toplam borçlarını ödeyemedikleri, sermaye yetersizliği sebebiyle çeşitli yatırım fırsatlarını kaçırmaları gibi nedenlerle yeniden yapılandırma yollarına başvurabilmektedirler (Şaşmaz, 2019: 17). İşletmeler yeniden yapılandırma ile tasfiyenin önüne geçip faaliyetlerini sürdürme, işletme değerinin muhafazası ve sürdürülebilirliğini sağlama, işletme hakkında oluşan olumsuz mali görünümü ortadan kaldırma çabası gütmektedirler (Sayılğan ve Çoşkun, 2009:147-150).

Yeniden yapılandırma, yasal iflas süreci dışında ve yasal iflas sürecinde olmak üzere iki açıdan değerlendirilebilmektedir.

### 1.1.1. Yasal İflas Süreci Dışında Yeniden Yapılandırma Yolları

İşletmeler yasal iflas süreci kapsamında olmaksızın mevcut borçlarının vadelerini uzatarak, sermaye yapılarını yeniden düzenleyerek ve güçlendirerek, varlıklarını yeniden değerleyerek ve son olarak alacaklılarının sulh yolu ile alacaklarının bir bölümünden vazgeçmesi ile yeniden yapılandırma yollarına başvurabilmektedir.

**a-) Borçların vadelerinin uzatılması:** İşletmeler mevcut borçlarının vadelerinin ileri tarihlere ertelenmesi/uzatılması amacıyla alacaklılarıyla anlaşmaya varabilmektedir. Söz konusu anlaşma ile likidite sorununun azaltılması, alacaklılara uzatılmış vadeyle birlikte ödeme yapılmasının sağlanması amaçlanmaktadır (Özkanlı, 2011: 33).

**b-) İşletmenin sermaye yapısının yeniden düzenlenmesi ve güçlendirilmesi:** İşletmenin sabit giderlerinin azaltılması ve sermaye artırımını gerçekleştirilmesine yönelik uygulamaları kapsamaktadır (Şaşmaz, 2019: 19). Sermaye yapısının sermaye artırımını yoluyla güçlendirmesi borç/öz kaynak oranını düşürecek, net varlık tutarını artırarak finansal riski azaltacak olmakla birlikte kritik boyutta mali sıkıntı yaşayan işletmelerin sermaye yapılarını



güçlendirme sürecinde muhtelif sorunlarla karşılaşacağı da aşikârdır.

**c-) Varlıkların yeniden değerlendirilmesi:** Yeniden değerlendirme neticesinde işletmenin iktisadi kıymetlerinin değerinde değerlendirme öncesine göre bir değer artışı gözlenebilmekte ve bu değer artış tutarı bilançonun pasifinde özkaynaklar bünyesinde kayda alınmaktadır. Bununla birlikte yeniden değerlendirilmiş iktisadi kıymetlerin kısmen veya tamamen satılması ya da başka bir işletme ile birleşme sürecine girilmesi de işletme lehine sonuçlar doğurabilmektedir (Şaşmaz, 2019: 19).

**d-) Alacaklıların sulh yolu ile alacaklarının bir bölümünden vazgeçmesi:** İşletme ve alacaklı taraflar arasında yapılan anlaşma ile işletmeden olan bir kısım alacakların bağışlanması durumudur. Böylece alacaklılar, mevcut alacaklarını kısmen de olsa tahsil edebilmekte, tahsil edemedikleri/bağışlanan alacaklarını ise gider yazarak vergi avantajı sağlayabilmektedir (Şaşmaz, 2019: 20).

### **1.1.2. Yasal İflas Süreci ile Yeniden Yapılandırma Yolları**

Yasal iflas süreci ile yeniden yapılandırma, iflas erteleme ve konkordato şeklinde iki açıdan söz konusudur.

**İflas erteleme:** Mevcut varlıkları kaynaklarını karşılamaya yetmeyen, vadesi gelmiş borçlarını ödeyemeyen yani borca batık işletmelerin iflaslarının ötelenmesi ve engellenmeye çalışılması sürecini kapsamaktadır. Mahkeme kanalıyla uygulanan iflas erteleme süreci, iyileştirme projesine dayanmakta, çeşitli önlemler ile borca batıklık durumunun ortadan kaldırılması amaçlanmaktadır. Tasfiye ilanı öncesinde başvurulacak bu önlemler yoluyla işletmenin faaliyetlerinin sürdürülmesinin sağlanması hedeflenmektedir (Boztosun ve Aksoylu, 2016: 15-24).

Olağanüstü Hal (OHAL) kapsamında 31.07.2016 tarih ve 669 sayılı Kanun Hükmünde Kararname (KHK)'nin 4. Maddesi ile sermaye şirketlerinin iflas erteleme talebinde bulunması ve mahkemelerin iflas erteleme kararı vermesinin önüne geçilmiştir. Nitekim 7101 sayılı İcra ve İflâs Kanunu ve Bazı Kanunlarda Deği-

şiklik Yapılması Hakkında Kanun'un 3. Maddesi gereği İcra ve İflas Kanunu (İİK)'nin 179. Maddesi'nde yapılan değişiklikle iflas erteleme uygulaması kaldırılmış ve mevcut konkordato uygulaması yeniden düzenlenerek önem kazanmıştır.

Yasal iflas süreci ile yeniden yapılandırma yolunun cari uygulaması olmakla birlikte bu çalışmanın ana konusunu oluşturması nedeniyle konkordato aşağıda ayrıca ele alınmıştır.

### **1.1.2.1. Konkordato Kavramı Hakkında Tanımlayıcı Bilgiler**

Konkordato mali durumu bozuk ancak dürüst tacirlerin borçlarını ödeyebilmeleri ve ticari faaliyetlerini sürdürebilmelerini sağlayarak borçlu kişi/kurum ile muhataplarının korunmasını amaçlayan bir icra iflas kurumu olarak geliştirilmiştir (Eroğlu, 2018:21-23).

İİK ve Türk Ticaret Kanunu (TTK)'nda yapılan değişikliklerle İİK md.179/a-b-c, 7101 sayılı Kanun Md. 65 ile kaldırılmış, yine ilgili Kanun Md. 62 ile TTK'nın ilgili 377.md'si yeniden düzenlenerek daha önceden "İflâsın Ertelenmesi" olan madde başlığı "Konkordato" olarak değiştirilmiş, dolayısıyla iflas erteleme yerine konkordato hükümleri düzenlenmiştir. Buna göre;

**İİK Md. 179:** Sermaye şirketleri ile kooperatiflerin, aktiflerin muhtemel satış fiyatları üzerinden düzenlenen ara bilançoya göre borca batık olduğu idare ve temsil ile vazifelendirilmiş kimseler veya şirket ya da kooperatif tasfiye hâlinde ise tasfiye memurları veya bir alacaklı tarafından beyan ve mahkemece tespit edilirse, önceden takibe hacet kalmaksızın bunların iflâsına karar verilir,

**TTK Md. 377'de ise:** "(1) Yönetim kurulu veya herhangi bir alacaklı, 376ncı maddenin üçüncü fıkrası uyarınca yapacağı iflâs talebiyle birlikte veya bu kapsamda yapılan iflâs yargılaması sırasında 2004 sayılı Kanununun 285 inci ve devamı maddeleri uyarınca konkordato da talep edebilir." hükümleri yer almaktadır.

**İİK, Onikinci Bab;** "Konkordato ile Sermaye Şirketleri ve Kooperatiflerin Uzlaşma Yoluyla Yeniden Yapılandırılması"nı düzenlemektedir. Md. 285 - 309 arasında yer alan ilgili düzenleme ile

konkordato; adi konkordato, rehinli alacaklılarla müzakere ve borçların yapılandırılması, iflastan sonra konkordato, malvarlığının terki suretiyle konkordato ve sermaye şirketleri ve kooperatiflerin uzlaşma yoluyla yeniden yapılandırılması başlıkları altında ayrıntılı olarak düzenlenmektedir. Borçlu ve alacaklıların konkordato talepleri ile ilgili olarak **İİK Md. 28** aşağıdaki açıklamada bulunmaktadır:

Borçlarını, vadesi geldiği hâlde ödeyemeyen veya vadesinde ödeyememe tehlikesi altında bulunan herhangi bir borçlu, vade verilmek veya tenzilat yapılmak suretiyle borçlarını ödeyebilmek veya muhtemel bir iflâstan kurtulmak için konkordato talep edebilir. İflâs talebinde bulunabilecek her alacaklı, gerekçeli bir dilekçeyle, borçlu hakkında konkordato işlemlerinin başlatılmasını isteyebilir (İİK, Md.28)

Alacaklı tarafların çoğunluğunun talebi ve mahkeme kararı ile konkordato süreci başlamakta, bu süreci düzenleyen borçlu ve alacaklı taraflar arasında varılmış zorunlu anlaşma doğrultusunda alacaklılar bir kısım alacak tutarından vazgeçmekte, borçluya ödeme için belirli bir süre tanınmakta, borçlunun bu sürede borçlarını ödemesi halinde iflas veya muhtemel iflas durumundan kurtulması sağlanmaktadır (Uyar, 2018:15). Konkordato sayesinde iflas durumundaki işletmelerin iflastan kurtarılması, iflasa tabi olmadığı halde muhtemel iflas durumuyla karşılaşabilecek, mali durumu bozulmuş işletmelerin ticari faaliyetlerini sürdürebilir hale döndürülmesi, alacaklı tarafların kısmen de olsa ve vade uzatımı gerektirse bile alacaklarını tahsil etmesi sağlanmakta ve böylece iktisadi sistemin işlerliğinin sürdürülmesini amaçlanmaktadır (Işıқтаç, 2018: 15).

Konkordato iflasa tabi olan, iflasa tabi olmadığı halde mali durumunun bozukluğu nedeniyle muhtemel iflas durumundan kurtulmak isteyen borçlular için söz konusudur. Dolayısıyla iflas ile konkordato doğrudan ilişkilidir. Bu gerekçeyle çalışmada işletmelerin iflas risklerinin ölçülmesinde yaygın olarak kullanılan Altman Z-Skoru hesaplanarak konkordato kararı alınmış şirketlerin konkordato kararı ve sonrasındaki iflas riskleri tespit edilmiş,

konkordato ve iflas ilişkisi karşılaştırmalı olarak incelenmeye çalışılmıştır.

## 2. Literatür

Altman Z-Skoru kullanılarak finansal başarısızlık ve iflas riskini inceleyen literatürde pek çok çalışma bulunmaktadır. Çalışmanın bu kısmında yerli ve yabancı literatüre –seçilmiş çalışmalarla– kesitsel bir bakış sunulmaktadır.

Mevcut çalışmalar bağlamında, gerek kapsayıcı bir literatür taraması içermesi, gerekse Z-Skor modellerinin etkinliğini değerlendirmesi yönleriyle Altman vd. (2014)'nin çalışmasını önemle belirtmek gerekir. Zira bu çalışmada 2000 yılından itibaren (2014 yılına kadar) önde gelen muhasebe ve finans dergilerinde yayınlanmış, Altman Z-Skorunu kullanarak finansal başarısızlık ve iflas riskini inceleyen 33 makale analiz edilmiştir. Önceki Altman Z-Skoru modellerinin işlevselliğinin de test edildiği bu çalışmada 31 Avrupalı ve 3 Avrupa dışından toplam 34 şirkete ait veriler kullanılarak önceki çalışmalara kıyasla geniş bir uluslararası analiz yapılmıştır. Z-Skorlarının 1983 yılında geliştirilen versiyonu olan ve işletmeleri sektörel olarak sınıflandıran Z"-Skor modelinin kullanıldığı bu çalışmada ilgili modelin iflas riski ölçümünün önemli düzeyde olduğu, uluslararası karşılaştırma için ülke bazlı ek değişkenlerin kullanımı ile modelin ölçüm gücünün artırılacağı belirtilmiştir.

Türk ve Kürklü (2017), Altman Z- Skoru ve Springate S- Skoru yardımıyla 2014-2016 döneminde BIST'e kayıtlı 166 şirketin finansal başarısızlık risklerini karşılaştırmalı olarak ele aldıkları çalışmalarında Z-Skor sonuçlarının S-Skor sonuçları ile örtüşüğünü tespit etmişlerdir. Tung ve Phung (2019) çalışmalarında, Altman Z-Skoru kullanılarak iflas riskini hesapladıkları işletmeleri gruplandırmışlardır. İşletmeleri türü, büyüklüğü, yönetici ve uygulayıcıların eğitim ve bilgi düzeyi şekline farklı gruplarda değerlendirmişler, aynı zamanda Z-Skor hesaplamasında kullanılan oranların iflas riskine etkisini de irdelemişlerdir. Karaca ve

Karaca (2020) inşaat sektöründe faaliyet gösteren ve BIST İnşaat Endeksi'nde işlem gören şirketlerin iflas risklerini 2010-2018 dönemini kapsar biçimde Altman Z-Skoru kullanarak hesaplamışlar ve hisse senedi fiyatlarıyla karşılaştırmışlardır. Z-Skoru aralığına göre iflas riski yüksek olan firmaların hisse senedi fiyatlarının düşüş sergilediğini tespit etmişlerdir. Öztürk ve Yılmaz (2021), BIST Gelişen İşletmeler Pazarı'nda yer alan 12 şirketin 2016-2018 döneminde Z-Skorlarını hesaplamışlar ve sonuçları nakit akış modelleri ile karşılaştırmışlardır. Bu çalışmada, Altman Z-Skorlarının işletmelerin finansal başarısızlık düzeyini tahmin gücünün tutarlı olduğu sonucuna varılmıştır. Aker ve Karavardar (2022), KOBİ'lerde finansal başarı ve başarısızlık düzeyinin alternatif modeller vasıtasıyla ölçümü ve karşılaştırılması konulu çalışmalarında Altman Z-Skoru ile birlikte Springate S-Skoru ve Yapay Sinir Ağları modellerini kullanmışlar, Yapay Sinir Ağları modelinin finansal başarı düzeyinin tespitinde diğer iki modele göre daha yüksek tahmin başarısı olduğunu belirlemişlerdir.

Altman Z-Skorunun iflas riskini ölçebildiği yönünde literatürde genel bir kabul olmakla birlikte az sayıda çalışma konuya eleştirel bakmaktadır. Örneğin Heaton (2020), Z-Skorlarının iflas riskini öngöremeyeceğini, karlılık bazlı iflas riski ölçümünün, özellikle modelde kullanılan piyasa kanıtlarının, varlıkların piyasa değerine yakın bir borçluluk durumunun, hisse senedi piyasa değerlerinin iflas olasılığını açıklamada yetersiz kaldığını iddia etmiştir. Ancak literatür, Z-Skorları ile finansal başarısızlık ve iflas riski ölçümü konusunda ekseri tutarlı sonuçlar sunmaktadır.

İşletmelerin iflas ve konkordato ilan etme risklerini belirleyen finansal modeller bazı araştırmalara konu olmuştur. Örneğin Tuzcuoğlu (2019), Altman Z-Skoru'nu bu riskleri belirlemede kullanılacak alternatif modellerden biri olarak değerlendirmektedir. Bununla birlikte halihazırda konkordato ilan etmiş/konkordato kararı almış bulunan işletmelerde Altman Z-Skoru ile iflas riskinin incelenmesine yönelik bu araştırma kapsamında görgül olarak çalışmalara rastlanmamıştır.

### 3. Araştırma

Araştırma kapsamında konkordato kararı alındığı bilinen seçilmiş işletmelerin, konkordato kararı öncesi ve sonrasında iflas risklerinin Altman Z-Skorları kullanılarak hesaplanması ve karşılaştırılması yoluyla konkordato kararı ile iflas riski ilişkisinin irdelenmesi amaçlanmıştır.

#### 3.1.Yöntem

Araştırma kapsamında Altman tarafından geliştirilen Z-Skor modelleri kullanılmıştır. Altman'ın 1968'de hazırladığı ve beş farklı orandan elde edilen sonuçların belirlenmiş katsayılarla çarpılması ve çarpım sonucu elde edilen toplam değeri ifade eden ilk Z-Skoru (Z) şöyle hesaplanmaktadır (Kulalı,2016:287):

$$Z = 1,2X1 + 1,4X2 + 3,3X3 + 0,6X4 + 1,0X5$$

*X1 = Çalışma Sermayesi / Toplam Aktifler,*

*X2 = Dağıtılmamış Kârlar / Toplam Aktifler,*

*X3 = Faiz ve Vergi Öncesi Kârlar / Toplam Aktifler,*

*X4 = Özkaynağın Piyasa Değeri / Toplam Yabancı Kaynaklar*

*X5 = Toplam Satışlar / Toplam Aktifler*

Borsada işlem görmeyen işletmelerden elde edilen verilerle isabetli sonuçlar elde edilemediği gerekçesiyle modelde X4 değerinin hesaplanması aşağıdaki şekliyle değiştirilmiştir (Kulalı, 2016: 287):

$$X4 = \text{Öz Sermayenin Cari Değeri} / \text{Borçların Defter Değeri}$$

X4 değerinin değişmesi ile katsayılar ve Z-Skoru aralığını da değiştirmiştir. Buna göre yeni Z-Skor aralığı  $1,23 < Z < 2,99$  olarak belirlenmiştir. Daha ziyade halka açık olmayan üretim işletmeleri için uygulanması önerilen bu Z-Skoru (Z') aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Kulalı, 2016: 287):

$$Z' = 0,717 X1 + 0,847X2 + 3,107X3 + 0,420X4 + 0,998X5$$

Üretim sektörü dışında kalan işletmeler için geliştirilen alternatif (Z'') hesaplama ise aşağıda sunulmuştur. Burada X5 değeri çıkarılarak işletme etkisi minimize edilmeye çalışılmış, dolayısıyla katsayılar da farklılaştırılmıştır (Yıldız, 2014: 77; Kulalı,2016:287):

$$Z'' = 6,56X1 + 3,26X2 + 6,72X3 + 1,05X4$$

Tablo1'de halka açık üretim işletmeleri, halka açık olmayan üretim işletmeleri ve üretim sektörü dışında kalan işletmeler için önerilen farklı Z-Skor modelleri sonucunda beklenen Z-Skor aralığı ile Z-Skor değeri itibariyle işletmelerin buldukları iflas riski bölgeleri(kırmızı/gri/yeşil bölgeler) gösterilmiştir.

**Tablo 1:** Z- Skoru Değer Aralıkları ve İflas Riski Bölgeleri

	Halka Açık Üretim İşletmeleri	Halka Açık Olmayan Üretim İşletmeleri	Üretim Sektörü Dışında Kalan İşletmeler
<b>Olası İflas (Kırmızı Bölge)</b>	$Z < 1,8$	$Z' < 1,23$	$Z'' < 1,1$
<b>Belirsiz (Gri Bölge)</b>	$1.8 < Z < 2.99$	$1.23 < Z' < 2.9$	$1.1 < Z'' < 2.6$
<b>Güvenli (Yeşil Bölge)</b>	$Z > 2.99$	$Z' > 2.9$	$Z'' > 2.6$

**Kaynak:** Yıldız, 2014: 77; Kulalı, 2016: 287.

Tablo 1'de sunulan Z-Skor değer aralıkları doğrultusunda; işletmelerin kırmızı bölgede olmaları halinde yüksek iflas riskinden korunma, gri bölge durumunda olası iflastan kaçınma ve güvenli bölgeye geçme, yeşil bölge durumunda ise mevcut finansal gücü koruma şeklinde alternatif stratejiler geliştirmelerine yardımcı olabilmektedir (Yıldız, 2014: 77).

Konkordato, iflas durumundaki işletmelerin iflaslarının engellenmesi ve mali yapısı bozulmuş, muhtemel iflas durumu ile karşı karşıya kalabilecek işletmelerin ticari faaliyetlerinin mali yapılarını iyileştirerek devamlılığını amaçlayan bir hukuk kurumu olarak iflas ile doğrudan ilişkilidir. Bu açıdan işletmelerin iflas riskinin hesaplanmasında yaygın olarak kullanılan Altman Z-Skoru ile konkordato kararı alınmış işletmelerin konkordato kararı öncesi ve sonrasındaki iflas risklerinin ortaya konulması, konkordato kurumunun öngörülen etkilerinin değerlendirilmesi için imkân tanıyabilecektir.

Bu doğrultuda Çalışma kapsamında konkordato kararı alındığı bilinen ve Çalışmanın süresi içinde kamuya açık verileri temin edilebilen 2 farklı şirketin (Eminiş Ambalaj San.Tic. A.Ş. ve Umpaş Holding<sup>1</sup>) konkordato kararı öncesi ve sonrasında Altman Z-Skoru kullanılarak iflas riskleri hesaplanmış ve karşılaştırılmıştır.

### **3.2. Analiz ve Bulgular**

Araştırma kapsamında halka açık üretim işletmelerinde iflas riskinin hesaplanması için önerilen Z-Skor modeli esas alınmakla birlikte modelin sektörel etki, işletme büyüklüğü ve değişkenlerin modeli açıklama gücü dikkate alınarak farklılaştırılmış bir versiyonu olan Z' -Skor modeli de kullanılmıştır. Bununla birlikte incelenen işletmelerin üretim sektöründe faaliyet göstermesi ve Z'' modelinin üretim sektörü dışında yer alan işletmelerde kullanımının öngörülmesi dolayısıyla Z''-Skor modeli kapsam dışında tutulmuştur.

#### **3.2.1. Eminiş Ambalaj San. Tic. A.Ş'nin 2019-2020 Yılları Z-Skorlarının Hesaplanması**

İlgili Şirket, 2020 yılı içinde konkordato ilan etmiş ve Haziran 2020'de konkordato projesi mahkemece kabul edilmiştir (www.kap.org.tr/tr/Bildirim/852329). Bu doğrultuda konkordato öncesi (31.12.2019) yılı ve konkordato ilanı sonrası (31.12.2020) ilgili şirketin Altman Z-Skoru ve iflas risk bölgeleri Z ve Z' modelleri esas alınarak Tablo-2 ve Tablo 3'te özet formda ( $X_1$ - $X_5$  değişkenleri tespit edildikten sonra modelin katsayıları (k) ile çarpım sonuçları verilerek) sunulmuştur. İhtiyaç duyulan veriler Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP) kapsamında halka açık sunulan mali tablolardan temin edilmiştir.

---

<sup>1</sup> Umpaş Holding, holding geneli için konkordato ilan etmemiş olmakla birlikte en büyük iştiraki olan Seranova Seramik A.Ş. için ilgili dönemde konkordato talebinde bulunulmuştur. İlgili dönemde Umpaş Holding'in önemli düzeyde mali sıkıntı yaşadığı görülmektedir.



**Tablo-2 Eminiş Ambalaş San. Tic. Aş. 2019-2020 Yılları  
Karşılaştırmalı Z-Skorları**

	Z Modeli	
	2019	2020
<b>kxX1</b>	1,2x0,0703=0,08436	1,2x0,13=0,15
<b>kxX2</b>	1,4x0,2364=0,3309	1,4x0,19=0,2666
<b>kxX3</b>	3,3x0,2718=0,8969	3.3x0,31=1,023
<b>kxX4</b>	0,6x1,7810=1,0686	0,6x2,48=1,488
<b>kxX5</b>	1,0x0,695=0,695	1,0x0,86=0,86
<b>Z-Skoru</b>	<b>3,0748</b>	<b>3,77</b>
<b>Bölge</b>	1,8<Z<2,99 aralığına göre <b>Yeşil Bölge'</b> de ve güvenlidir.	1,8<Z<2,99 aralığına göre <b>Yeşil Bölge'</b> de ve güvenlidir.

Tablo-2'de görüldüğü üzere Z-Skor değerleri şirketin konkordato kararı öncesinde yani 2019 yılsonu itibariyle 3.0748 olarak gerçekleşmiştir. Şirketin konkordato kararı sonrasında yani 2020 yılsonu itibariyle ise bu değer 3.77 olarak hesaplanmıştır. Her iki değere göre şirketin iflas riski itibariyle konkordato öncesi ve konkordato kararı sonrasında yeşil yani güvenli bölgede kaldığı görülmektedir.

Sektörel etki, işletme büyüklüğü ve modelin finansal başarısızlığı açıklama gücü dikkate alınarak farklılaştırılmış bir versiyon olan Z'-Skor modeline göre hesaplanmış olan skorlar ve iflas riski itibariyle şirketin bulunduğu bölge ise Tablo 3'te sunulmuştur.

**Tablo-3 Eminiş Ambalaş San.Tic.Aş. 2019-2020 Yılları  
Karşılaştırmalı Z'-Skorları**

	Z' Modeli	
	2019	2020
<b>kxX1</b>	0,717x0,0703=0,0504	0,717x0,13=0,093
<b>kxX2</b>	0,847x0,2364=0,200	0,847x0,19=0,1609
<b>kxX3</b>	3,107x0,2718=0,8444	3,107x0,31=0,963
<b>kxX4</b>	0,420x1=0,420	0,420x1=0,420
<b>kxX5</b>	0,998x0,695=0,6936	0,998x0,86=0,858
<b>Z'-Skoru</b>	<b>2,2084</b>	<b>2,4949</b>
<b>Bölge</b>	1,23 < Z < 2,9 aralığına göre <b>Gri Bölge'</b> de ve iflas riski belirsiz	1,23 < Z < 2,9 aralığına göre <b>Gri Bölge'</b> de ve iflas riski belirsiz

Tablo-3'te şirketin Z'-Skor değerlerinin 2019 yılsonu itibariyle yani konkordato kararı öncesinde 2,2084, 2020 yılsonu itibariyle yani konkordato kararı sonrasında ise 2,4949 olarak hesaplandığı görülmektedir. Her iki değere göre şirketin iflas riski itibariyle konkordato öncesi ve konkordato kararı sonrasında gri yani belirsiz bölgede kaldığı görülmektedir.

İlgili şirkete dair ilk konkordato talebi 2018 yılında yapılmıştır. Nitekim 19.09.2018 tarihinden itibaren 5 ay geçici mühlet alınmış, bu sürenin bitiminden itibaren de 1 yıl süre ile kesin mühlet verilmiş, akabinde kesin mühlet süresi de 2 ay daha uzatılmıştır. 22.06 2020 tarihinde konkordato kararı kesinleşmiş ve şirket konkordato sürecine girmiştir. Öyle ki şirketin alacaklılarına yönelik ilk 1 yıl 6 ay ödemesiz, ilk ödeme 22.12.2021 tarihinde yapılmak üzere 72 ayda eşit taksitlerle ödeme yapılması karar bağlanmıştır ([www.kap.org.tr/tr/Bildirim/852329](http://www.kap.org.tr/tr/Bildirim/852329)). Öyle ki konkordato sürecinin konkordato kararından önce başladığı ve sırasıyla geçici ve kesin mühlet alındığı 2019 yılında ve ödeme planının netleştiği ancak ödemenin takip eden yıl için yapılacağı 2020 yılında konkordato nedeniyle iflas riskinin Z'-Skor değerleri itibariyle belirsiz yani Gri Bölge'de kalınmış olması tutarlı bir sonuç olarak değerlendirilmektedir. Nitekim ilgili şirket konkordato süreci sonrası iflas ve tasfiye durumuna düşmemiş olup faaliyetlerini sürdürmektedir.

### **3.2.2. Umpaş Holding'in 2019-2020 Yılları Z-Skorlarının Hesaplanması**

Umpaş Holding'in grup şirketlerinden Seranova Seramik A.Ş. hakkında 2020 yılında konkordato kararı verilmiştir. Bu doğrultuda 2020 yılında başlatılan mahkeme süreci 2021 yılında şirketin konkordato talebinin reddedilmesi ile sonuçlanmıştır ([www.kap.org.tr/tr/Bildirim/913649](http://www.kap.org.tr/tr/Bildirim/913649)). Bununla birlikte Umpaş Holding, 04.12.2020 tarihli bildirimde iştiraki bulunan Seranova Seramik'in yaklaşık 1 yıl önce (05.11.2019) mali kriz nedeniyle faaliyetlerini durdurduğunu belirtmiştir ([Düşünce Dünyasında Türkiz](http://www.kap.org.tr/tr/sirket-</a></p></div><div data-bbox=)

bilgileri). Seranova Seramik, ilgili dönemde Umpaş Holding'in en büyük paya sahip iştirakini oluşturmaktadır. Dolayısıyla mali kriz nedeniyle faaliyetlerinin sonlandırılması durumunun Umpaş Holding açısından da ilgili dönemde mali bir kırılma oluşturduğu değerlendirilebilecektir. Bu sebeple en büyük paya sahip iştiraki konkordato kararı almış, akabinde faaliyetlerini durdurmuş olan Umpaş Holding'in çalışma kapsamında ilgili dönemde iflas riski değerlendirilmiştir.

Umpaş Holding'in konkordato öncesi (31.12.2019) ve konkordato kararı sonrası (31.12.2020) Altman Z-Skorlarının Z ve Z' modelleri doğrultusunda hesaplanması için ihtiyaç duyulan mali tablo verileri KAP vasıtasıyla temin edilmiştir. Şirketin Z-Skor modeline göre hesaplanmış olan skorlar ve iflas riski itibariyle bulunduğu bölge Tablo 4'te sunulmuştur.

**Tablo-4 Umpaş Holding 2019-2020 Yılları Karşılaştırmalı Z-Skorları**

	Z Modeli	
	2019	2020
<b>kxX1</b>	$1,2x-0,13 = -0,156$	$1,2x-0,14 = -0,168$
<b>kxX2</b>	$1,4x-0,2811 = -0,3935$	$1,4x-0,051 = -0,0714$
<b>kxX3</b>	$3,3x-0,1427 = -0,4709$	$3,3x-0,036 = -0,1188$
<b>kxX4</b>	$0,6x+0,2913 = 0,1747$	$0,6x+1,1271 = 0,67626$
<b>kxX5</b>	$1x+0,5127 = 0,5127$	$1x+0,0051 = 0,0051$
<b>Z-Skoru</b>	<b>-0,333</b>	<b>0,32316</b>
<b>Bölge</b>	1,8<Z<2,99 aralığına göre <b>Kırmızı Bölge</b> 'de ve iflas riski yüksek	1,8<Z<2,99 aralığına göre <b>Kırmızı Bölge</b> 'de ve iflas riski yüksek

Tablo-4'te görüldüğü üzere Umpaş Holding'in en büyük iştirakinin bulunduğu Seranova Seramik'in konkordato kararı almasından önce yani 2019 yıl sonu itibariyle Z-Skoru -0.333 ve konkordato kararı sonrası yani 2020 yıl sonu itibariyle Z-Skoru 0.32316 olarak hesaplanmıştır. Her iki skora

göre de şirket gerek konkordato kararı öncesi gerekse sonrasında iflas risk bölgesi olarak kırmızı yani yüksek riskli bölgede yer almaktadır.

Şirketin Z'-Skor modeline göre hesaplanmış olan skorlar ve iflas riski itibariyle bulunduğu bölge Tablo 5'te gösterilmiştir.

**Tablo-5 Umpaş Holding 2019-2020 Yılları Karşılaştırmalı Z'-Skorları**

	Z' Modeli	
	2019	2020
<b>kxX1</b>	$0,717x-0,13=-0,0932$	$0,717x-0,14=-0,1$
<b>kxX2</b>	$0,847x-0,2811=-0,238$	$0,847x-0,051=-0,043$
<b>kxX3</b>	$3,107x-0,1427=-0,4433$	$3,107x-0,036=-0,111$
<b>kxX4</b>	$0,420x1=0,420$	$0,420x1=0,420$
<b>kxX5</b>	$0,998x0,5127=0,5116$	$0,998x0,0051=0,005$
<b>Z'-Skoru</b>	<b>0,1565</b>	<b>0,171</b>
<b>Bölge</b>	1,23 < Z < 2,9 aralığına göre <b>Kırmızı Bölge</b> 'de ve iflas riski yüksek	1,23 < Z < 2,9 aralığına göre <b>Kırmızı Bölge</b> 'de ve iflas riski yüksek

Z'-Skor modeli kullanılarak hesaplanmış değerlere göre şirketin 2019 yıl sonunda yani konkordato kararı öncesinde Z'-Skoru 0,1565, konkordato kararı sonrası yani 2020 yılsonunda ise 0,171 olarak hesaplanmıştır. Her iki değere göre de şirket konkordato öncesi ve sonrasında kırmızı yani iflas riski yüksek bölgede kalmaktadır.

Umpaş Holding'in 31.12.2020 tarihli Yönetim Kurulu Faaliyet Raporu'na göre bu tarih itibariyle iştiraki bulunan toplam 5 adet şirket olup bu şirketlerdeki toplam katılım payı yaklaşık olarak 98 milyon TL'dir. Bu tutarın yaklaşık 69,5 milyon TL'lik kısmını (toplam iştirak katılımının yaklaşık %71'ini) ise yalnız başına Seranova Seramik oluşturmaktadır. Bu doğrultuda Seranova Seramik'in mali kriz nedeniyle konkordato talebinde bulunması ve faaliyetlerini sonlandırmasının Umpaş Holding'i önemli ölçüde olumsuz etkiledi-

ği açıktır. Nitekim 2020 yılsonu itibariyle Holding bünyesinde yer alan 5 iştirakin tamamının gayri faal olduğu da görülmektedir. Ek olarak Umpaş Holding'in iştiraki olan Seranova Seramik ile ilgili konkordato talebi yinelenmiş olup mevcut durumda mahkeme süreci halen sürmektedir ([www.kap.org.tr/tr/Bildirim/10615979](http://www.kap.org.tr/tr/Bildirim/10615979)). Bu doğrultuda holdingin araştırmaya konu 2019 ve 2020 yıllarında yaşadığı mali sıkıntılar ile Altman Z-Skor sonuçlarının örtüşmekte olduğu görülmüştür.

## **Sonuç ve Değerlendirme**

Konkordato mali sorunları nedeniyle mevcut varlıkları ile cari borçlarını ödemekte zorlanan işletmelerle birlikte iflas etmiş veya iflas etmesi muhtemel olan işletmelerin mali durumlarının düzeltilmesi ve faaliyetlerinin iyileştirilerek sürdürülmesini amaçlayan bir uygulamadır. Konkordato sürecinin etkin ve verimli bir biçimde icra edilmesi, işletme faaliyetlerinden etkilenen muhtelif tarafların korunması ve işletmelerin ticari faaliyetlerinin sürdürülebilirliğinin sağlanması, iktisadi sistemin devamlılığı ve sıhhati açısından önem arz etmektedir.

Konkordato uygulaması ile işletmelerin iflas riskinin düşürülmesi amaçlanmakta olup buna bağlı olarak finansal başarı düzeylerinin de artması beklenecektir. Aktif büyüklüğü, toplam satış tutarları, kar tutarları, özsermayenin piyasa değeri veya cari değeri gibi değişkenlerdeki pozitif artış, finansal başarı düzeyindeki artışın göstergeleridir. İlgili değişkenler Altman Z-Skor modellerinin ana değişkenleri olup konkordatonun beklenen olumlu sonuçlarının Z-Skorlarına yansıtacağı açıktır. Bunun aksi de söz konusu olup araştırmanın bulguları bu duruma işaret etmiştir. Nitekim araştırma kapsamında iflas riski ve dolayısıyla finansal başarı/başarısızlık seviyesini ölçen Altman Z-Skoru kullanılarak elde edilen bulguların tutarlı sonuçlar verdiği, konkordato sürecindeki işletmelerin içinde bulunduğu olumsuz mali durumun Z-Skorları vasıtasıyla izlenebildiği değerlendirilmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre konkordato ilan etmiş ancak bu süreçte ve sonrasında faaliyetlerini aktif bir biçimde sürdüren ilgili işletmede konkordato kararı öncesi ve sonrasında iflas riski belirsiz olarak hesaplanırken, en büyük iştiraki konkordato kararı almış, araştırılan sürede tüm iştirakleri gayri faal olan ilgili işletmede ise konkordato kararı öncesi ve sonrasında iflas riski yüksek olarak tespit edilmiştir. Konkordato kararı öncesi süreç, işletmelerde finansal kırılganlığın yüksek olduğu bir dönemi ifade etmekte, konkordato sonrası süreç ise yakın zamanda işletmenin yeniden yapılandırılmış borçlarının ödenmeye başladığı, piyasadaki işletme imajının olumlu bir görüntüye kavuşturulma çabalarının olduğu bir zaman aralığıdır. Konkordato kararı sonrası (araştırma kapsamında kararın alındığı yılsonu mali tablo verileri üzerinden) yapılan değerlendirme, finansal risklerin devam ettiğine işaret etmesi halinde Z-Skor değerlerinin de bu durumu teyit ettiği görülmüştür. Bu sonuç Heaton (2020)'in aksine ve literatürün genel temayülü ile örtüşen bir biçimde, Altman Z-Skorlarının işletmelerin finansal başarısızlık ve iflas risklerini tutarlı bir biçimde ölçtüğü görüşünü –konkordato süreci bakış açısı ile– desteklemektedir. Çalışma, halihazırda konkordato ilan etmiş/konkordato kararı almış bulunan işletmelerin iflas risklerini, konkordato kararı öncesi ve sonrasında Altman Z-Skorlarının hesaplanması ve bu skorların karşılaştırılması yoluyla tespit etmeye çalışarak literatüre katkı sağlamayı hedeflemiştir.

Konkordato müessesesi vasıtasıyla iflastan kaçınan, borçlarını yeniden yapılandıran ve faaliyetlerini sürdürebilen işletmeler nicelik olarak artış sergilemekle birlikte ilgili işletmelerin kamuya açık verilerine düzenli bir erişim sağlanamıyor oluşu konu ile ilgili çalışmaları kısıtlayan bir etkidir. Konkordato ve iflas riski ilişkisini inceleyecek sonraki çalışmalarda incelenen işletme sayısının artırılması, konkordato öncesi ve sonrasındaki zaman aralığının genişletilmesi, sektörel dağılım yapılması, konkordato sürecinde hesaplanan alternatif değişkenlerle Z-Skor değerlerinin istatistik

analizleri ve/veya alternatif iflas riski modellerinin karşılaştırmalı kullanımını konuya yeni ve farklı bakış açıları sunabilecektir.

## **Kaynakça**

- Aker, Y. ve Karavardar, A. (2022). Türkiye'deki Kobilerin Finansal Başarılı ve Başarısız Olma Durumlarının Altman, Springate Ve Yapay Sinir Ağları Modeli İle Tahmin Edilebilirliği. *Mali Çözüm Dergisi*, 32 (169): 151-169.
- Altman, E. I. et al. (2014). Distressed Firm and Bankruptcy Prediction in an International Context: A Review and Empirical Analysis of Altman's Z-Score Model. SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2536340>.
- Boztosun, D. ve Aksoylu, S. (2016). İflas Erteleme Sürecindeki İşletmelerde Finansal Kiralamaya Konu Varlıkların Yönetimi. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, S. 9(1): 15-24.
- Eroğlu, O. (2018). Uygulamada Konkordato. Ankara. Seçkin Yayıncılık.
- Heaton, J.B. (2020). The Altman Z Score Does Not Predict Bankruptcy. SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3570149>.
- <https://www.kap.org.tr/tr/Bildirim/852329> (erişim: 15.06.2021)
- <https://www.kap.org.tr/tr/sirket-bilgileri/ozet/4028e4a241e538ab0141ef8f97934765> (erişim: 22.06.2021)
- <https://www.kap.org.tr/tr/sirket-bilgileri/ozet/4028e4a240f2ef4c0140f38be24f0091> (erişim: 24.06.2021)
- <https://www.kap.org.tr/tr/Bildirim/1061597> (Erişim 25.10.2022)
- <https://www.kap.org.tr/tr/Bildirim/913649> (erişim: 25.10.2022)
- Işıkaç, Ş. (2018). Konkordato, *İstanbul Barosu Dergisi*, 92(2018/3), 15.
- İcra ve İflas Kanunu (1932), T.C. Resmi Gazete, 2004 Sayılı Kanun, (<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.3.2004.pdf> (erişim: 25.03.2021).
- İcra ve İflas Kanunu ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun, (2018), T.C. Resmi Gazete, 7101 Sayılı Kanun, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/03/20180315-28.htm> (erişim: 15.01.2021).

- Karaca, S. ve Karaca, A. (2020). Estimation of the Bankruptcy Risk of the Companies in the BIST Construction Index. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 4 (2): 205-222.
- Kulalı, İ.(2016). Altman Z-Skor Modelinin Bist Şirketlerinin Finansal Başarısızlık Riskinin Tahmin Edilmesinde Uygulanması. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(27): 283-292.
- Nadirli, N. (2015). Kredi Riskinin Ölçülmesinde Z- skor Yönteminin Rolü. *Bankacılık ve Finansal Araştırmalar Dergisi*, Sayı:1: 1-6.
- Özkanlı, S. (2011). İşletmelerde Finansal Sıkıntı Durumu Ve Finansal Yeniden Yapılandırma: Türkiyede Bir Vaka Çalışması. (Yayınlanmamış Doktora Tezi) Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öztürk, S. ve Yılmaz, C. (2021). Finansal Sıkıntı Tahmin Modellerinden Altman Z Skorunun Borsa İstanbul Gelişen İşletmeler Pazarı'nda Test Edilmesi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (4): 849-859.
- Sayılgan G. ve Coşkun, E. (2009). Finansal Sıkıntılı Şirketlerde Yeniden Yapılandırma Süreçleri Ve Yeniden Yapılandırma Süreçlerinin Seçimini Etkileyen Faktörler. *Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 62(2): 145-162.
- Şaşmaz Can, O. (2019). Altman Z-Score ve Springate S-Score Modellerinin İmalat Sektöründe İflas Etmiş Şirketler Üzerindeki Tutarlılığının Karşılaştırılması Analizi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Muğla: Muğla Sıtkı Kocaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tung, D. T. and Phung, V. T. (2019), An Application of Altman Z-Score Model to Analyze The Bankruptcy Risk: Cases of Multidisciplinary Enterprises in Vietnam. *Investment Management and Financial Innovations*, 16 (4): 181-191.
- Tuzcuoğlu, T. (2019). Firmaların İflas ve Konkordato İlan Etme Risklerini Tahmin Etmeye Yönelik Finansal Modellerin Bir Değerlendirmesi. *Legal Mali Hukuk Dergisi*: 15 (176): 1713-1724.
- Türk Ticaret Kanunu (2011), T.C. Resmi Gazete, 6102 Sayılı Kanun. <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6102.pdf>. (erişim: 25.03.2021).
- Türk, Z. ve Kürklü, E. (2017). Financial Failure Estimate In Bist Companies With Altman (Z-Score) And Springate (S-Score) Models. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1 (1), 1-14.
- Uyar, T. (2018).Yeni Konkordato Hukukumuzun Temel İlkeleri. *İstanbul Barosu Dergisi*, 92(4): 15.
- Yıldız, A. (2014). Kurumsal Yönetim Endeksi ve Altman Z Skoruna Dayalı Lojistik Regresyon Yöntemiyle Şirketlerin Kredi Derecelendirmesi. *Sü-*



leyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,  
19(3): 71-89.

Zinet Çağrı, T. (2014). İşletmelerin Finansal Başarısızlıklarının Erken Uyarı Sistemleri İle Tespiti ve BİST’te 2005-2013 Dönemi Bir Uygulama. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.



# GÜNDELİK HAYATIN İÇİNDE DEĞERLER VE DEĞERLERİN TOPLUMSAL BOYUTLARI

## *Values in Everyday Life and Social Dimensions of Values*

**Murat ŞAHİN**

Doç. Dr.; Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi,  
Sosyoloji Bölümü, Samsun.  
murat.sahin@omu.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-9025-1860

### Özet

Bu araştırmanın amacı sosyolojik olarak değerleri ve değerlerin gündelik hayattaki önemini incelemektir. Araştırma kapsamında alanyazın taraması yapılmış olup, gündelik hayatta, sosyal bilimlerde ve özellikle sosyolojik olarak değer kavramı üzerinde durulmuş ve olgunun kavramsal ve kuramsal çerçevesi çizilmeye çalışılmıştır. Tarihsel, mekânsal ve sosyal ilişkiler boyutlarının bileşkesiyle sosyolojik anlamda değerler oluşmaktadır. Birey doğduğu andan itibaren hazır olarak bulduğu değerleri sosyalleşme sürecinde öğrenmekte ve değerler sayesinde toplumun uyumlu bir üyesi haline gelmektedir. Oluşan bu değerler, toplum içerisinde bireylerin sergilediği eylemlere ilişkin ölçü ve standartlar meydana getirmektedir. Bu standartlar kültürel olarak farklılık göstermekle birlikte, birer ölçüt olarak bireylerin duygu, düşünce ve davranışlarına yön vermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Değerler, Gündelik Hayat, Sembolik Etkileşimcilik, Schwartz Değerler Kuramı

### **Abstract**

*The aim of this research is to examine sociological values and the importance of values in daily life. Within the scope of the research, a literature review was made and the concept of value in daily life, social sciences and especially sociologically was emphasized and the conceptual and theoretical framework of the concept was tried to be drawn. With the combination of historical, spatial and social relations dimensions, sociological values are formed. The individual learns the values that he finds ready from the moment he is born in the process of socialization and becomes a harmonious member of the society thanks to the values. These values create measures and standards for the actions of individuals in society. Although these standards differ culturally, they direct the feelings, thoughts and behaviors of individuals as criteria.*

**Keywords:** Values, Everyday Life, Symbolic Interactionism, Schwartz Theory of Values

### **Giriş**

Gündelik hayatın içerisinde sıklıkla kullandığımız değer kavramı, günümüz sosyal bilimlerin en popüler konuları arasında yer almaktadır. Başta pedagoji olmak üzere felsefi, teolojik, psikolojik, sosyolojik ve antropolojik olarak değer üzerine çalışmalar yürütülmektedir. Bütün bu çalışmalarda değer kavramı yapısı itibarıyla hem soyut hem de birçok kavram ile iç içe geçmesinden dolayı oldukça karmaşık bir boyuta sahiptir.

İnsanoğlu, doğduğu andan itibaren kendisini değerler dünyasının içerisinde bulmaktadır. Diğer bir ifadeyle kişi doğduğunda değerleri hazır olarak bulmaktadır. Sosyalleşme süreciyle birlikte, değerler öğrenilir. Başta toplumların kültür hayatı dil başta olmak üzere yeni nesillere aktarılır. Dil ile birlikte toplumun sembolik anlamlar yüklediği her türlü inanç, tutum, düşünce ve davranışlar bireye kazandırılır. Değerler sayesinde birey, içinde yaşadığı toplumun uyumlu bir üyesi haline gelmekte; sosyal ilişkilerde ve toplumsal hayatın içerisinde bir düzen oluşmaktadır. Tersine bir yaklaşımla değer konusu irdelendiğinde, toplumdaki çatışmaların ve

kaotik düzenin de sebebi değerlerdeki farklılaşmasından kaynaklanmaktadır.

İnsan, gereksinimleri olan bir varlıktır. Toplum, bireyin gereksinimlerinin karşılanması amacıyla oluşmuş büyük bir yapıdır. İnsanoğlu, gereksinimlerini nasıl ve ne ölçüde karşılayabileceği kültürel olarak belirlenmektedir. Toplum, kültürel olarak bireyin eylemlerine yön vermektedir. Dolayısıyla toplumu kültür; bireyi de değerler üzerinden sosyolojik olarak inceleyebiliriz. İnsanın gereksinimlerini karşılama noktasında eyleme sevk eden motivasyonun kaynağı olarak görülen değerler, toplumların ahlâk ve inançlarından beslenmektedir.

“Birey ve toplum hayatında sosyal ilişkilerin oluşmasında ve madde ile insan arasındaki bağın kurulmasında böylesi önemli bir konumu bulunan değerler ve değerlerin kaynağı nelerdir?”, “Toplum hayatında değerlerin işlevi nedir?” gibi sorulara verilen cevaplar değerlerin birey ve toplum hayatındaki rolünü vurgulamaktadır. Ancak sosyal bilimlerde üzerinde uzlaşmış bir yaklaşım bulunmamaktadır. Türkiye’deki ve dünyadaki alanyazın incelendiğinde değerler olgusu sosyal bilimlerde çok farklı açılardan ele alınmaktadır. Değerler ile ilgili yapılmış çalışmalara genel olarak bakıldığında değerlerin sınıflandırılmasına odaklanıldığı görülmektedir. Eduard Spranger (1928) ile başlayan değerlere ilişkin sınıflandırmalar, Allport, Vernon ve Lindzey tarafından 1931 yılında bir Değer Ölçeğine dönüştürülmüştür. Buna göre değerler bilimsel, ekonomik, estetik, sosyal ve dini değerler olmak üzere altı gruba ayrılmıştır. Aynı bakış açısı ile Türkiye koşullarında uyarlanan çalışmasında Erol Güngör (1978) bu sınıflandırmaya ahlâkî değerleri de ekleyerek yedi grupta ele almıştır. Sonrasında Morris (1956), Rokeach (1973), Lenski ve Lenski (1974), Nelson (1974), Kahle (1983) ve Schwartz (1992)’de yapılan sınıflandırmalarda insanların bireysel değerlerine, kişiliğin baskın ve belirgin özelliklerine göre değer sınıflandırmaları yapıldığı görülmektedir. Özellikle Milton Rokeach (1973) ve Shalom H. Schwartz (1992)’nin çalışmaları günümüzde değerlerin kültürel boyutlarını dikkate almasından dolayı değer

çalışmalarında önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye’de değer ile ilgili çalışmalar incelendiğinde özellikle Hilmi Ziya Ülken (1965; 1966)’nin değerlerin felsefi boyutlarına odaklanmış ile Erol Güngör (1978) ise akademik bir araştırma çerçevesinde değer olgusunu incelemiştir. Günümüzde yapılan çalışmalarda genel olarak uyarlanma ve uyarlanmış çalışmaların belli değişkenler etrafında değerler olgusunu ele almaktadır (Şahin, 2022). Alanyazında kavramsal değerlerin birey ve toplum hayatındaki rolü üzerinde durulmakta ve yapılan çalışmalarda değerleri kendi içerisinde sınıflandırma eğilimi dikkat çekmektedir.

Bu çalışma gündelik hayatın içerisinde değerlerin yeri ve önemi ile alanyazında yer alan değerlerin kavramsal çerçevesi nedir? Kuramsal çalışmalarda değerler olgusu nasıl ele alınmaktadır? sorularına sosyolojik cevaplar bulmak amacıyla yapılmıştır. Bunu yaparken, değerlerin sosyal bilimlerdeki konumu da çalışmanın sosyolojik boyutlarını ayırabilmek amacıyla karşılaştırma yapılarak sunulmuştur.

## 1. Değerlerin Kavramsal Çerçevesi

Değer kavramı, ister gündelik hayatın, ister sosyal bilimlerin farklı disiplinleri içerisinde ele alınsın belli bir kültür içerisinde bulunan toplumun beklentilerine, sosyal ilişkilere ve bireyin eylemlerine yönelik bir takım standartlar sunmaktadır. Bu standartlar toplum hayatının işleyişinde bir düzen meydana getirmektedir. Bu düzen toplum hayatında bir kere sağlandıktan sonra, nesiller boyunca devam etmektedir. Ancak sosyal değişim süreçleri birey ve toplumların ihtiyaçlarını değiştirdiği gibi değerler ve değer eylemlerinin yönünü de değiştirebilmektedir. Toplumsal normlar, ahlâk kuralları ve yasalar, bireyin eylemlerini sınırlandırmakta ve nasıl olması gerektiği noktasında yönlendirmektedir. Değer bağlamında kişiden beklenen ise toplumun beklentilerine yönelik zoraki olmayan, içselleştirilmiş eylemler geliştirmektir. Buradaki geliştirmek kavramı, değer olgusunun kendi içerisindeki boyutu göstermektedir. Diğer bir ifadeyle bir değer eyleminin kabullenilmesi, benimsenme-

si ve uygulanabilmesi toplumun bireyden beklentilerine göre değişebilmektedir.

Değer kavramının sözlük anlamları incelendiğinde İngilizce’de “value” ve Fransızca’da “valure” olarak kullanılan değer, hem para veya başka mallarla değiştirilebilecek bir şeyin karşılığı olarak ele alınmakta hem de bir malın yararlı, önemli ve kıymetli olduğunu göstermek için kullanılmaktadır (Bkz. Oxford Learners Dictionaries, 2021). Arapça sözlüklerde değer kavramının karşılığı olarak “kıymet” kavramı kullanılmaktadır. Türk etimolojilerini anlatan sözlüklerde 13. yüzyıl öncesinde bile kullanılan değer kavramı, “teg” kökünden gelmekte ve türetilmektedir (Clauson, 1972: 476). Günümüzün güncel Türk Dil Kurumu’nun sözlüklerinde değer, bir şeyin önemini belirlemeye yarayan soyut ölçü, bir şeyin değdiği karşılık, kıymet olarak ifade edilmektedir. Bir diğer tanımlamada ise bir ulusun sahip olduğu sosyal, kültürel, ekonomik ve bilimsel değerlerini kapsayan maddi ve manevi öğelerin bütünü olarak tarif edilmektedir (TDK, 2015: 483). Değer kavramı ilk defa 1918 yılında Florian Wiltold Znaniecki tarafından “kıymetli olmak” veya “güçlü olmak” anlamına gelen Latince “valere” kökünden türetilmiştir (Bilgin, 2007: 89). Bütün bu ve diğer sözlükler incelendiğinde değer, insanların önem verdiği, kıymet atfettiği durumlarla ilişkilendirilmektedir.

### **1.1. Gündelik Hayatta Değerler**

Gündelik hayatta çoğu zaman farkında olmadan değer kavramını kullanırız veya sıklıkla değer ve değerle ilişkili kavramlarla karşılaşırız. Belki de en çok alışverişte, kişilerarası ilişkilerimizde ve matematiksel işlemlerde değer kavramını kullanırız. Biri yerel (kültürel) ölçekte, diğeri ise evrensel boyutta kullanılmaktadır. Kültürel yapı, normların ve ilişkilerin oluşturduğu bir toplumsal yapıdır. Davranışlar, değerlerin ışığında oluşturulmuş olan normlara dayanmaktadırlar. Normlara dayalı karşılıklı etkileşim ise bir toplumsal ilişkidir. Normların, davranışların ve ilişkilerin belli şekillerde oluşmasını sağlayan temel prensiplere değerler adı verilmektedir. Kültürel yapı deyimiyle işaret edilen sosyolojik anlam; normlar,

değerler ve yaşam biçimidir. Evrensel değerler ise tüm insanlığın tarih içinde ürettiği ortak işlevsel, aydınlatıcı ve yönlendirici genel ilkelerdir. Evrensel değerler birer sosyal yasa gibi işlemektedirler. Hem bireysel hem de toplumsal yaşamda ihlal edildikleri zaman çeşitli sorunlar ortaya çıkmaktadır (Birkök, 2019: 498). Buna göre değer kavramının kültürel boyutu olduğu kadar, insanlığın ortak ürünü olarak ele alabileceğimiz evrensel boyutu da bulunmaktadır.

Her toplum içerisinde alışveriş, belli bir kültüre dayanmaktadır. Alışveriş kültürü içerisinde satılan her ürünün para karşılığında bir değeri muhakkak vardır. Ancak toplumsal hayattaki karşılığı açısından değer kavramını ele alacak olursak, bir malın para karşılığı olarak değerinin olması yeterli değildir. Gündelik hayatta en çok hissedilen ise değer, kıyas veya ölçü olarak görülmesidir. Değeri, ölçü olarak gören bakış açısı sosyolojik olarak yeterli değildir. O zaman bir ürünü sosyolojik olarak değer atfedebilmemiz için meselelerin toplumsal boyutlarının olmasını gerekli kılmaktadır. Alışveriş örneği üzerinden devam edecek olursak, örneğin yerel bir bölgedeki fırından alınan ekmeğin fiyatı ile bir başka market veya fırından alınan ekmeğin fiyatı aynıdır. Türkiye genelinde akaryakıt fiyatları sık değişmekle beraber, ülke genelinde standart bir fiyat tarifesi bulunmaktadır. Taksit bindiğimizde taksimetre herkes için aynı açılmakta ve gidilen her bir kilometre başına düşen ücretlendirme bellidir. Havaalanları gibi özel yerlerde fiyatlandırmalar, gündelik hayat standartlarından farklı ve yüksektir. Ya da şehrin bazı bölgelerindeki ucuzluk gündelik hayat akışının içerisinde herkesin dikkate aldığı bir husus değildir. O zaman bir malın değer olarak gösterimi, toplumun genelinde nasıl algılanmış ve kabul görmüş ise o değer olarak kabul edilmektedir. Değere ilişkin olarak toplum hayatında meydana gelen bir takım standartlar oluşmuştur. Bu değer sayesinde başta alışveriş kültürü olmak üzere birçok hususta standartlar oluşmuştur. Oluşan bu standartlar ile birlikte toplumsal hayatta bir düzen ve uyum meydana gelmektedir. Demek ki, değer sadece bir ölçü olarak görülmez; aynı zamanda toplumsal hayatın



içerisinde bir takım standartlar meydana getirmektedir. Toplumsal açıdan önemi haiz olan ise oluşsan bu standartlardır.

Matematik, insanlığın ortak ürünü olarak kabul edilmektedir. Matematiksel bir işlem her yerde standarttır yani dünyanın her yerinde aynıdır. Beş sayısı her yerde beştir. Bir sorunun birden fazla yolu olabilir, lakin sonuç bölgeden bölgeye, toplumdaki topluma farklılık göstermez. Dolayısıyla matematiksel bir işlem, değer anlamında, insanlığın ortak standartlarından birisi olarak kabul edilmektedir. Kendimize çok yakın gördüğümüz birinin tutum ve davranışlarına ilişkin beklentilerimiz çoğu zaman vardır. Kendisine yakıştıramadığınız bir davranışı ile karşılaştığınız yakın bir arkadaşınıza, senden bunu beklemezdim, diyebilirsiniz. Demek ki, yakın çevremizdeki insanların eylemlerine ilişkin ölçülerimiz ve beklentilerimiz bulunmaktadır. Bu ölçü ve beklentiler, sosyal ilişkilerdeki değerlerin birer göstergesidir. Kişinin, çevresindeki insanlara ilişkin oluşturduğu standartlar bulunmaktadır ve buna göre karşısındaki değerlendirmekte ve konumlandırmaktadır.

Gündelik hayatta değerler, insanların ilişkilerinde kullandığı ölçü ve standartların karşılığı olarak kullanılmaktadır. Örneklerde verilmeye çalışıldığı gibi alışverişte, kişilerarası ilişkilerde ve matematiksel işlemlerde bir takım ölçü ve standartlar oluşturulmuşsa; buradakilere benzer bakış açısıyla sosyal ilişkilerimizde kullandığımız ölçü ve standartlar yok mudur? Örneğin, belli bir kültürde evinize gelen misafirleri nasıl ağırlarsınız? Makama çıktığınızdaki tutum ve davranışlarınızla, arkadaşlarınız ile olan ilişkilerinizdeki tutum ve davranışlarınız arasında farklılık var mıdır? Var ise ne tür farklılıklar vardır ve bu farklılıklara uymak zorunda mıyız? Öğrenci olarak gittiğiniz başka bir şehirde, en çok hangi yemekleri özlersiniz? Kalabalık bir otobüste, ayakta duran yaşlı bir amcaya yerini vermeyen genci nasıl değerlendirirsiniz? Evde baba ve anne ile olan ilişkilerimiz; çocukların ebeveynleri ve kardeşleri ile olan ilişkilerinde, başta dede ve nineler olmak üzere yakın akrabalar ile olan ilişkilerde, komşuluk ilişkilerinde, tanımadığınız bir kişi ile karşılaştığınızda gösterdiğiniz tepkilerde belli ölçü ve standartlarımız yok

modur? Bütün bu sorulara verdiğimiz cevaplar, aslında toplum hayatında değerın görece öneminin yanında sergilenen tutum ve davranışlarda belli bir ölçü ve standartlar bulunduğunu göstermektedir.

Tersi bir durum olmuş olsaydı ne olurdu? Örneğin, gündelik hayatta alışveriş kültüründe bir ölçü ve standart olmasaydı ne ile karşılaşırđık? Bir fırından aldığımız ekmeğin fiyatı her gün değışseydi ya da akaryakıt fiyatları istasyondan istasyona farklılık gösterseydi nasıl bir düzen içerisinde kendimizi bulurduk? Şüphesiz ki, bu tür sorulara verilecek en kestirme cevap, toplumsa bir kaotik ortam meydana gelirdi. Ölçüler anlamını yitirmiş ve standartlar ortadan kalmış ise sosyolojik olarak çatışma ve kaos kaçınılmaz hale gelecektir. Toplumlar, düzen ve uyum içerisinde varlığını sürdürme eğilimindedir. Standartlar yani düzen ve uyum, gündelik hayatta değerleri meydana getirmektedir. Bütün ülkeler, toplumsal ve evrensel bu standartları sağlayabilmek için bireylerini eğitmenin yollarını aramaktadırlar. Diğer bir ifadeyle, değerler eğitim yoluyla bireylere öğretilir. Başta ebeveynler ve okullar olmak üzere, toplumsal bütün kurumlar yardımıyla toplumun benimsediği, kabul ettiği ölçü ve standartlar formal veya informal şekilde bireye öğretilir.

Değerler ile ilgili yapılan araştırmalarda betimleyici yaklaşımlar tercih edilmektedir. Buna göre birey ve toplum için yararlı, istenilen ve beğenilen her şeyin bir değere sahip olduğu belirtilmektedir (Fichter, 2019: 166). Bu tür yaklaşımlar kendi içerisinde bazı karışıklar barındırmaktadır. Örneğin, aile başlı başına bir değer midir? Yoksa sosyalleşme sürecinde ailenin yönlendirmesiyle birlikte ortaya çıkan eylemler, beklentiler, arzular mı değerleri oluşturmaktadır? Bir başka örnek olarak baba, anne, çocuk birer değer midir? Veya bir sosyal organizasyon olarak devlet, değer midir? Genel olarak değerler, belli bir kültür ortamında insanın ürünü olarak ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla değerleri üreten insanın, bizatihi kendisi de birer değer olarak kabul edilmektedir. Ancak ailenin, anne ve babanın, devletin, çocuğun, kardeşin, akrabasının, sosyal grubun ürettiği sembol ve anlamlar ile bunlara ilişkin eylem ve

beklentiler değerler üzerinden varlıklarını sürdürmektedir. Bütün bunlara göre değerler olmasa idi, ailenin, anne ve babanın, devletin vs. bir anlamı olmayacaktı. Her birini anlamlı kılan ve bütün bunlara karşı insanın nasıl bir eylem içerisinde olması gerektiğine ilişkin ölçü ve standartlar, değerler üzerinden sağlanmaktadır (Şahin, 2022: 28-29). Diğer bir ifadeyle, insanoğlu tamamen değerlerden örülmüş bir ortamda varlığını sürdürmektedir. Değerler, toplum hayatında ya uyum ya da çatışmaların ya düzen ya da kaosun kaynağıdır. Uyum ve düzen varsa, değerler benimsenmiştir; çatışma ve kaos varsa değerler ya oluşmamıştır ya da ölçü ve standartlar kişiden kişiye, kurumdan kuruma farklılaşmıştır.

### **1.2. Sosyal Bilimlerde Değerler**

Değer ve değerler konusu günümüz sosyal bilim araştırmalarının temel sorun alanları arasında görülmektedir. Sosyal bilimlerde özellikle felsefe, teoloji, etnoloji, antropoloji, psikoloji, sosyal psikoloji ve sosyoloji alanlarında değerler konusu farklı açılardan ele alınmaktadır (Şahin, 2022: 30). Sosyal bilimciler, insan davranışlarını açıklamada değerlerin önemini vurgulamaktadır (Kuşdil ve Kağıtçıbaşı, 2000: 60). Burada odaklanılan husus insan davranışlarıdır. Ancak değerler, sadece insan davranışlarının bir yansıması değildir. Duygu ve düşünceler, tutumlar da değerlerin birer göstergesi olarak kabul edilmektedir. Özellikle son dönemlerde sosyal psikolojik olarak yapılan araştırmalarda değerlerin salt davranış olarak değil; duygu, düşünce ve davranış boyutlarını da dikkate almaktadırlar.

Değer nedir? sorusu M.Ö. 4. yüzyıldan beri cevabı aranan sorular arasındadır. Günümüzde felsefenin alt dallarından aksiyolojinin çalışma alanı içerisinde ele alınan değerler konusu, insan eylemlerinin sonucu üzerinden değerlendirmelerde bulunmaktadır. İnsandan beklenen veya beklenmeyen bağlamında, eylemin ahlâkî olup olmadığına göre değerler sorgulanmaktadır. Değerler felsefesi olarak da tanımlanan aksiyoloji, değer ve değer problemlerini ontolojik ve epistemolojik olarak incelemektedir (Bircan, 2015: 11). Buna göre aksiyoloji davranışın etik ve estetik oluşu üzerinden incelemelerde bulunmakta ve bir davranışın iyi, doğru ve güzel

oluşuna odaklanmaktadır (Arat, 1996). Bir eylemin iyi, doğru ve güzel oluşunun evrensel ve kültürel boyutları bulunmaktadır. Ahlâk olgusu içerisinde ele alınan, değer eylemleri kültürel bir ortamda öğrenilmekte ve benimsenmektedir. Dolayısıyla değerler, kolektif yaşantı içerisinde kazanılmaktadır. Teolojik olarak ele alındığında ise mesele evrensel yaklaşımlar öne çıkmaktadır. Ahlâkî olan insan eylemlerinde dinin kaidelerini ölçü olarak kullanılmasıdır. Bu durum kişinin hem kendisinin hem de içinde yer aldığı toplumun ve insanlığın her birinin kurtuluşunun da reçetesidir. Değerler felsefesinde değerlerin kültürel olarak değişebilir olmasına karşın, teolojik yaklaşımlarda değerler mutlak olarak ele alınmakta ve insanların buna neden uyması gerektiğine odaklanmaktadır. İnanç çerçevesinde ele alınan bu yaklaşım değerleri aynı zamanda psikolojinin de temel konusu haline getirmektedir. İster felsefi, ister teolojik olsun değerler, insan eylemlerinin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Psikoloji ise değer eylemini inanç çerçevesinde ele almaktadır (Güngör, 2018). Bir davranışın nedeni inançtan dolayı olabilir ve kişi bu davranışın ortaya koyduğu sonucu önemsemez (Weber, 2002: 11). Değerler insanın zihin dünyasında oluşmakta ve eylemleri üzerinde belirleyici bir etkisi olduğu düşünülmektedir. Ancak sosyal psikolojik açıdan meseleyi ele alındığında, olay ve olgular karşısındaki insanın ortaya koyduğu tepkiler öznel ve genel davranışlar olarak ortaya çıkabilmektedir. Her iki durumda da bireyin üzerinde sosyal bir baskı söz konusudur (Şahin, 2022: 35). Ortamsal etmenler, kişinin sergilemesi beklenen davranışların yönünü değiştirebilir. Ancak belli bir kültürel ortam içerisinde hangi koşul altında olursa olsun, insanların belli eylemlerde bulunması beklenmektedir. Sosyal bir varlık olan insanın, gündelik hayatında toplumsal veya grup değerleri sosyal etki ve uyuma olgusu içerisinde değerlendirilmektedir. Gündelik hayatın içerisinde insanların hem birbirlerinden çok farklı, hem de birbirlerine çok benzer oldukları görülmektedir. Bir kişide toplanan çeşitli eğilimler, tutum ve davranışlar bütünü, o kişiye has bir görünüme sahiptir ve hiç kimsede aynen görülmez. Özellikle çeşitli sosyal tabakalara, değişik yörelere

ve özellikle farklı etnik, din ve ulusal gruplara ait insanlar arasında bu farklılık ve çeşitlilik çok artmaktadır. Örneğin, bir kültürde normal kabul edilen yemek yeme tarzı, bir diğer kültür de ayıp olarak görülebilmektedir. Bir toplumda beğenilen cesur, atak, saldırgan kişilik tipi, başka bir toplum tarafından tehlikeli olarak nitelendirilebilir. Bu ve buna benzer farklılıklara rağmen, insanların birbirlerine benzedikleri de bir gerçektir. Toplum içinde yaşayan insanların davranışlarının çoğu benzer davranışlardır. Belirli bir ülkede yaşayan insanlar genel olarak aynı dili konuşmakta ve aynı dine mensupturlar. Benzer tutum ve inançları bulunmaktadır. Olay ve olgular karşısında benzer tepkiler ortaya koymaktadırlar. Sosyal etki sonucu meydana gelen gruba uyma davranışı, kişilerin benzerliğini yani sosyal davranışlarındaki düzenliliği meydana getirmektedir (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2014). Birey ve toplum etkileşimi sonucu ortaya çıkan bütün sosyal davranışlar, değerlerden beslenmektedir. Her toplum, sahip olduğu kültür ve değerlerin devam etmesini istemektedirler. Toplum hayatında hazır olan bu değerler, sosyalleşme sürecinde bireye aktarılmakta ve böylece birey içinde yaşadığı toplumun ölçü ve standartlarını kabullenmektedir. Süreç içerisinde birey farkında olmadan y yerine getirdiği ve de içselleştirdiği değerler sayesinde toplum ile uyumlu bir varlık haline gelmektedir.

### **1.3. Sosyolojik Olarak Değerler**

Soyut bir kavram olarak değerlerin nesnel bir karşılığı olmadığından dolayı sosyologlar arasında oldukça tartışmalı bir alandır. Ancak günümüz sosyolojik araştırmaların temel konuları arasında yer almaktadır.

Soyut bir kavram olan toplumu, somutlaştırabilmek için sosyolojide kültür kavramından yararlanılmaktadır. Sosyal bir varlık olan bireyin, kültür içerisindeki konumu değerler üzerinden tarif edilmektedir. Diğer bir ifadeyle toplum kültürden; birey değerlerden meydana gelmektedir. Birey, toplumun üyesi olduğuna göre değer ile kültür arasında doğrudan bir ilişki söz konusudur. Bu anlamda sosyologlar için değerler, bireyin sosyal bir varlık olmasından

dolayı sosyolojik araştırmalar açısından gerekli hale gelmektedir (Fichter, 2019: 131). Her olay kendi tekilliği içerisinde ele alınmasından dolayı değer kavramı bireye ya da gruba göre göreceli hale gelmektedir (Şahin, 2022). Ancak olgusal olarak değerler, toplumun beklentileri doğrultusunda bireyin davranışlarına yön vermektedir. Diğer bir ifadeyle değerler, sosyalleşme sürecinin ürünüdür. Her toplumun sosyalleşme süreci birbirinden farklı görülmektedir. Bütün toplumlar, sosyal gruplar sosyolojik olarak tarihsel, mekânsal ve sosyal ilişkiler bağlamında anlamlandırılmaktadır. Grup normlarının oluşumu veya grup normlarına uyma eğilimleri, sosyal varlık olan bireylerin tercihlerinde önemli etkenler arasında görülmektedir. Birey, tercihlerinde grup dinamikleri ile birlikte hareket etme eğilimini daha fazla sergilemektedir.

Sosyolojik bir olgu olarak değerler ilk defa Weber tarafından ele alınmıştır. Değerlerin önemli birer sosyal olgu olmasından dolayı (Weber, 2011: 19), bilimsel araştırmalarda üzerinde durulması gereken konular arasındadır (Dilmaç, 2007: 19). Sosyal bir olgu olarak değer kavramı, toplum ve birey için önem taşımaktadır. Bir kültür içerisinde ele alınan değerler, toplum içindeki bireylerin davranış örüntüleri sosyolojik araştırmaların başlangıcıdır. Bu durum toplumsal olayların incelenmesinde değerlerin dikkate alınmasını gerekli hale getirmektedir. Dolayısıyla değerleri göz ardı ederek toplumsal olay ve süreçleri anlamak ve açıklamak oldukça zordur (Özensel, 2003: 225). Buna göre göre herhangi bir değer, sosyal gruplarda bulunan bireylerin ampirik bir içeriğe sahip herhangi bir referans noktası ve eylemin amacına ilişkin bir anlamdır. Bir gıda maddesi, bir çalgı aleti, bir madeni para, bir şiir parçası, bir niversite, bir efsane, bilimsel bir teori sosyolojik olarak değerle ilişkili olabilir. Değerler konusu itibariyle, sosyal grupların özelliğine göre farklılık gösterebilmektedir (Şahin, 2022: 37). Ancak değerler, insanların grup içerisinde nasıl davranması gerektiği hususunda yol göstermektedir. Sosyal açıdan değerler, bir sosyal grubun veya toplumun bütünlüğünü ve devamlılığını sağlamak ve sürdürmek için üyelerinin çoğunluğu tarafından uygun ve gerekli oldukları

kabul edilen, aynı üyelerin ortak duygu, düşünce, amaç ve çıkarlarını yansıtan, genelleştirilmiş ilke ve inançlardır (Ersoy, 2006: 82). Sosyal grubun içerisinde uyumlu olarak varlığını sürdürmek isteyen herkes, grubun değerlerini benimsemek, kabullenmek ve eylemlerinde yansıtmak durumundadır. Aksi durumunda birey grup içerisinde farklı problemlerle karşılaşmaktadır.

Değerlere ilişkin tanım ve değerlerin kaynağı konusunda sosyologların üzerinde uzlaştıkları bazı hususlar şunlardır (Korkmaz, 2013: 54):

- Toplumsal davranış amaçlıdır.
- Değerler arzu edilen, istenilen davranışlardır.
- Değerler, araçların seçimini etkiler ve dolayısıyla insan davranışlarını yönlendirir.
- Değerler her zaman birbiri ile tutarlı/uyumlu olmayabilir.
- Bir toplumda genellikle bazı değerler temel değerler haline gelerek onu şekillendirir ya da ona özgün bir karakter kazandırır.
- Temel değerler, kalıcılık ve paylaşılma eğilimindedir ve bu nedenle topluma istikrar ve bütünleşme sağlar.

Değerler, toplumun benimsediği, üzerinde uzlaştığı ve bireyden beklediği eylemlerdir. Bu eylemler, bireyin duygu, düşünce ve davranışlarını içermektedir. Buna göre sosyolojik olarak değerler, sosyal bir varlık olan bireyin duygu, düşünce ve davranışlarına yön veren standart ölçüler olarak tarif edilmektedir (Rokeach, 1973: 2; Schwartz, 1992: 5). Bireylerin sergilediği bu standart ölçüler, toplumdan topluma farklılık gösterebildiği gibi aynı toplumun farklı zaman dilimlerinde de değişebilmektedir.

Kültür, hem farklılıkları ortaya koyma hem de bireylerin problemlerini çözme becerisini göstermektedir. Değer de bu anlamda kültürün bir parçası olarak kabul edilmektedir. İnsanoğlu, belli bir kültürde doğmakta ve o kültürün içerisinde sosyalleşmektedir. Birey yakından uzağa doğru, sosyal çevrenin yönlendirmesi ve etkisinde varlığını sürdürmektedir. Sosyal çevrenin onayladığı ve rol model olarak sunduğu davranışlar, zaman içerisinde içselleş-

mekte ve bireyin sahip olduğu değerlerin birer yansıması olarak kabul edilmektedir. Değerler, yapısı itibariyle toplumun üzerinde uzlaştığı olumlu yaklaşımlardan meydana gelmektedir. Dolayısıyla toplumun benimsemediği, kabul etmediği, reddettiği, olumsuz olarak gördüğü hususlara değer atfedilemez. Toplumlardaki değer yargıları, her zaman olumlu olmak durumundadır. Sosyolojik olarak kültür, ayırım yapma etkinliği (Bauman, 2018) olduğuna göre değerlere ilişkin bu durum kültürel olarak değişiklik gösterebilmektedir. Değer, sosyal bir varlık olarak bireyi etkileyen, bireyin ya da grubun özelliklerini ayırt etmemizi sağlamaktadır. Değerler, toplumsal kuralların zeminini oluşturduğu gibi, toplumsal bir varlık olarak bireyin davranışlarındaki tutarlılığa da işaret etmekte ve böylece bireyin seçimlerini kolaylaştırmaktadır. Kabul edilen değerler, insanların muhakeme ve seçimlerinde yardımcı olmaktadır (Dönmezer, 1994). Değerler, insanlar için neyin doğru, beğenilen ve saygınlık getirdiğine yönelik paylaştıkları standartlardır (Şahin, 2022: 40). Toplumlar için birer ölçüt ve standartlar olarak kabul edilen değerler, paylaşılan, ciddiye alınan, coşturan ve soyutlanabilen bir yapıdadır (Fichter, 2019: 132). Bunlar insanların nasıl hareket edeceklerini ve dünyada neyin önemli olduğunu göstermektedir. İnsanlar bütün bunları değerler sayesinde öğrenmektedirler.

Sosyolojik olarak değerler, yapısı itibariyle insanların gereksinimleri, toplumun normları, tutumları, inançları, ahlâkları, eyleme sevk eden güdeleri ile doğrudan ilişkilidir. Değerler, bütün bunların bileşkesi olarak kabul edilmektedir. Gereksinimler, normlar, tutumlar, inançlar, ahlâkî yaklaşımlar, güdü gibi kavramlar doğrudan değerle ilişkilidir. Her insan bir takım ihtiyaçlarıyla var olmuştur ve bu ihtiyaçlarını içinde yaşadığı toplumdan karşılamaktadır. Ancak insanoğlu, gereksinimlerini nasıl karşılamaktadır? Sorusuna verilecek cevap, kültürel olarak farklılaşmaktadır. Açlık her insan için olan bir durumdur. Ancak açlığın nasıl giderileceği, sosyolojik bir araştırma konusudur. Örneğin, aç olan bir insan, karnını doyurmak istemektedir. Müslüman birisi, aç bile olsa domuz eti yemek istemez. Dolayısıyla inançlar, insan gereksinimlerini yönlendirmekte-



dir. Değer atfedilen durum ise insanoğlunun gereksinimlerini toplumun inançları doğrultusunda gidermesidir. Bu tür durumlar bireyi sosyal bir varlık haline getirmektedir.

Psikolojide oral dönem olarak adlandırılan 0-1 yaş arası zaman dilimi dahi, sosyalleşme süreçlerinde önemli bir aşamayı temsil etmektedir. Burada temel amaç sadece bireyin beslenme ihtiyacının karşılanması değildir; aynı zamanda güven duygusunun gelişiminde önemli bir aşama olarak da kabul edilmektedir. Çocukluk amnezisi olarak kabul edilen 0-3 yaş dilimi, birey kültür ve değerler bağlamında bir toplumun üyesi haline geldiği ama bu süreçleri hatırlamadığı zaman dilimi olarak görülmektedir. Buraya kadar birey, genel itibariyle ebeveynlerinin ve bilhassa annenin kontrolü altında büyümektedir. Dil gelişimi ve konuşma becerisi, tuvalet eğitimi, damak tadı, toplumsal cinsiyet rolleri, anne ve babanın konumu, diğer sosyal çevre ile olan ilişkiler sosyalleşme süreci içerisinde öğrenilmektedir. Çocukluk hayatına ilişkin kazanımların önemli bir kısmı sosyal onay ve rol modellerle gelişmektedir. Onaylanmayan eylemler, sönmekte; onaylanan eylemler sosyal pekiştirilerek algılanmakta ve çocuk tarafından tekrarlanan eylemlere dönüşmektedir. Genel itibariyle rol model alınan eylemler, çocukların dünyasında daha kalıcı izler bırakmaktadır. Özellikle Türkiye gibi davranışın, sözün önünde olduğu kültürel ortamlarda daha belirgindir. Örneğin bir toplumdaki kadın ve erkek cinsiyetinin gerektirdiği değerler farklılık gösterebilmektedir. Bu durum Milton Rokeach tarafından yapılan değer araştırmasında, kadın ve erkeklerin benimsediği değerler açısından karakteristik olarak farklılıklar gösterdiğini ortaya koymaktadır (Rokeach, 1973: 25). Bütün bu değerler erkek ve kadına sosyalleşme yoluyla öğretilmektedir (Güngör, 2018). Burada değerleri sosyolojik olarak önemli hale getiren tarafı, insan davranışlarını belirlemektedir. Değerler, bir durum karşısında, neyin gerekli olup olmadığı konusunda insanlara kültürel bir bakış açısı kazandırmaktadır (Macionis, 2003: 521). Buna göre değerler, insanın olay ve olgular karşısında hangi duygu, düşünce ve davranışlar içerisinde olması gerektiği hususunda

yardımcı olmakta ve böylece insanı uyumlu bir varlık haline getirmektedir.

## 2. Kuramsal Yaklaşımlarda Değerler

Weber'in anlayıcı/yorumlayıcı sosyolojisinin ve Protestan ahlâkı tezinin etkisiyle değerlerin önemli bir sosyal olgu olduğu, bilimsel analiz ve incelemeye tabi tutulabileceği anlayışını güçlendirmiştir. 1960'lı yıllardan itibaren hem nitelik hem de nicelik olarak toplumsal değer araştırmalarında önemli bir artış bulunmaktadır (Özensel, 2003: 222). Özellikle son yıllarda toplumsal değer araştırmaları sosyolojinin önemli çalışma alanlarından biridir. Diğer bir ifadeyle konusu sosyolojik araştırmaların temel çalışma alanlarından birisi haline gelmiştir.

Bir sosyolojik kavram olarak değer konusuna ilişkin teorik çalışmalar Talcott Parsons (1902-1979) tarafından başlatılmıştır. Bu anlamda değer araştırmalarına yönelik teorik çalışmalarda Parsons öncesi ve sonrası olarak ikiye ayrılabilir (Korkmaz, 2013: 55). Buna göre Weber ve Simmel'in çalışmaları Parsons öncesi dönemi oluşturmaktadır. Ancak günümüzde sosyolojik araştırmalarda iki temel kuramsal yaklaşımdan beslenmektedir. Bunlardan birincisi mikro gruplar üzerinde araştırmaya imkân veren, sembolik etkileşimcilik yaklaşımıdır. Diğerisi ise sosyolojik bir olgu olarak değerleri, kendi bağlamı içerisinde ele alan Schwartz'ın Değerler Kuramıdır. Çalışmalarda Weber, değer olgusunu metodolojik bir çalışma alanı olarak görmekte; Simmel, değerlerin sosyal ilişkilerdeki ölçüsüne odaklanmakta; Parsons ile birlikte değerlerin insan davranışlarının anlaşılması ve açıklanmasındaki rolü üzerinde durulmaktadır.

Kuramsal yaklaşımlarda değer olgusu, tek tek ele alınmamaktadır. Değerler arasındaki ilişkiye bağlı olarak ortaya çıkan değer yapıları, kültürel olarak anlamlı görülmektedir. Değerler görece önemlerine hiyerarşik bir görünüme sahiptir. Değerlerin hiyerarşik görünümleri, kültürden kültüre veya aynı toplumun farklı zamanlarında değişiklik gösterebilmektedir.

### **2.1. Sembolik Etkileşimci Yaklaşım Göre Değerler**

Sembolik etkileşimcilik, toplumun mikro boyutlarını konu edinen, bireyler ve küçük gruplar arasındaki etkileşime odaklanan sosyolojik bir gelenektir (Yadigaroglu, 2018: 75). Toplum denilen yapı, küçük gruplardan meydana gelmektedir. Her birey öyle ya da böyle toplum içerisinde yer alan küçük grupların birer parçasıdır. Aynı anda birden fazla grubun üyesi olabilen birey, baskın statüsüne uygun olarak bu gruplardan birisi ile özdeşleştirilmektedir. Bazen soy ağacı ile, bazen etnik veya dini kimliği ile, bazen içinde yer aldığı sivil yapılar ile, bazen ideolojik tutum ve düşünceleri ile, bazen birlikte hareket ettiği sosyal gruplar ile anılmaktadır. Bazen de bütün bu farklı kurumsal yapılar içerisinde bireyin tutum ve yaklaşımları açısından uyumluluk söz konusu olabilmektedir. Sembolik etkileşimciler, insan eylemleri ile bağlantılı olan anlamlara odaklanmakta, incelemekte ve onları yeniden inşa etmektedirler. Mead'e göre, zihin bilimsel olarak araştırılabilir, zira onun işleyişi insanların davranışlarında gözlenmektedir (Cuff vd., 2013: 141). Toplumun mikro boyutlarına, gündelik hayatımıza, içinde yaşadığımız gündelik dünyaya ve insanların kullandığı "sembolik iletişim" aracılığıyla gündelik yaşantılarında nasıl etkileştiklerine, düzen ve anlamı nasıl yarattıklarıyla ilgilenmektedir (Slattery, 2011: 334). Sembolik etkileşimci gelenek, sosyolojik olarak ihmal edilmiş olan insan davranışının öznel ve yorumlayıcı yönlerinin çözümlenmesini öne çıkarmaktadır (Poloma, 2012: 246). Buna göre sembolik etkileşimcilik, sosyal gerçekliğin ontolojik yapısının insan iradesiyle oluştuğunu ve bu yapının içerisinde insan etkinliği devam ettiği sürece yeni yeni oluşumlar ve değişimler yaşanmaktadır. Bu bağlamda, insanlar nesne ve olaylara atfettikleri anlamlar neticesinde davranışta bulduklarını varsaymaktadır (Yadigaroglu, 2018: 77). Sembolik etkileşime dayalı sosyolojik araştırmalarda, insanın öznel yaklaşımları dikkate alınmaktadır (Şahin, 2022: 66). İnsanın öznel yaklaşımları, gereksinimleri ve bu gereksinimleri nasıl karşılayacağı ile ilişkilidir. Dolayısıyla sembolik etkileşimciler, bireylerin etkilediği öznel durumları da dikkate almaktadırlar. Yukarıda bahsetti-

ğimiz, bireyin içerisinde aynı anda yer aldığı gruplar ve bu grupların içerisinde sergilediği tutum ve davranışlara ilişkin baskın yaklaşımlar kişinin tutum ve gereksinimlerine göre farklılık gösterebilmektedir.

Var olan veya yeni oluşan her sosyal grubu bir arada tutan normlar, tüzükler ve yasalar mevcuttur. Bütün bu sosyal gruplar, bireylerin bir takım gereksinimlerine de cevap vermektedir. Sosyal grupların, bireylerden beklentileri, grubun normlarına, tüzüğüne ve yasalarına uygun hareket etmeleridir. Ayrıca sosyal gruplar, süreç içerisinde grubu bir arada tutan temayüller, semboller ve ritüeller oluşmaktadır. Gruba yeni girenler için anlamsız veya saçma gibi gözüken bir takım uygulamalar, zaman içerisinde bireylerin sempatisini kazanmakta ve grubun gönüllü birer üyesi haline gelmesinde etkin rol oynamaktadır. Bunlara saygı duyulması ve hatta benimsenmesi gerekmektedir. Tersine durumda ise kişinin ayıplanması, cezaya tabi tutulması ve hatta gruptan uzaklaştırılmasına sebep olabilmektedir. Kişiden beklenen ahlâkî tutum ve davranış ise bunları yaşantısında yerine getirmesidir. Dolayısıyla kişinin sahip olduğu değerler, grubun menfaatleri doğrultusunda, hareket etmeyi gerekli kılmaktadır.

Toplum içerisinde ve özellikle küçük gruplarda değerlerin oluşumunda ve aktarılmasında olumlu bağlanma, grupla özdeşleşme ve grup üyeleri arasındaki bağlılık söz konusudur (Schwartz, 2006b: 268). Bir toplum hayatında, her şey değerlere göre algılanmakta ve diğerleriyle karşılaştırılmaktadır (Dilmaç, 2007: 2). Buna göre bireyler içinde yaşadıkları gruba göre, toplum ve kültür değerlerini benimser, bunları kendi seçimlerinde birer ölçüt olarak kullanılmaktadır. Bu açıdan bakıldığında değerler, kişi açısından toplumda normal ya da normal olmayan davranışlarla ilgili yargıda bulunmasını sağlamaktadır. Bu durum büyük veya küçük bütün sosyal gruplar için geçerlidir. Bütün sosyal ilişkiler, değerler üzerine inşa edilmektedir. Sosyal gruplarda uyum ve çatışmanın kaynağı olarak değerler gösterilmektedir. Sosyal gruplar, soyut veya somut ürettiği anlamlar dünyası ile varlığını devam ettirmektedir. Her

sosyal grupta bir sosyalleştirme süreci yaşanmaktadır. Sosyalleştirme süreçleri, grubun değerlerinin benimsenmesi ve böylece bireyin gruba uyumunun sağlamaktadır. Ortak dil, sembol ve anlamlar etrafında grup dinamikleri oluşmakta ve bütün bu dinamikler değerler bağlamında bireyin eylemlerini yönlendirmektedir.

Herbert Blumer (1973)'e göre sembolik etkileşimcilik şu üç önermeye dayanmaktadır (Akt: Richter, 2012: 173):

- İnsanlar şeylerin anlamına dayanarak davranışta bulunurlar.
- Bu anlamlar etkileşim sürecinde ortaya çıkarlar.
- Anlamlar tarihsel olarak değışkendirler.

Buna göre, insanların şeyler karşısında çıkarsadığı anlamlar ve zaman içinde yorumlara bağlı olarak değışime uğrayabilmektedir. Burada önemli olan diğerleriyle etkileşimdeki önemsemidir (Poloma, 2012: 235). Anlamlar insanlar tarafından inşa edilmekte ve değışebilmektedir (Richter, 2012: 174). İnsanlar nesnelere anlamlarını sosyalleşme süreci içinde öğrenmektedirler (Ritzer, 2013: 117). Blumer, kültürel yapıyı ve toplum yapısını deli gömleği olarak gördüğünden, daha çok süreç üzerine odaklanmaktadır (Wallace ve Wolf, 2012: 269). Diğer bir ifadeyle Blumer, insanların ortaya koyduğu davranışlardan ziyade, davranışı meydana getiren süreç ile ilgilenmektedir (Şahin, 2022: 68). Değerler, bireylerin sosyal ilişkilerindeki ortaya çıkması muhtemel sorun alanlarına pratik çözümler getirmektedir. Grubu birleştiren ve bütünleştiren değerler, birey üzerinde ortak davranış örüntüleri meydana getirmesini sağlamaktadır.

## **2.2. Schwartz'ın Değer Yaklaşımı**

Schwartz'ın Değerler Kuramı, farklı zamanlarda yapılan ve toplam 68 ülkeyi bulan çalışmadır (Schwartz & Bilsky, 1987: 555; Schwartz, 1992: 3; Schwartz, 2006: 137). Bu araştırma daha sonra "Avrupa Toplumsal Araştırması" (ESS) kapsamında, aralarında Türkiye'nin de bulunduğu, 30'dan fazla ülkede farklı zaman dilimlerinde düzenli olarak yürütülmüştür (Schwartz, 2008; Akt: Erkenekli, 2009: 46). Schwartz'ın bu çalışmaları uzun gözlem ve nicel araştırma metotlarıyla geliştirilmiş ve değer ile ilgili birçok araştırma-

nın da kuramsal çerçevesinin temelini oluşturmaktadır. Schwartz, değerler kuramı 1988-2002 yılları arasında dünyanın farklı bölgelerindeki yaşayan insanlar arasından; her kıtadan toplam 68 ülkeden örneklem toplamıştır. Toplam katılımcı sayısı 64.271 kişidir. Örneklem farklı coğrafi bölgelerden, kültürel, dilsel, yaş, toplumsal cinsiyet ve meslek grupları içermiştir. Örneklem bir ulusu ya da o ulus içinde bir bölgeyi (16) temsil eden katılımcılardan, 1-12. Sınıf öğretmenlerinden (74), değişik alanlardan lisans öğrencilerinden (111), ergenlerden (10) ve yetişkin uygunluk örneklerimden (22) olmak üzere toplam 233 örneklem toplamıştır (Schwartz, 2006b: 263-264). Kuram bütün ülkelerdeki insanların tanıdıkları temel değerlerle ilgilidir. Belirgin 10 değer yönelimini tanımlamakta ve bu değerler arasındaki çatışma ve uyuma odaklanmaktadır. Buna göre bazı değerler birbiriyle çatışır ya da çelişir (Schwartz, 2006b: 249). Schwartz, değerlerin yapısı arasındaki bu çatışma ve uyuma gönderme yapar, görece önemlerine değil.

Schwartz (2006b: 252-254), değerlerin yapısı ile ilgili altı ana özelliğin öne çıktığını vurgulamaktadır. Buna göre;

- Değerler koparılamaz bir biçimde duygulara bağlı inançlardır.
- Değerler etkinliği güdüleyen istendik amaçlara gönderme yaparlar.
- Değerler belirli bir davranış ve durumların üstündedir.
- Değerler standartlar ya da ölçütler olarak işlev görür.
- Değerler birbirine görece önemleri temelinde sıraya konurlar.
- Birçok değer görece önemi davranışa rehberlik eder.

Burada ifade edilen değerle ilgili belirginleşen altı özellik içerisinde bir değeri diğerinden ayıran husus, değer ifade ettiği amaç ya da güdünün türüdür. Değerler kuramı her birinin altında yatan güdüye göre on geniş değer ortaya koymaktadır. Kuram bu değerler arasındaki dinamik ilişkileri açıklamak üzerine kuruludur. Bu değerlerin birbiriyle olan ilişkisine göre ortaya çıkan 4 temel değer bulunmaktadır. Bunlar da değişikliğe açıklık, muhafazakârlık, kendini aşma ve kendini güçlendirme değerleridir (Schwartz, 2006b: 259). Değerler arasındaki ilişkiye bağlı olarak ortaya çıkan temel değerler, kültürden kültüre farklılık göstermektedir.

Schwartz'ın çalışması, Hofstede'nin kültürel modeline karşı geliştirilen alternatif bir yaklaşımdır (Erkenekli, 2009: 46). Schwartz, çalışmasında öğrenci ve öğretmenlerden oluşan iki farklı örneklem grubu üzerinde yürütülmüş ve araştırma bulgularında hem kültürlerarası hem de kültür içi düzeye yönelik farklı değer örüntülerini ortaya koymuştur (Schwartz, 1992: 5; Schwartz, 2006a: 138). Kültür düzeyine bağlı olarak oluşan araştırma sonucuna göre 7 temel toplumsal değer boyutu ile ilişkili olarak bireysel düzlemde 4 temel değer ve buna bağlı olarak 10 değer tipi belirlemiştir (Schwartz, 2006b: 259). Kültür bağlamında ortaya konulan bütün bu değerlerin hem bireysel düzlemde, hem de kolektif düzlemde karşılığı bulunmaktadır. Ancak bir kültürdeki ya da alt kültürdeki insanlar başka kültürlerden değerleri reddedebilirler (Schwartz, 2006b: 260). Buna göre Schwartz'ın belirlediği her bir değerın kültürel arka planı bulunmaktadır.

Schwartz, değerlerin özelliklerini bir bütün olarak tanımlamış ve değerleri inançlar olarak ele almıştır. Buna göre değerler, bireyin amaçlarıyla ve bu amaçlara ulaşmak için ortaya koyduğu davranışlarla ilişkilidir. Bu durum tüm ilişkilerimizde geçerlidir; çünkü değerler, insan davranışlarını ve onların değişimini yönlendiren standartlar olarak işlev görürler. Bu anlamda, değerler, taşıdıkları öneme göre kendi içerisinde sıralanmaktadır ama bir değeri diğer değerden ayıran o değerın neyi amaçladığıdır ki, Schwartz bunu da değerler teorisi ile açıklamaktadır (Morsümbül, 2014: 53). Bu yaklaşıma göre Schwartz, değerlerle ilgili amaç ve araç ayrımına gitmektedir. Amaçları inanç çerçevesinde ele almış ve buna ulaşma noktasında kullandığı araçların önemine vurgu yapmaktadır. Dolayısıyla amaç değerler ile araç değerler arasındaki ilişki değerleri belirlemektedir.

**Tablo 1: Değerlerin Açıklaması ile Onları Temsil Eden Değerler**  
(Schwartz, 1994: 22)

Açıklama	Açıklayan Değerler	Kaynak
Güç (power): Sosyal statü ve prestij, insanlar ve kaynaklar üzerinde kontrol sahibi olmak ya da üstünlük kurmak	Sosyal güç, otorite, zenginlik.	Etkileşim Grubu
Başarı: Sosyal standartlarda yeterli bireysel başarıyı gösterebilmek	Başarılı, yetenekli, hırslı, etkili.	Etkileşim Grubu
Hazcılık: Zevk ve duyguların kişisel doyumunu	Hazcılık, zevk alma, kendi rahatına düşkünlük.	Organizma
Yenilikçilik: Heyecan duyma, yaşama meydan okuma ve yenilik arayışı	Cesur, renkli ve heyecan verici yaşam.	Organizma
Özerklik: Seçme, ortaya koyma ve ifade etmede bağımsız düşünce ve davranış	Özgürlük, bağımsızlık, yaratıcılık.	Organizma
Hümanizm: Anlayışlı, takdir edici ve hoşgörülü olma, insanların ve doğanın refahını gözetme	Geniş görüşlü, toplumsal adalet, eşitlik, çevreyi koruma.	Etkileşim Grubu
Yardıms severlik: Çevredeki kişilerin refahını gözetme ve koruma.	Yardıms sever, onurlu, affedici, sadık, sorumlu.	Organizma
Geleneksellik: Dinin ya da geleneksel kültürün bir takım gelenek ve göreneklerini kabul etme, bağlanma ve saygı gösterme	Alçakgönüllülük, dindar, yaşamda kendine düşen payı kabul etme.	Organizma
Uyumluluk: Toplumsal kural ve beklentilere aykırı davranılmaması, başkalarının rahatsız edilmesi ya da zarar verme gibi sonuçlara yol açacak davranış eğilimlerinin sınırlandırılması	İtaatkarlık, kibarlık, aileye ve yaşlılara saygılı olma	Organizma
Güvenlik: Toplumun, ilişkilerin ve bireyin kendisinin güvenliği, huzuru ve istikrarı	Ulusal güvenlik, toplumsal düzen.	Etkileşim Grubu

*Not:* Organizma: Bireylerin biyolojik organizma olarak evrensel ihtiyaçları; Etkileşim: Grupların koordinasyonu için evrensel gereklilik; Grup: Grupların hayatta kalması ve etkin işlemesi için evrensel gereklilik.



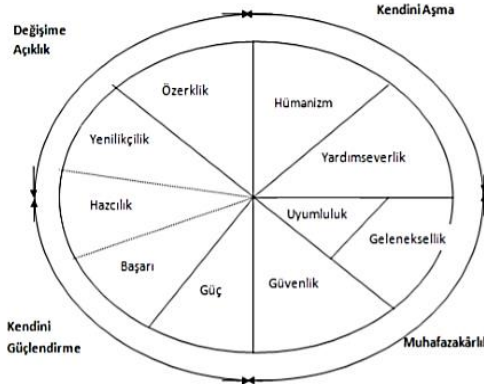
Çizelge 1’de on değer tipi ilk sütunda gösterilmiş ve her biri ana amaçları doğrultusunda açıklanmıştır. İkinci sütun her biri değer tipini gösteren örnek değerleri listelemiştir. Üçüncü sütunda ise her bir değer tipinden doğmuş olan insanın var olması gereken evrensel gereklilikler listelenmiştir (Morsümbül, 2014: 57). Buna göre Schwartz, 10 tip değer bulunmaktadır. Bu 10 tip değer, bireysel ve kültürel özelliklere göre farklı ele alınmaktadır. Diğer bir ifadeyle, amaca ulaşmak için kullanılan araçlar farklılaşmaktadır.

**Şekil 1: Değerler Arasındaki İlişki Modeli** (Schwartz, 1992: 14)



Değerlerin dairesel dağılım üzerindeki oranının artması uyumluluğun düşmesini ve çatışmanın artmasını göstermektedir. Orijine zıt yönde bulunan değer tiplerinin yüksek oranda çatıştığı kabul edilmektedir (Schwartz, 1992: 14). Bu durum değer tipleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır.

**Şekil 2: Temel Değerler ile Temel Değer Tipleri Arasındaki İlişki** (Schwartz, 1994: 24)



Şekil 2'ye göre Kendini Aşma – Kendini Güçlendirme boyutu hümanizm ve yardımseverlik değerlerinin karşısında başarı ve güç değerlerinin yer aldığı göstermektedir. Kendini aşma boyutunda bireyin kendi çıkarını düşünme arayışı vurgulanırken; kendini güçlendirme boyutunda başkalarının refah ve mutluluğunu içermektedir. Değişime Açıklık – Muhafazakârlık boyutu özerklik ve yenilikçilik değerleri karşısında uyumluluk ve geleneksellik değerlerini göstermektedir. Değişime açıklık boyutunda özgür duygu, düşünce ve davranış ile yeni deneyimlere açık olma vurgulanırken; muhafazakârlık boyutunda kendini kısıtlama, değişime direnme ve nizamı vurgulanmaktadır (Morsümbül, 2014: 60). Diğer bir ifadeyle 10 değer tipi arasındaki ilişkiye bağlı olarak 4 temel değer ve bunu belirleyen yaklaşımlar söz konusudur.

Schwartz'a göre, değer ile kültürel değer arasında kavramsal olarak yakın bir ilişki vardır (Erkenekli, 2009: 46). Değer, sosyal bir varlık olan insanın karar verme süreçlerini etkilerken, bireye yön vermektedir. Kültürel değer ise, bir toplumun kabullendiği soyut ideallerdir. Bu yönüyle ele alındığında kültürel değerler, somut durumlar karşısında neyin doğru ve kabul edilebilir olduğuna ilişkin normlara da kaynaklık etmektedir (Schwartz, 1999: 3). Bir başka ifadeyle, kültür bir toplumun paylaştığı bütün unsurları içerisinde barındırır. Ancak kültürün temelini ise neyin iyi ve tercih edilebilir olduğunu gösteren değerler oluşturmaktadır (Schwartz, 2006: 173). Her kültürün temelini değerler oluşturur ve değerler de her kültüre göre değişebilmektedir.

Schwartz'ın değerler kuramı, 68 ülkeden alınan örneklerle desteklenmiştir. Bu örneklem grupları seçilirken aynı kültürel geçmişe sahip (eğitim, yaşanan bölge, dini kimlik...) sahip olmasına dikkat edilmiştir. Yaş, cinsiyet ve mesleki farklılığın değer tipleri ile belli değerlerde aynı kültürden iki örneklem grubu arasında farklılık yaratacağı düşünülmüştür. Çalışmada kültürlerarası ve aynı kültürde değer önceliklerinde ortaya çıkan bireysel farklılıkların önceliklerini ve sonuçlarını ortaya koymak hedeflendiğinden, sosyo-ekonomik farklılıklar ve kültürel etkileri en aza indirmek için aynı

gruplarla çalışılmıştır (Schwartz, 1992: 51). Bu geniş yapı değerler sistemini organize eden evrensel bir kuralın olacağını bize göstermektedir. Schwartz'a göre insanlar bu on temel değere verdikleri öneme göre farklılaşabilmektedir fakat değerlerin uyumluluk ve zıtlık yapısı aynı yapıda organize olmaktadır. Değerler arasındaki birbirine bağlanmış olan bu motivasyonel yapı, bütün değerler sisteminin diğer değişkenlerle ilişkisini araştırmayı mümkün kılmaktadır (Morsümbül, 2014: 61). Bütün bu değer tipleri ve değer tipleri arasındaki ilişkiye bağlı olarak temel değerler ortaya çıkmaktadır.

Schwartz'a göre kültürel değerler, insanların günlük faaliyetlerinde kendisini gösterir. Bun göre piyasa ekonomisini belirleyen rekabetçi kültür içerisinde başarı ve hırs teşvik edilir. Aile ortamında da çocuklara değer olarak başarı ve hırs kazandırılır. Değerler ile toplumsal pratikler arasında uyumsuzluk olursa eğer, çatışma ve gerilim ortaya çıkar. Örneğin Türkiye gibi toplumlarda iş hayatında ömür boyu istihdam beklenirken, ABD gibi bireyci toplumlarda ömür boyu istihdam garantisi yoktur (Schwartz, 2006: 139). Dolayısıyla her birey ve toplumun sahip olduğu kültürel birikime bağlı olarak ortaya koyduğu değer yaklaşımları farklıdır.

Schwartz'ın teorisine göre her kültürde karşılaşılan üç temel sorun alanı kültürel değerler boyutuna yol açmaktadır. Birincisi birey ile toplum arasındaki ilişkinin niteliği nasıl olmalıdır (insanlar arası ilişkiler)? İkincisi, sosyal yapıyı devam ettirmek, ortak ihtiyaçları karşılamak ve işbirliğini sağlamak amacıyla insanların nasıl harekete geçirileceğidir? (iş ilişkileri)? Üçüncüsü, doğa ve topluma olan yaklaşımın niteliği nasıl olmalıdır? İnsanlar doğaya veya dünyaya (kadere) boyun mu eğecekler, uyum mu gösterecekler; yoksa onu ele geçirip istedikleri biçimde sömürecekler midir? (Smith & Schwartz, 1997: 99; Akt: Erkenekli, 2009: 47). Diğer bir ifadeyle kültürel değerler, insanların canlı cansız bütün varlıklarla kurduğu ilişkiler neticesinde ortaya çıkmakta ve gelişmektedir.

## Sonuç

Sosyal bilimlerde farklı bakış açılarıyla ele alınan değerler olgusu, yapısı itibariyle birçok karmaşıklığı içerisinde barındırmaktadır. Kolektif yaşantı içerisinde kazanılan değerler, bireyin eylemleri ile anlam kazanmaktadır. Bu anlamda değerler bir yandan sosyolojinin, diğer yandan da psikolojinin ilgi alanı içerisinde yer almaktadır. Değer kavramına sosyolojik olarak bakıldığında, kültür içerisinde ele alınan bir kavramdır. Değerler, kolektif yaşantının ürünüdür. Buna göre değerler insan davranışlarını belirler (Kuşdil ve Kağıtçıbaşı, 2000: 61). Öyle ki, sosyolojide toplum, kültür üzerinden; birey ise değerler üzerinden tarif edilmektedir. Diğer bir ifadeyle, değerler, toplumun sahip olduğu kültürün, bireyin duygu, düşünce ve davranışlarına yansımaya biçimidir. Bu bağlamda değer kavramı kökünden türetilen ve etimolojik olarak 13. yüzyıldan beri gündelik hayatta sıklıkla kullandığımız değer kavramı, sosyal bir varlık olan insanın, duygu, düşünce ve davranışlarına yön veren standart ölçülerdir. Ancak bu standart ölçüler, toplumdan topluma, kültürden kültüre farklılık göstermektedir. Hatta aynı toplumun değişik zamanlarında da farklılıklar gösterebilmektedir.

İnsanların tutum ve davranışlarının anlaşılması için değerlerin incelenmesini gerekli kılar (Yapıcı & Zengin, 2003: 174). Değerler, insan hayatının bütününe etkilemektedir (Dilmaç, 2007: 1). Ancak değer, her kültür ortamına göre farklılık gösterdiğinden dolayı insanları farklı şekillerde etkileyebilmektedir (Gökçe, 1994: 27). Değerler üzerine yapılan çalışmalar genellikle bireylerin ya da grupların sosyal yapı içindeki deneyimleri, kültürel geçmişleri ile diğer taraftan davranış ve tutumları tarafından önceliklerinin belirlenmesinde nasıl bir rol üstlendiği ile ilgilenebilir (Schwartz, 2006: 192). Schwartz'ın Değerler Ölçeği (Schwartz, 1992: 6), sosyal etkileşim içerisindeki insanların kültürel değerlerini ortaya koymak amacıyla geliştirilmiştir (Dilmaç, 2007: 1). Schwartz'ın yaptığı çalışmaya göre bireysel düzlemde ve kültürel değer düzlemiyle ilişkili olarak 10 değer tipi bulunmaktadır. Bu değerler arasındaki ilişkiye göre, çatışma ve uyum söz konusudur.

Değerlerin birbirleriyle olan çatışma ve uyum düzeylerine göre kültürel olarak 4 farklı kültürel değer bulunmaktadır. Bu bağlamda teorik çalışmalarda değerler tek tek ele alınmamaktadır. Ya birbirleriyle olan ilişkileri bağlamında ya da değerlerin görece önemlerine göre sergiledikleri hiyerarşik yapılarına göre ele alınırlar. Spranger (1928) ve Güngör (1978) yıllarında yaptıkları çalışmalarda değerlerin hiyerarşik yapılarını da incelemektedir. Ancak değerlerin çatışma ve uyumu ile hiyerarşik durumu kültürel olarak farklılık bulunabilir. Hatta aynı toplumda dönemsel olarak farklılıklar gösterilebilir.

İnsan, değerleri belli bir kültür içerisinde doğduğu andan itibaren sosyalleşme süreciyle birlikte öğrenir. Ailede başlayan kültürel değerler, okul ve diğer çevresel etmenlerle birlikte sosyal etkileşim (Rokeach, 1973: 17; Schwartz, 1992: 2) yoluyla kazanılır. Değer aktarımı/eğitimi süreci okul öncesi dönemden başlayarak, çocukların sorumluluğu kimlerde ise, değerleri kazandırmadaki rolü oldukça fazladır (Dilmaç, 2007: 7). Diğer bir ifadeyle, çocuklara değer aktarımında, çocuklar üzerinde kimlerin sorumluluğu varsa, o kişi ve kişilerin rolü olduğu görülmektedir. Dolayısıyla insan davranışlarının anlaşılmasında değerlerin rolü vardır. Değerler ise sosyalleşme sürecinde öğrenilir. Değerlerin ortaya çıkmasında ve yerleşmesinde sosyal onay önemlidir. Onaylanan davranışlar süreç içerisinde değerlere dönüşür (Dilmaç, 2007: 5). Değerlere dönüşen davranışlar, kişinin toplumsal uyumunun aracıdır. Çünkü değerler, belli toplum veya grup içindeki insanlar arasındaki uyum sağlayıcı, birleştirici, bütünleştirici işlevi bulunmaktadır. Dolayısıyla toplumdaki uyum ve çatışmaların nedeni değerleri meydana getiren bileşenlerde meydana gelen farklılıklardan kaynaklanmaktadır.

Değerler; tutum, davranış, ahlâk, ihtiyaç, norm, güdü ve kişilik gibi kavramlarla sıklıkla karıştırılmaktadır. Ancak kavramların yapısal özellikleri incelendiğinde, bütün bu kavramların bileşkesi değerleri meydana getirmektedir. Bu anlamda değerler, insanların sergilediği ve toplumun kabullendiği olumlu eylemlerdir. Buna göre bir eylemin sonucunda ortaya çıkan olumsuz durumlar, bir değer

göstergesi olarak ifade edilmez. Örneğin, ahlâkî olarak kabul edilmeyen bir eylem, toplumun kabul etmediği ve de istemediği eylemdir. Dolayısıyla eyleme yönelik bir değerden bahsedemeyiz. Ancak değer çatışması, istenmeyen olumsuz değerler değildir. Değer çatışması, değer farklılıklarına işaret etmektedir. Çatışma, kişinin sosyalleşme sürecinde kazandığı değerler ile toplumun veya diğer sosyal grupların değerleri arasındaki farklılıktan kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla değer çatışmasına sebebiyet veren değerler de kişiler açısından olumludur.

Sosyolojik olarak değerler, bireyin eylemlerinde bir takım ölçü ve standartlar sunmaktadır. Bu bağlamda değerler sosyalleşme sürecinde kazanılmaktadır ve dolayısıyla kolektif yaşantının ürünüdürler. Sosyal etkileşim sonucunda değerler, bireylerin toplumsal uyumunu sağlamakta ya da çatışmaya sebebiyet vermektedir.

## Kaynakça

- Arat, N. (1996). *Etik ve Estetik Değerler*. Ankara: Telos Yayınları.
- Bauman, Z. (2018). *Bireyselleşmiş Toplum*, 4. Bölüm, (Çev: Yavuz Alogan). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bircan, H. H. (2015). Felsefede Değer(ler) Problemi. *Değerler Bilançocu, Mavi Kitap*, (Editör: Hasan Hüseyin Bircan & Bülent Dilmaç). Konya: Çizgi Kitabevi, 11-35.
- Birkök, M. C. (2019). Değerler Sınıflandırması. *International Journal of Human Sciences*, 16(2), 483-498.
- Clauson, S. G. (1972). *An Etymological Dictionary Of Pre-Thirteenth-Century Turkish*. Oxford: At The Clarendon Press.
- Cuff, E. C., Sharrock, W. W. & Francis, D. W. (2013). *Sosyolojide Perspektifler*. (Çeviren: Ü. Tatlıcan). İstanbul: Say Yayınları.
- Dilmaç, B. (2007). *Bir Grup Fen Lisesi Öğrencisine Verilen İnsani Değerler Eğitiminin İnsani Değerler Ölçeği İle Sınanması*. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Dönmezer, S. (1994). *Toplumbilim*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Erkenekli, M. (2009). *Türkiye'de Sosyoekonomik Statü (SES) Gruplarına Göre Temel Değerlerin Farklılaşması*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi,

- Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Ersoy, E. (2006). *Değerler Farklılaşmalarının Sosyolojik Boyutu (Malatya Örneği)*. Malatya: İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Fichter, J. H. (2019). *Sosyoloji Nedir?* (Çev: N. Çelebi). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Gökçe, O. (1994). Türk Gençliğin Sosyal ve Ahlaki Değerleri. *Ata Dergisi*, (1), 25-30.
- Güngör, E. (2018). *Doktora, Doçentlik, Profesörlük Tezleri*. Ankara: Yer-Su Yayınları.
- Kağıtçıbaşı, Ç. & Cemalcılar, Z. (2014). *Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar*, (16. Basım). İstanbul: Evrim Yayınları.
- Korkmaz, A. (2013). *Değerler Sosyolojisi*. Ankara: Toplum Bilimleri Dergisi, 7 (14), 51-78.
- Kuşdil, M. E. ve Kağıtçıbaşı, Ç. (2000). Türk Öğretmenlerin Değerler Yönelimi ve Schwartz Değer Kuramı. *Türk Psikoloji Dergisi*, 15 (45), 59-76.
- Lenski, G. & Lenski, J. (1974). *Human Societies*. New York: McGraw-Hill.
- Macionis, J. J. (2003). *Sociology*. New Jersey: Upper Saddle River.
- Morris, C. W. (1956). *Varieties of Human Value*. Chicago: University of Chicago Press.
- Morsümbül, Ş. (2014). *Değerlerin Kuşaklar Arası Değişimi: Ankara Örneği*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Nelson, P. (1974), "Advertising as information", *Journal of Political Economy*, Vol: 82, No: 4, 729-754.
- Oxford Learners Dictionaries. (2021). Value. [www.oxfordlearnersdictionaries.com](http://www.oxfordlearnersdictionaries.com). (Erişim: 01.08.2021).
- Özensel, E. (2003). Sosyolojik Bir Olgu Olarak Değer. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1 (3), 217-239.
- Poloma, M. M. (2012). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*, (Çeviren: Hayriye Erbaş). İstanbul: Palme Yayıncılık.
- Richter, R. (2012). *Sosyolojik Paradigmalar*, (Çev: Necmeddin Doğan). İstanbul: Küre Yayınları.
- Ritzer, G. (2013). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları ve Klasik Kökleri*, (Çev: İrmak Ertuna Howison). Ankara: Deki Basın Yayın Dağıtım.
- Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. New York: Free Press.

- Spranger, E. (1928). *Types Of Men The Psychology and Ethics Of Personality*. Authorized Translation of The Fifth German Edition: Paul J. W. Pigors. Halle: Max Niemeyer Verlag.
- Schwartz, S. H. (1992). *Universal In The Content And Structure Of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests In 20 Countries*. (Editor: M. Zanna). New York Academic Press, *Advances In Experimental Social Psychology*, 1-65.
- Schwartz, S. H. (1994). *Beyond individualism and collectivism: New cultural dimensions of values*. CA: Sage, *Individualism and collectivism: Theory, method, and applications*, 85-119.
- Schwartz, S. H. (1994). Are There Universal Aspects in the Structure and Contents of Human Values?. *Journal of Social Issues*, Vol. 50, No:4, s.19-45.
- Schwartz, S. H. (1999). A theory of cultural values and some implications for work. *Applied Psychology: An International Review*, 48(1), 23-47.
- Schwartz, S. H. (2006a). A Theory of Cultural Value Orientations: Explanation and Applications. *Comparative Sociology*, 5 (2-3), 137-182.
- Schwartz, S. H. (2006b). Basic Human Values: Theory, Measurement and Applications. *Revue Française de Sociologie*, 42, 249-288.
- Schwartz, S. H. (2008). *Cultural Values Orientations: Nature and Implications of National Differences*. Moscow: Publishing house of SU HSE.
- Schwartz, S. H. (2012). *An Overview of The Schwartz Theory of Basic Values*, *Online Reading in Psychology and Culture*, 2, (1), 1-20.
- Schwartz, S. H. & Bilsky, W. (1987). *Toward a Psychological Structure Of Human Values*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 550-562.
- Schwartz, S. H. & Bilsky, W. (1990). *Toward a Psychological Structure Of Human Values*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53 (3), 550-562.
- Slattery, M. (2011). *Sosyolojide Temel Fikirler*, (Derleyici: Ümit Tatlıcan). Ankara: Sentez Yayıncılık.
- Şahin, M. (2022). *Sosyal Güven Algısı X, Y ve Z Kuşakları Üzerine Karşılaştırmalı Sosyometrik Bir Araştırma*. Ankara: Net Kitaplık Yayıncılık.
- TDK, Sözlük. (2005). *Türkçe Sözlük*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Wallace, R. A. ve Wolf, A. (2012). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*, (Çevirenler: M. R. Ayas & L. Elburuz). İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Weber, M. (2002). *Sosyoloji'nin Temel Kavramları*, (Çev: Medeni Beyaztaş). İstanbul: Bakış Yayınları.



- Weber, M. (2011). *Protestan Ahlâkı ve Kapitalizmin Ruhu*, (Çev: Milay Köktürk). Ankara: Bilgesu Yayıncılık.
- Yadigaroglu, H. (2018). *Yetişkin Hastalarının Hastalık Deneyimleri ve Hasta-Yakın İlişisine Sosyolojik Bakış*. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Yayımlanmamış, Doktora Tezi.
- Yapıcı, A. ve Zengin, S.Z. (2003). İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Değer Tercih Sıralamaları Üzerine Psikolojik Bir Araştırma: Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Örneği, *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1 (4), 173-206.
- Yıldırım, S. G. (2019). *Değerler Eğitimine Yönelik Bir Model Önerisi: Değer İçselleştirme*. Bursa: Uludağ Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İlköğretim Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Doktora Tezi.



## PRATİK SİYASETTE ETİĞİN ÖNEMİ

### *Significance of Ethic in Practical Politics*

**Nihat YILMAZ**

Prof. Dr.; Gümüşhane Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,  
Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, Gümüşhane.  
nihatts@hotmail.de  
0000-0002-8351-2030

#### Özet

Geçmişten günümüze kadar siyaset ve etik arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Siyasette etik olduğu gibi etikte de siyaset bulunmaktadır. Bu iki kavram birbirlerinin tamamlayıcısıdır. Bu kavramların nihai amaçlarında insanı mutluluğa, mükemmelliğe ulaştıracak siyasal sistemin ortaya çıkarılması vardır. Mutluluğu getirecek siyasal sisteme nasıl ve hangi yöntemlerle ulaşılacağını siyaset kurumu sağlayabilir. Siyaset kurumunun kötülüklerden ve ahlak dışı davranışlardan korunması için de siyasal etikle beslenmesi gerekmektedir. Dolayısıyla ideal bir siyasal yönetim oluşturma sürecinde etik ve siyaset kavramlarının sağladığı olanaklardan faydalanılmalıdır. İdeal bir siyasal sistem çabaları için hem siyaset kurumunda hem de siyasetçide bulunması gereken birtakım etik ilkelere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda makale ile pratik siyasette etiğin neden önemli olduğu vurgulanmaya çalışılmaktadır. Öncelikle çalışmada etik ve siyaset kavramını açıklayan kavramsal çerçeve ele alınmaktadır. Daha sonra pratik siyasette etik ve siyaset ilişkisi irdelenmektedir. Son olarak da pratik siyasette karşılaşılan sorunlara ne gibi çözüm önerilerinin getirilebileceği hakkında öneriler sunulmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Siyaset, Etik, Siyasal Etik

### **Abstract**

*From past to present, there is a close relationship between politics and ethics. There is ethics in politics as well as politics in ethics. These two concepts are complementary to each other. The ultimate goal of these concepts is to reveal the political system that will bring happiness and perfection to human beings. The political institution can provide how and by what methods to reach the political system that will bring happiness. In order to protect the political institution from evil and immoral behavior, it must be nourished by political ethics. Therefore, in the process of creating an ideal political administration, the opportunities provided by the concepts of ethics and politics should be utilized. For the efforts of an ideal political system, some ethical principles are needed both in the political institution and in the politician. In this context, the article tries to emphasize why ethics is important in practical politics. First of all, the conceptual framework explaining the concept of ethics and politics is discussed. Then, the relationship between ethics and politics in practical politics is analyzed. Finally, suggestions are made about what kind of solutions can be brought to the problems encountered in practical politics.*

**Keywords:** Politics, Ethics, Political Ethics

## **Giriş**

Gerek politik yaşamın gerek aktüel toplumsal yaşamın şekillenmesinde belirleyici gerçeklikler arasında yer alan etik kavramı Antik Yunan'dan günümüze kuramsal ve felsefi açıdan derin tartışmalara sahne olmuş ve bu konuda özellikle Batı merkezli ciddi bir literatür vücuda gelmiştir. Ancak bu durum, etiğin sadece Batı'da tartışılmasından öte diğer toplumlarda da bu konuya dair söylemler ve teorik altyapıyı haiz görüşler olduğu gerçeğini değiştirmemektedir. Bu makale, Batılı kaynakların temellendirmelerinin yanı sıra Doğu'dan ve Türk-İslam dünyasından da örneklerle konuyu ele almaya çalışmakta ve teorik altyapının muhtelif coğrafyalardaki inkişaf sürecini irdelemektedir. Neticede etik, her toplumun ihtiyaç duyduğu, toplumsal yaşamın düzeni ve sağlıklı

bir şekilde devamı açısından önemli olan bir kavramdır. Bu ihtiyacın kendisini gösterdiği ve aynı zamanda netice itibarıyla işlevsel olacağı gerekçelerle birlikte düşünüldüğünde teorik altyapı ancak pratikte siyasal yaşamın etkinliğinde etiğin belirleyiciliğinin artırılması ile anlam kazanabilir. Bu anlamda siyasi etik diğer etik tartışmalarının dışında belirleyiciliği daha güçlü bir etik alanı olarak ön plana çıkmaktadır.

Bu makalenin merkeze aldığı noktalar, siyasi etiğin aktüel siyasi yaşamdaki problem alanlarının çözümüne dair teorik arka plandan beslenen örnek incelemeleridir. Teorinin genel çıkarımları, pratikteki izdüşümlerin irdelenmesi ile birleştiğinde anlam ifade edecek ve tarihsel müktesebat da düşünüldüğünde Türk siyasal hayatı başta olmak üzere dünyadaki muhtelif örnekler üzerinden siyasi etiğin önemi değerlendirilecektir. Bu değerlendirme daha çok toplumsal temelli sorunsallardan yola çıkarak siyaset kurumunun, sorunların çözümünde ve yönetim anlayışının biçimlenişinde ne şekilde politika ürettiği ve olay ve durumlara yaklaşımının nasıl daha işlevsel olabileceği üzerine odaklanacaktır. Bu odaktan çevreye, kavramsal çerçeveden örneklerle geçilmeye çalışılacaktır. Literatür taraması ve karşılaştırmalı analizden faydalanılacaktır. Söz konusu literatür taraması da karşılaştırmalı analiz de kendi içlerinde de ayrı ayrı da hem tarihsel süreçte hem de aktüel tartışmalarda muhtelif paradigmalardan beslenerek yapılmaya çalışılacaktır. Yani, ne yalnızca Antik Yunan'dan günümüze Batı'da şekillenen etik tartışmalarına ne de salt Doğu ya da Asya-Pasifik felsefesine bağlı kalınacak. Tüm bu paradigmalardan beslenen tartışmalar örneklerle de beslenerek Türk-İslam felsefesi ve siyaset anlayışındaki etik kavramsallaşması –ya da bunun imkânı tartışması– pratik politik yaşama sirayeti ve bu siyasal hayattaki etik anlayış imkânı sorgulanacaktır. Bu yapılırken de sadece Türkiye örneği değil dünyadaki muhtelif örnekler ele alınacaktır. Dolayısıyla karşılaştırma da araştırma da çok yönlü bir şekilde işleyecektir.

## 1. Kavramsal Çerçeve

Bu çalışmanın kilit iki kavramı etik ve siyasettir. Bu iki kavramın kısaca ne anlam ifade ettikleri açıklanarak etiğin pratik siyasete etkisi üzerinde durulacaktır.

### 1.1. Etik

Çoğu kez, etik ve ahlak aynı anlamda kullanılır. Etik, karakter veya zihniyet gibi anlamlara gelen Yunanca “ēthos” kelimesinden türemiştir. Buna karşın ahlak (moral) ise kökeni gelenek ve görenek anlamlarını da içeren Latince “mos” kavramına dayanmaktadır. Etik, ahlak teorisi ile ilgilenen ahlak bilimi olarak tanımlanabilir (Stoll, 2021). Buna rağmen etik insan ve ahlaklı insan gibi ayrımlar da yapılabilmektedir. Ahlaklı insan, toplumun beklediği doğru davranış kalıplarını yerine getiren insan iken, etik insan ise kendisinin bizzat doğru bulunduğu ve inandığı için doğru olanı yapan kişidir. Yani ahlaklı insan, kendi tanıdığı sosyal çevresinde onların beklediği şekilde davranışlar sergiler. Kendini tanıyanların bulunduğu çevrelerde olumsuz ya da ahlaki olmayan davranışlarda bulunmaz. Örneğin bilindiği çevrede dolandırıcılık, rüşvet, yolsuzluk vb. tutum içerisinde olmaz. Bu tür gayri ahlaki davranışlar adının kötüye çıkmasına neden olur. Burada ahlaklı insan olmak onun için rasyonel bir politik davranıştır. Fakat tanınmadığı farklı bir muhitte, onu ayıplayacak, kendisinin değer verdiği kimse yok ise daha rahat gayri ahlaki davranabilir. Bu tür ahlaklı insan tabiri, başkalarının kendisiyle ilgili düşüncelerini önemserken kendi tanıklığını önemli görmez. Bu noktada etik insan davranışının önemi ortaya çıkmaktadır. Kendine yalan söylemeyen etik insan başkalarına da yalan söylemez. Tüm bunlar ahlaklı insan yetiştirmekten öte kendi tanıklığını önemseyen etik insan yetiştirmenin önemini vurgulamaktadır (Cüceloğlu, 2017: 46-47). Psikolojik yönden ele alındığında ise etik insanın, ahlaklı insana kıyasla topluma daha faydalı bir kişilik olduğu ifade edilebilir. Eğer birey etik kuralları içselleştirmişse, kendisi için istemediği bir şeyi başkaları için de istemeyecektir. Bu nedenle kişilerde etik kodların geliştiril-

mesi için gerekli ortamın sağlanması etik sorunların ortadan kaldırılmasına yardımcı olacaktır.

Doğan Cüceloğlu (2017: 47)'na göre “*Doğru eylemi yanlış eylemden ayıran temel özellik nedir?, Yanlış ve doğru bilincine sahip olarak mı doğarız, yoksa içinde yetiştiğimiz topluma göre farklı farklı yanlış ve doğrular mı öğreniriz?, Zaman ve mekana göre doğru ve yanlış tanımı değişir mi?, Bir eylemin yanlış ya da doğru olduğuna kim karar verir? gibi temel sorulara bir felsefe alanı kapsamında etik cevap vermektedir.*” Esas olarak etik, felsefe ile ilişkilendirilmiş ve felsefeden doğmuş olsa da; ahlaki teoloji, ahlaki psikoloji veya ahlaki sosyoloji gibi diğer disiplinlerde de faaliyet göstermektedir (Stoll, 2021). Doğru-yanlış, ödev-yükümlülük ve toplumsal sorumluluk gibi kavramları farklı alanlarda irdelemektedir (Aydın, 2002: 10). Kısacası; birçok alanda etik sorunlar bulunmaktadır. Aslında tüm bu alanların etik sorunları da farklılık arz etmektedir. Her alanın etik sorunları aynı değildir, dolayısıyla çözümleri de yani geliştirilecek etik kodları da farklı olabilir.

Etik-ahlak ilişkisi kapsam bakımından daha net açıklanabilir. Öncelikle ahlak, etiğin pratik uygulamasıdır. Bu ilişkiyi bir örnekle açıklayacak olursak; pek çok ahlak türü (dini, siyasi, hukuki) bir arada olabilirken, etik yalnızca bir tane olabilir. Bu durum genel olarak biyoçeşitlilik örneği ile karşılaştırılabilir: Milyonlarca farklı böcek türü olmasına rağmen, yalnızca bir entomoloji (böcek bilimi) vardır (Stoll, 2021). Buradan da anlaşılacağı üzere etik, ahlak kavramını da kapsayan bir özelliğe sahiptir. Bu nedenle çalışmada etik kavramını kullanmak kavramsal hataları engelleyebileceği gibi etik ve ahlak ayrımının da altının oyulmaması sağlanmış olacaktır. Dolayısıyla anlam bakımından etik ve ahlak kavramları çalışmada eş anlamlar ifade edecek şekilde kullanılmıştır.

## **1.2. Siyaset**

Nasıl siyaset İngilizcede üç kavram ile ayırt edilebiliyorsa, siyasal etikte de aynı şekilde bu üç yön kullanılabilir. Daha dar ve daha geniş bir siyaset kavramının dışında, “polity” (siyasi sistem),

“policy” (siyasi program, strateji ve hedefler) ve “politics” (somut gündelik siyasi eylem) arasında bir ayrım yapılmalıdır. Siyasal etik, bu üç alanı da kapsamaktadır. Yani parti içi etik kurulların ötesinde siyasal sistemin bütününde siyasal etik var olmalıdır. Siyasal etik sadece politikacılar için davranış kodları oluşturmakla sınırlı bir alan değildir. Bu etik sorunları siyasal, sosyal ve hukuk bilimleri disiplinlerarası bir şekilde ele alınmalıdır. Temsili demokrasinin geleceği, yeni katılım biçimleri, popülizm fenomeni ve partilerin güncel ve gelecekteki rolleri gibi durumların incelenmesi disiplinlerarası bir siyasal etik araştırmasını gerekli kılmaktadır (Körtner, 2021).

## 2. Pratikte Etik ve Siyaset İlişkisi

Yaygın bir görüşe göre siyaset ve ahlak bir arada yürümez. Politika gücün kullanılması, etik ise sadece bir sahne dekorasyonu olarak ifade edilmektedir. Hâlbuki durum bunun tam tersidir: politika etikdir. Etik derken bir anlamda bir arada yaşamamızı sağlayan kurallar anlaşılmalıdır. Siyaset de, bir arada yaşamamızı şekillendiren bu ilkelerin pratik uygulamasıdır. Dolayısıyla iyi bir siyaset, etik olduğu gibi kötü bir siyaset ise etik dışıdır. Peki, politikacılar ahlaki olmak zorundalar mı? Burada özel hayat ve kamusal hayat ayrımı yapmak gereklidir. Toplumunu yönlendirmek ve biçimlendirmekle, kısacası yönetmekle görevlendirilen bir makamın sahibi olan politikacılar için daha yüksek ahlaki standartlar geçerlidir. Örneğin; hediye alma özel kişiler için sorun oluşturmaz iken makam sahibi olan siyasetçiler için sorun teşkil edebilir. Dolayısıyla siyaset kurumu son zamanlarda etik standartların etkin ve üretken hâle getirilmesi baskısıyla karşı karşıyadır. Adalet, dürüstlük, tarafsızlık, kamusal yararı gözetme, saydamlık ve hesap verebilirlik gibi etik kodlar bu üretkenliğin artırılmasını sağlayan başlıca ilkelerdir (Erlinger, 2012; Yatkın, 2015: iv). Özetle; siyasetçinin özel hayatı ile kamusal hayatını oluşturan etik kuralları kendi içinde farklılık arz edebilir. Siyasetçiler görevleri ile ilgili durumlarda daha yüksek etik



standartların olması gerekirken, özel işlerinde ise her yurttaşın sahip olması gereken etik kurallara tabi olabilir.

Vatandaşlar politikacıların etik dışı davrandıklarını hissetmeleri durumunda ne gibi sonuçlar ortaya çıkar? Ya politikacıların gerçeği söylemedikleri ya da gerçeği kavramaktan aciz oldukları inancının doğmasıyla politikacılara güven sorunu ortaya çıkmaktadır (Schmidt, 2002: 7). Vatandaş etkileyecek kararlar alan siyaset kurumuna karşı duyulan güvensizlik yaygınlaşır. Sorunların çözülebileceğine dair ümitsizlik artar. Vatandaşın gözünde kamusal yarar, dayanışma, insan sevgisi, görev ve sorumluluk duygusu gibi kavramlar eskimiş idealler olarak görülür (Schmidt, 2002: 9). Bu idealleri hayata geçirecek görev ve sorumluluk duygusu geliştirilmeli ve nesillere aktarılmalıdır. Örneklendirecek olursak; çocuklara ev hayatının dışında, halka açık yerlerde temizlik alışkanlığı öğretilmelidir. Çocuk büyürken hangi konularda sorumluluk alacağını öğrendiği kadar hangi konularda sorumluluk almayacağını da öğrenmektedir. Sokağa tüküren bir kişi bu davranışını evinde yapmazken; bir başkasının da yapmasına izin vermez (Cüceloğlu, 2017: 20). Hâlbuki ferdin evinde sergilediği etik davranışı kamusal alanda da sergilemesi gerekmektedir. Kişinin sosyalleşme sürecine sağlanacak katkı ile kamusal alanda kişinin etik davranış kuralları noktasında duyarlılığı artırılabilir.

Her insan az ya da çok kötü düşüncelere sahip olabilir. Akademisyen, siyasetçi, müftü vb. gibi toplumun farklı meslek gruplarının da içinde kötü eğilimler bulunabilir. Fakat bunlar kendi içlerinde yaşayan bu kötülükleri, kendi iradeleriyle denetim altına alamıyorlarsa, onların sahip olduğu yetki ve olanaklardan toplum zarar görür. Toplumsal değerlerin önemini kavrayamayan ve her şeyi kendi eğilim ve emelleri açısından gören insan toplum içinde sıkıntılara yol açar. En önemli etik ilkelerden biri olan adalet ve adaleti yerine getirmek mevkiinde olanlar hukuk, ahlak ve din kurallarına olan inancın gücünü ve yaygınlığını artırmalıdır. Çünkü yasaların, etik ve din kurallarının oluşturduğu kamuoyundaki güç, kötü eği-

limleri baskılama işlevi görebilir. Bundan dolayı sosyal ve etik kurallarda bir zayıflama oldukça, kötü ve etik dışı davranış eğilimlerinin de ortaya çıkma durumu belirir (Bozbeyli, 2000: 77). Bu tür davranışlar toplumda rahatsızlıklar meydana getirir ve bunlara çözüm yollarının geliştirilmesi zorunlu hâle gelir.

Canilerin, katillerin, cinsel sapıkların, bir insanı katledenlerin, bir kadına ya da çocuğa tecavüz edenlerin “serbestçe dolaşması” haberleri ve adalet mekanizmasının her zaman gerekeni yapamaması vatandaşları düş kırıklığına uğratabilir (Schmidt, 2002: 10). Tam bu noktada kişi, ailede, okulda, toplumda, devlette “gücüm yetmez”, “ben yapamam” gibi sürekli bir acizlik duygusu olan Martin Seligman’ın deyimiyle “öğrenilmiş çaresizlik” (Learned Helplessness) duygusundan sıyrılmalıdır (Cüceloğlu, 2017: 23). Bu sorunları ortadan kaldırmak için tüm sosyal ve siyasal kurumlar eşgüdümlü çalışmalıdır. Problemin bir parçası olmaktan çıkıp sorunu çözmeye yardımcı olmalıdır.

Bozbeyli (2000: 77)’ye göre “*Kanunsuzlukların, kanun koltuğunda oturanlardan gelmesi, toplumu daha çok örseliyor. Kanunsuzluktan yararlananlar, er-geç başka bir kanunsuzluktan zarar görüyor. Görüyor da, yine de haram lokmanın tadı damaklarından çıkmıyor. Bazen hukuk ve ahlak dışı işler o kadar yaygın hale geliyor ki, ahlak ve faziletten bahsedener, Merih’ten gelmiş bir ucube gibi görünüyorlar.*” Etik dışı davranışların toplumda yaygın hâle gelmiş ve normalleştirilmiş olması siyasetin etik sorunlarının çözümünü de zorlaştırmaktadır. Bununla ilgili Bozbeyli (2000:79) hatıratlarında şöyle bir anekdot anlatmaktadır: Bir gün parti genel merkezindeki odamda oturuyorken bir vatandaş geldi ve benden kanunen yerine getirilmesi mümkün olmayan bir istekte bulundu. “*Bu iş olmaz, bu işin kanunda yeri yok, dedim. Aman beyim, ben kanun yolunu sormuyorum. Bu işin karadan bir yolu yok mu? dedi. Vatandaş ne yapsın? Kanun yolu tıkanmış, işleyen yollar, hukuk dışına çıkmışsa...*” Bu kıssada da anlatıldığı üzere kanunların dışında işlerin kişisel ve

patronaj ilişkileri ile çözüme ulaştırılması sorunu söz konusudur. Burada kanunlar meşru taleplere çözümler temin etmelidir.

Bir yanlışlık ya da haksızlıktan menfaat sağlayanlar, haksızlıkla mücadele etme gereği duymazlar. Haklıyla birlikte olmak yerine, güçlünün yanında olmayı avantajlı görürler. Haklıyla beraber olmak fedakârlık ve emek isteyen bir etik davranıştır. Oysa güçlünün gölgesinde ve hizmetinde yer almak kişiye kusura bakılmama ve eksikliği görülmemeye gibi rahatlıklar sağlar. Özetle, Bozbeyli (2000: 10-11)'ye göre *“Sadakati her lekeyi örter. Bu yüzden devlete itibar etmektense, devlet adamına itibar etmek daha emin ve faydalı sonuçlar doğurur. Devletin eli yoktur ama devlet adamının eli vardır.”* Kötü eğilim sahibi ve siyasal etik kuralları dışında davranış sergileyenler korunmamalı ve kurumlardan destek görmemelidir. Kötülük edenler sığınacak bir liman bulursa, kötülüklerle mücadele güçleşir. Kötülüklerin ortadan kaldırılması noktasında üzerimize düşen sayısız sorumluluklar bulunmaktadır.

Özellikle kitle iletişim araçlarının çocuklar üzerinde olumsuz etkisini önlemek için yeterli önlemler alınamamaktadır. Her gün tecavüz, cinayet, saldırı ve benzeri şiddet suçları sosyal medya ve televizyonlar sayesinde çocukların odalarına kadar girmektedir. Bunlar gençlerin eğitimleri üzerinde olumsuz bir etkiye sahiptir. Yetişkinlerin olumsuz etkinin üstesinden gelmesi çocuklara göre daha kolaydır. Yetişkinler kanal değiştirerek farklı bir programa ya da farklı bir sosyal medya etkinliğine geçebilirken; gençlerin bir kısmının, o görüntülerden kurtulması kolay olmamakta ve şiddet telkin eden olumsuz bilinçaltı mesajlarla baş edememektedirler. Schmidt (2002: 10-11)'e göre bu olumsuz etkinin önemli bir yönü de görüntülerin gençler üzerinde taklit arzusu uyandırmasıdır. *“Dazlakların bir sığınmacı yurdunu ateşe vermelerinin ardından, ertesi gün televizyonlarda kendilerini görmeleri, onların arayıp da bulamadığı bir şeydir: Egolarını tatmin ederek hem kendi dar gruplarının gözünde itibarlarını artırmış hem de rakip ve hasımlarına karşı üstünlük sağlamış olurlar.”* Bu ego tatminini sağlayabileceği en

önemli araç da kitle iletişim araçları olmaktadır. Bu bağlamda birçok alanda kullanılan etik kodlar buralarda da geliştirilmelidir. Bireyin sosyalleşme süreci etik kodlar ile başarılı bir şekilde gerçekleştirildiğinde, genel anlamda tüm kurumlarda ve özelde de siyaset kurumunda karşılaşılma olasılığı yüksek sorunların üstesinden daha kolay gelinebilir.

Siyasetin etik sorunlarının üstesinden gelirken başta hükümet olmak üzere devletçe ve milletçe bir ahlak inkılabına ihtiyaç vardır. Ahlak sorunu düzeltilmeden problemlerin üstesinden gelmek mümkün değildir. Ahlakтан yoksun toplumda sorunlar ne kadar halledilirse edilsin, o toplumda mutluluktan söz etmek mümkün değildir. Toplumaya yararlı bireylerin yetiştirilmesi için manevi değerlerin geliştirilmesi, yüksek inançların aşılması ve yüksek bir ahlaki standardın toplumda geçerli kılması ile mümkün olabilir. Alparılan Türkiye'ye göre (2019: 278-280) *“Kalkınma hareketi öncelikle ahlak inşasından başlatılmalıdır. Bir toplumda ahlakta iştiraki, şekilde bütün zıddiyetleri ortadan kaldıracaktır. Ayrıca devleti idare edenler ahlaklı, faziletli ve feragatli olursa ve bu değerlerden taviz vermezse, ahlak, fazilet ve feragat kademe kademe tüm devlet kademelerine yayılır.”* Bu durum aslında ahlakın pratik siyaset açısından önemli olduğunu vurgulamaktadır. Sadece felsefi ve teorik düzeyde kalan bir etik anlayışın istenilen katkıyı sunmada yeterli olmayacağı sarihdir ve bunun fiiliyatta bir etkisinin ve karşılığının olması gereklidir.

Birçok bilim adamının belirttiği gibi (özellikle Levy Bruhl) ahlak “pratik” olmak zorundadır. Düşünürlerin teorik ahlak anlayışlarının pratik hayatta yer bulmadığında başarılı olmaları zorlaşmaktadır. S. Ahmed Arvasi (1999: 330-331) “Türk-İslam Ülküsü” adlı eserinde ahlakın bilmekten çok yapabilmeyi gerektirdiğini vurgulamaktadır. Ayrıca Arvasi'ye göre (1999: 331) *“Milletin din ve töresine ters düşen, milli vicdanla zıtlaşan teorik hükümler, siyasi baskılarla kitlelere mal edilmeye kalkılsa bile başarısız kalır. Yeni bir ahlakın doğuşuna sebep olmak şöyle dursun, cemiyette ahlaksızlığın yaygınlaşma-*

sına yol açar.” S. Ahmed Arvasi burada milli bir ahlak anlayışının gerekli olduğuna vurgu yapmaktadır. Milletin kabullerinin dışında onların vicdani kaygılarını göz önünde bulundurmeyen etik düzenlemelerin toplumda olumsuzluklar meydana getireceğini vurgulamaktadır.

Yönetim mekanizmasında yer alan olumsuzlukların ortadan kaldırılmasında, düşünce tarihi boyunca kuramsal ve felsefi açıdan yapılan tartışmalardan istifade edilerek mümkün olduğunca pratiğe aktarılmalıdır. Siyasetin etik boyutu Antik Yunan’dan günümüze hemen her toplumda ve coğrafyada tartışılan bir mesele olmuş, çeşitli görüşler ileri sürülmüştür. Teorik olarak bakıldığında Antik Yunan felsefesinde gerek Sokrates, gerek Platon, gerekse Aristoteles tarafından siyasete dair meselelerin ahlak ile irtibatlı bir şekilde ele alındığı görülmektedir. Toplumsal yaşamın her alanında geçerli olan ahlak kurallarının siyasette de geçerli olması gerektiği savunulmaktadır. Bilgelik, adalet, ölçülülük, yiğitlik gibi erdemlere sahip bir yönetici önderliğindeki devlet, yurttaşları mutluluğa ulaştıracak bir vasıta olarak görülmektedir (Platon, 2017; Platon, 2018; Aristoteles, 2014). Pratikte de eski dönemlerden itibaren siyasetin ve siyasetçinin etik (ahlaklı) olmasına çalışılmıştır. Örneğin, Antik Yunan’da kanun görüşmeleri sırasında isteyen her erkek hatip, siyasi haklardan istifade ettiğini, devlete karşı borcu olmadığını, temiz ahlak sahibi ve meşru şekilde evlenmiş bulunma şartlarını yerine getirmek koşuluyla, servet ve meslek farkı gözetmeksizin söz alma ve konuşma yapma hakkına sahipti (Koçak, 2006: 41).

Tıpkı Antik Yunan’da olduğu gibi, Türk-İslam düşüncesinde de siyaset ile ahlak arasında sıkı bir bağ kurulmuştur. Devlet ya da siyaset insanların iyiliğe, hayra, erdeme yönelmelerinin yani ahlaki yetkinliğe ulaşmalarının ve nihai olarak mutluluğu kazanmalarının aracı olarak görülmektedir. Başka bir ifadeyle erdemli bir toplum oluşturmanın yolunun erdemli bir siyasetten geçtiği düşünülmektedir. Bunun için her şeyden önce siyasi sistemin merkezine konulan yöneticilerin erdemli olmaları ve bu yönüyle halka örnek olma-

ları gerektiği savunulmaktadır. Bu bağlamda, genel olarak, Türk-İslam düşüncesinde erdemli bir yönetici idaresinde, ahlakı önceleyen bir devlet ve siyaset anlayışı hâkimdir (Şimşek, 2022: 368-372). Bu anlayışın öncü isimlerinden Fârâbî (2015: 100-105), “Medinetü’l Fâzıla” adlı eserinde erdemli devletin yöneticisinin sıradan bir insan olamayacağını ifade etmektedir. Ona göre yönetici tabiatı itibariyle yöneticiliğe istidatlı, akıllı ve zeki olmanın yanı sıra birtakım ahlaki özelliklere de sahip olmalıdır. Doğruluğu sevmeli, yalandan ve yalancılardan nefret etmeli; kendi kişisel arzu ve heveslerinin peşinden koşmamalı; yüksek ruhlu (geniş gönüllü) olmalı; cesur, kararlı ve azimli olmalı; adil olmalı, halkına karşı insafı, şefkatli, merhametli olmalı ve haksızlığa karşı çıkmalıdır. Felsefelerinde büyük oranda Fârâbî’yi takip eden İbn Rüşd (2018: 125-127) ve Tûsî (2016: 291-292) gibi düşünürler de yöneticilerin sahip olması gereken benzer özelliklerden bahsetmektedirler ve ahlakı öne çıkarmaktadırlar.

Türk-İslam siyasi geleneğinde, yönetime dair olumsuzlukların ortadan kaldırılmasında siyasetnamelerin önemli bir yeri vardır. Siyasetnameler, dönemin sultan ve padişahları başta olmak üzere ileri gelen devlet adamlarına yol göstermek ve tavsiyelerde bulunmak amacıyla pratik siyasete katkı sunan önemli çalışmalardır. Siyasetnameler sadece tavsiyeler vermekle kalmamış aynı zamanda pratik siyasete uygulanabilir öneriler getirmiştir. Olması gereken den ziyade var olanı temel alması özelliği ile diğer nasihatnamelerden ayrılmaktadır. Bu siyasetnamelerin en önemlilerinden biri olan Selçuklu Veziri Nizamülmülk’ün “Siyasetname”sidir. Nizamülmülk’ün Siyasetname’si, siyasetçilerin nasıl davranmaları gerektiğine ilişkin o dönemin siyasal etik kodları hakkında önemli bilgiler vermektedir (Canatan, 2009: 200). Nizamülmülk’ün kendisinin bizzat siyaset mekanizmasında yer alması ve sorunları yerinde görmesi pratik siyasete katkısını artırmaktadır.

Nizamülmülk, devlette yönetici olacaklarda bulunması gereken nitelikler itibariyle pratik siyasete etîğe katkı sağlamaktadır. Siya-

set anlayışında din, adalet, düzen ve liyakat ilkelerine önem vermektedir (Tunç ve Çarkıt: 2019: 29). Nizamülmülk (2017: 18)'e göre *"Hükümdarların iyi huylu, güler yüzlü, iyilik yapan, yiğit, mert olan; iyi at binen, halkına yardımdan geri kalmayan, sanat seven, sözlerinin arkasında duran, merhametli, şefkatli; bilgiye, bilgine, din ulularına saygı gösteren, yoksulları koruyup kollayanlarını Allah da değerli sayar."* Siyasetname bu özellikler ile yöneticilerde bulunması gereken niteliklerin bazılarını vurgulamaktadır. Ayrıca sultan haftada iki gün halkın sıkıntılarını dinlemeli, özellikle mazlumları ve adalet isteyenleri dinleyerek bunlara çare bulmak, sorunların çözüm noktası olarak anılmak gibi hususların ülke genelinde duyulması zorbalardan ve zalimlerin korkmasına ve haksızlıklar yapmaktan çekinmelerine neden olur (Nizamülmülk, 2017: 23). Hükümdar hiçbir zaman görevlilerinin durumlarından habersiz olmamalıdır. Hükümdar, devlet işleri hususunda uyanık olursa önü açılır ve hiçbir şey kendisinden gizli kalmaz. Halk, hükümdarın karşısına sorunlarını anlatmak için istediği zaman çıkabilmeli ve engellenmemelidir. Devlet memuriyetinde adalet ve hakkaniyetin önemli olduğu ve bu ilkelerin devlet bürokrasisi içi olmazsa olmaz ilkelerden olduğundan da bahsedilmektedir. Yüksek adalet ve muhakeme gücü olan yöneticilere karşı hiçbir kötü niyetli kişi onu doğru yoldan yürümekten engelleyemez. Kamu görevlilerinin rüşvet ve yolsuzluğa bulaşmamaları için emeklerinin karşılığı hazineye yeterli oranda verilmelidir. Dünyanın dört bir yanına tüccar, sufi, mümessil, gezgin, derviş kıyafetli casuslar gönderilmeli, duydukları her şeyi idareye bildirmelidirler. Memleketin, halkın iyiliği için bu önlemlerin alınması zaruridir. Barışın daim olması için elçilerle haberler duyurulması, sıkıntılı dönemlerde tanınmış ve saygın kişilere gizlice yetkilerin verilmesi gereklidir. Devlet işlerini görenlerin liyakatli insanlardan oluşması ve bilginlerle yöneticinin sürekli fikir alışverişinde bulunması da Siyasetname'nin önemli tavsiyelerindedir. Yöneticilerde bu özellikler bulunmalı ve devlet işlerinde bu konularda hatalar yaptıklarında usulünce cezalandırılmalıdırlar. Öncelikle, yaptıkları hatalar dolayısıyla itibarları sarsılmasın

diye uyarılmaları gerektiğini, hata tekrar ettiğinde ise cezanın verilmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Nizamülmülk, 2017). Nizamülmülk'ün siyasete dönük etik kodlar oluşmasına katkı sağlayacak nasihatlerinin günümüze de ışık tuttuğu söylenebilir. O dönemin siyasetinin etik dışı durumlarına bugünkü siyasal olaylarda da rastlamak mümkündür. Dolayısıyla o dönemin sorunlarına getirilen çözüm önerileri bugün için alternatif hâline getirilebilir. O dönemin kazanımlarından yararlanmak bugünün siyasetine katkılar sağlayabilir.

Türk-İslam düşüncesinde bir diğer önemli isim Osmanlı âlimi, devlet adamı ve ahlâkçısı olan Kınalızâde Ali Efendi'dir. Kınalızâde (1977: 217-227) "Devlet ve Aile Ahlakı" adlı kitabında adaletin şartları ve devlet başkanlarının vasıfları ile ilgili üç önemli şarttan bahseder: Birinci şart, herkese eşit muamelede bulunmaktır. Halka eşitlikle muameleden sonra ikinci şart ise, kent halkının ve bireylerin, istidat (yetenek) ve kabiliyetlerine göre korunmasıdır. Üçüncü ve son şart ise, iyilik ve yardımın aynı ölçülerle gerçekleştirilmesidir. Yani hakkın dağıtımında adalet ve seviyeye göre hareket edilmelidir.

Alparslan Türkeş'in Türk siyaset ve fikir hayatına kazandırdığı "Dokuz Işık"ın önemli ilkelerinden biri olan ahlakçılık, her şeyden önce kişilerin ve toplumun milli ahlak kurallarına bağlı yaşamasıdır. Milli ahlak kurallarına bağlı yaşam sürme, toplumsal kalkınmayı ve haksızlıkların önlenmesini sağlayabilir. Bireysel ve toplumsal mutluluğun sağlanmasında da etkili bir faktördür. Aksi hâlde toplumsal mutluluğunun sağlanması mümkün olmaz. Topyekûn bir mutluluğun sağlanabilmesi için kamusal menfaatlerin (toplumun, milletin, vatanın, devletin menfaati) daima kişisel menfaatlerden önde gelmesi ve önde tutulması gerekmektedir. Tarihsel anlamda devletlerin yükselişinde paradan daha çok ahlakla yükselişin etkisi olmuştur. Aynı şekilde devletlerin yıkılışı da parasızlıktan çok, ahlaqsızlıktan olmuştur. Bugün ülkelerin karşılaştığı temel sorunların başında milletlerin içine sürüklendiği manevi buhran yani ahlak buhranı gelmektedir. Ahlaki buhran bir milletin dinî inançlardan kuvvet



alan ahlak kaidelerinin, ahlaki inançların buhran geçirmesidir (Türkeş, 2019: 282-283). Günümüz siyasetinde ahlaki buhran sorunu hâlen önemli yer tutmaktadır. Ayrıca siyaset ve siyasetçinin etik hileleriyle çeşitli alanlarda karşılaşmaktadır. Bu hileler özellikle seçim dönemlerine girildiğinde artış göstermektedir.

Günümüz pratik siyasetinde etik olmayan uygulamalar çeşitlilik göstermektedir. Siyasi yolsuzluk, görevi kötüye kullanma, yozlaşmış politikacılar, siyasal suçlar, siyasi partilerin yasadışı faaliyetleri, siyasal suistimal, küfürlü siyaset, kirli (dirty) siyaset, siyasi partilerin yolsuzluğu, suçlanan (Impeached) politikacılar, seçilmiş liderlerin ahlaki kusurları, fonların siyasi partiler tarafından hileli bir şekilde kötüye kullanılması, siyasi rüşvet, siyasi şantaj, nepotizm ve ulusal hazinenin yağmalanması (Encyclopedia: 2021) gibi birçok ahlak dışı siyasi uygulamalarla karşılaşabilmektedir. Tüm bu pratik siyasetteki etik sorunların her birinin araştırılması farklı çalışmaların konusu olabilir.

Siyasette etik dışı uygulamalar, birçok ülkede siyasi tartışmaların karakteristiğidir. Politikacılar yasama dokunulmazlığı ile kordukları için, suçlamaların birçoğunun soruşturulması için çok az çaba gösterilmekte ve bunların bir kısmı da polisin delilleri karartma ve herhangi bir başka işlemde kaçınma çabaları şeklinde göze çarpıyor. Bu kısımda bazı ülkelerde yaşanan etik dışı vakalara örnekler verilecektir (Encyclopedia, 2021):

- **İspanya'da** 1993'te Sosyalist Parti'nin ve 1980'lerdeki kampanyalarının şirketlerden büyük katkılar elde etmek amacıyla kurulan bir gölge danışmanlık şirketi aracılığıyla finanse edilmesiyle ilgili büyük skandallar yaşandı. Bu, hiç yazılmamış raporlar için şirketlere yaklaşık 8,7 milyon ABD doları fatura keserek yapıldı (Fransız Sosyalist Partisi tarafından geliştirilen bir uygulama).
- **Fransa** 1993'te, Avrupa'da en fazla sayıda zanlı bakanı barındırıyordu. Ulusal ve yerel düzeydeki birçok politikacı, parti fonları için bayındırlık işleri sözleşmelerinden komisyon alma sistemleri organize ettikleri için soruşturma altındaydı. Siyasi rüşvet önemli bir medya temasıydı. 1995'te yapılan bir

kamuoyu araştırması, Fransızların neredeyse üçte ikisinin politikalarının çoğunun yozlaşmış olduğunu düşündüğünü ve ezici çoğunluğun siyasetin onurlu bir meslek olduğuna inanmadığını ortaya çıkardı.

- **ABD’de**, bir ankete göre, insanların %30’u 1990’da kendi kongre üyelerinin yozlaşmış olduğuna inanıyordu. 1991 yılında, Temsilciler Meclisi’nin 134 üyesinin, 1990 yılının ilk altı ayında Temsilciler Meclisi’nin özel bankasında her biri 1.000 ABD Doları’ndan fazla (bazıları 10.000 ABD Doları tutarında) 581 çek geri aldığı ortaya çıktı. Kamu fonlarının bu şekilde toplam kötüye kullanımının (faizsiz kredilere denk gelen tutarda) yılda 2 milyon ABD Doları olduğu tahmin edilmektedir (bazı üyeler 100.000 ABD Doları fazla çekmiştir). 1992 yılına gelindiğinde, yaklaşık 296 üyenin kötü çekleri bu şekilde geçtiği biliniyordu. En kötü 66 suçlu, önceki dört yıl boyunca 10,8 milyon ABD dolarından sorumluydu. Medyanın dikkati, kampanya fonlarının edinildiği ve kullanıldığı şüpheli süreçlere odaklandı. 1993 yılında Meclis Yollar ve Araçlar Komitesi başkanının vergi mükelleflerinin paralarının zimmetine geçirilmesine yardım ettiği iddia edildi.
- **Rusya’da**, eski SSCB’nin dağılması sırasında, yaklaşık 4 milyar doların (Sovyet altın rezervlerinin %10’undan fazlasını oluşturan) ülke dışına İsviçre’ye taşındığı tahmin ediliyordu. Ancak bu miktarların Komünist Parti fonlarından gizlice yabancı banka hesaplarına taşındığı iddia edilen 12 milyar doların bir parçasını oluşturup oluşturmadığı belli değildi.
- **Şili** 1991’de, önceki 17 yıllık askeri rejim sırasında bir dizi yolsuzluk iddiası soruşturuldu. Bazıları, devlet kurumlarının başkanları ve akrabaları arasındaki iş anlaşmalarına ilişkin yasakları ihlal ediyor gibi görüldü; diğerleri, gizli polis tarafından yürütülen yasadışı yatırım ve tefeciliği içeriyordu.
- **Brezilya’da** 2017 yılında Federal Yüksek Mahkeme, 8 bakan, 29 senatör ve 42 federal milletvekilini ilgilendiren “Araba Yıkama” yolsuzluk soruşturması başlattı. İfadelerde en sık rastlanan suçların “pasif ve aktif yolsuzluk, kara para aklama, ideolojik yalancılık, kartel oluşturma ve ihale tekliflerinde dolandırıcılık” olduğu dikkati çekiyor (Acar, 2017).

- **İtalya’da** ise 1990’lı yıllardaki “Temiz Eller” (Clean Hands) soruşturmaları, İtalyan siyasetinin ahlaki olarak yenilenmesine yol açmış gibi görünmüyor: yolsuzluğun yayılmasına ilişkin mevcut göstergeler bunun yerine yüksek ve sabit seviyelere işaret ediyor. “Temiz Eller”, İtalyan siyasetinin çeşitli “anomalilerinin” üstesinden gelmek için bir fırsat penceresi açtı, ancak siyasi sınıf, anı yakalayamadı ya da yakalamak istemedi. Yolsuzluğa karşı eylemlerin bilançosu oldukça yetersiz olmakla kalmıyor, aynı zamanda yargı ile “yeni” siyasi sınıf arasındaki ilişkide derin bölünmeler ortaya çıkıyor (Vannucci, 2009: 1).

Bazı ülkelerde ortaya çıkan bu etik dışı uygulama örneklerini artırmak mümkündür. Çalışmanın kapsamının dışına çıkılmaması için birkaç örnekle yetinilmektedir. Bu makale özü itibariyle söz konusu etik dışı uygulamalardan kurtulmak için etiğin önemli olduğunu vurgulamaktır.

Bu bağlamda, “Siyaset ve etik ilişkisi nasıl olmalı?”, “Siyasette ahlak bir araç mı yoksa amaç mı?” gibi sorular, çalışmanın bu kısmında önemli hâle gelmektedir. Bazı araçlar ahlaki yönden nötr olabilmektedir. Örneğin; çelik üretimi hastane yapımında kullanıldığında ahlaki ve insani bir amaca hizmet ederken, top ve tüfek yapımında kullanıldığında bir saldırı savaşı aracına dönüşebilmektedir. Dolayısıyla araçların hangi amaçlarla kullanıldığı son derece önemlidir. Burada iki farklı yol bulunmaktadır. Birinci yolda, ideal bakımından yüksek bir amaca ulaşmada gayri meşru bir aracın kullanılması meşru, en azından mazur görülebilir. Bu yol “Amaca ulaştıran her yol mübahtır” görüşünü savunan Makya-velizm’i işaret eder. İkinci yol ise, ahlaki amaçlara yine ahlaki araçlarla ulaşılmasıdır. İkinci yol daha meşru olmakla birlikte bazı olumsuzluklara neden olabilir. Siyaset ve savaşta daima ahlaki araçlarla cevap vermeye çalışmak, bazı olumsuz sonuçlar doğurabilir (Daver, 1993: 19-20). Tüm bunlar bizi siyasette önemli olan “başarı” kavramına götürür. Siyaseti ve siyasetçiyi başarıya götür-en bazı önemli faktörler bulunmaktadır.

Bülent Daver (1993: 21-22) başarılı siyasette bulunması gereken özellikleri dört madde hâlinde özetlemektedir:

1. “Siyasette hiçbir şey başarı kadar önemli değildir.” diyerek bir politikacının başarılı olmasında maalesef erdemli ve ahlaklı olmaktan ziyade iktidarı elde etme ve tutmadaki maharet ve ustalığına vurgu yapar.
2. Siyasette başarılı olmanın ikinci kriteri olarak da belirli bir alanda derinleşme ve uzmanlaşmadan çok, her şey hakkında bir şeyler bilen insan olmaya ihtiyaç olduğundan bahseder.
3. “Hükümet etmek ileriye görebilmektir.” Burada siyasette başarıyı getirecek faktörlerden en önemlisinin “uzağı görüş” (vizyon sahibi olma) yeteneğine vurgu yapılmaktadır. Uzağı görüş, sonradan elde edilen bilgi ve formasyondan çok, doğuştan gelme yetenekle alakalıdır. Sadece teori ile elde edilebilecek bir durum değildir.
4. Politikacının başarılı olmasındaki bir diğer husus da realist olmasıdır. Alman Şansölyesi Bismark, politikayı “mümkün olanın sanatı” olarak ifade eder. Mümkün olma ya da gayri mümkünlük kişi ve zamana göre değişiklik gösterebilir. Bir hedef seçmek, boş bir rüya veya anlamsız bir serap olarak görülmemelidir; yeter ki idealizm, çaba, keskin görüş ve sorumluluk, liderlikle birleştirilebilsin.

## Sonuç ve Öneri

Genel olarak toplumda ve özel anlamda da siyasette ahlaki suistimaller hiçbir şekilde küçümsenmemelidir. Siyasetin ahlaki hâle getirilmesi sadece siyasal partilerin grup konuşmaları, seçim kampanyaları ve parti programlarıyla sınırlandırılmamalıdır. Siyaset kurumunun genelinde ahlaki kriterlerin etkinliğinin artırılması ve içselleştirilmesi gerekmektedir.

Geçmişte ülkemizde ve dünyada yaşanan siyasette ve yönetimdeki etik sorunlar ve çözüm yolları irdelenerek geleceğe dönük, zamanın ruhu ile uyumlu etik kodlar geliştirilmelidir. Çünkü çoğul-

cu toplumlarda birden fazla etik ya da ahlak anlayışları söz konusu olabilir. Dolayısıyla bu noktada evrensel ve ortak, herkesi kapsayan siyasal etik kodlar oluşturulmalıdır. Siyasette etik sorunların çözümünde kullanılan etik kodlar için kullanılması gerekli en önemli araçlardan biri de şüphesiz eğitimidir. Eğitimin her kademesinde etik dersleri verilmeli ve kamu etiğinin önemi üzerinde durulmalıdır. Kişisel ve kamusal menfaatin ne ifade ettiği, kamusal menfaatin her vatandaş tarafından neden korunması gerektiğinin halka dikkatlice anlatılması sağlanmalıdır.

Günümüzde farklı toplumlar farklı ahlak anlayışlarına sahip olabilmektedir. Bu farklı milletlerin ahlak anlayışları ile ilgili araştırmaların sayısı da gün geçtikçe artmaktadır. Ahlaki tartışmalara artan ilgi, ahlaki fikirlerin etik açıdan incelenmesine, değerlendirilmesine ve sorgulanmasına neden olmaktadır. Bu siyasal etik kodlar, ülkelerin siyasal geçmişi, kültürü ve sosyolojisi, dinsel vb. tüm yönleriyle uyumlu olmalıdır. Yasal mevzuatlarla yapılan düzenlemeler bazen ülkelerin etik kodlarıyla uyumlu olmamaktadır. Bu durumda etik kodların içselleştirilmesi zorlaşabilmektedir. Siyaset biliminde sıklıkla kullanılan “Bir durum ya da olayın siyasi ve hukuki olması onun ahlaki ya da etik olacağı anlamına gelmez.” sözü durumun önemini özetler mahiyettedir. Bu durum yapılan yasaların ve alınan siyasi kararların da etik bir değerlendirmeye tabi tutulabileceğini göstermektedir.

Özetle, oluşturulacak siyasal etik kodlarda vatandaşın itaat etmesini sağlayan meşruiyet kaynaklarının temel alınarak, bunlarla uyumlu ilkelerin geliştirilmesi hayatidir. Her kurumun (tıp, medya, hukuk, din, çevre, savaş etiği vb. gibi) kendine ait etik kodları bulunmaktadır. Siyasetin de kendine has özelliklerini kapsayan siyasal etik kodları vardır ve bu kodlar sürekli olarak zamanın şartlarına uyumlu hâle getirilmelidir.

## Kaynakça

- Acar, Ömer Yetkin (2017). Brezilya'da Bakanlar, Senatörler ve Milletvekillerine Soruşturma. <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/brezilyada-bakanlar-senatorler-ve-milletvekillerine-sorusturma/794830>.
- Aristoteles (2014). Politika. (çev. Mete Tunçay), İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Arvasi, S. Ahmed (1999). Türk-İslam Ülküsü. İstanbul: Burak Yayınevi.
- Aydın, İnyet Pehlivan (2002). Yönetmel, Mesleki ve Örgütsel Etik. Ankara: Pegama Yayıncılık.
- Bozbeyli, Ferruh (2000). Alaca Siyaset: Siyasi Hikayeler. İstanbul: Babıalı Kültür Yayıncılığı.
- Canatan, Kadir (2009). Geleneksel Siyaset ve Devlet Felsefesinin Bir Yorumu Olarak "Siyasetname" - Büyük Devlet Adamı Nizamülmülk'ün Devlet ve Siyaset Anlayışı Üzerine. Turkish Studies, 4(7): 194-220.
- Cüceloğlu, Doğan (2017). Korku Kültürü: Niçin 'Muş' gibi Yaşıyoruz?. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Daver, Bülent (1993). Siyaset Bilimine Giriş. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Encyclopedia (2021). Unethical Practices in Politics. <http://encyclopedia.uia.org/en/problem/133164>.
- Erlinger, Von Rainer (2012). Müssten Politiker moralischer sein als Bürger?. <https://www.deutschlandfunkkultur.de/muessen-politiker-moralischer-sein-als-buerger-100.html>.
- Fârâbî (2015). El-Medinetü'l Fâzıla (İdeal Devlet). (çev. Ahmet Arslan), Ankara: Divan Kitap.
- İbn Rüşd (2018). Siyasete Dair Temel Bilgiler. (çev. Muharrem Hilmi Özev), İstanbul: Bordo Siyah.
- Kınalızâde Ali Efendi (1977). Devlet ve Aile Ahlakı. İstanbul: Tercüman 1001 Temel Eser.
- Koçak, Mustafa (2006). Batı'da ve Türkiye'de Egemenlik Anlayışının Değişimi: Devlet ve Egemenlik (Eski Kavramlar-Yeni Anlamlar). Ankara: Seçkin Yayınları.
- Körtner, Ulrich H. J. (2021). Politik, Ethik und Moral: Betrachtungen zum Skandal um den ÖVP-Chef. <https://www.wienerzeitung.at/meinung/gastkommentare/2125019-Politik-Ethik-und-Moral.html>.
- Nizamülmülk (2017). Siyasetname. Ankara: Milenyum Yayınları.
- Platon (2017). Diyaloglar. İstanbul: Remzi Kitabevi.

- Platon (2018). Devlet. (çev. Sabahattin Eyüboğlu ve M. Ali Cimcoz), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Schmidt, Helmut (2002). Toplumda Ahlak Arayışı: Yeni Yüzyılın Eşiğinde Almanya. İstanbul: Sabancı Üniversitesi Yayınları.
- Stoll, Felix (2021). Was ist der Unterschied zwischen Ethik und Moral? Einfach erklärt. [https://praxistipps.focus.de/was-ist-der-unterschied-zwischen-ethik-und-moral-einfach-erklaert\\_97765](https://praxistipps.focus.de/was-ist-der-unterschied-zwischen-ethik-und-moral-einfach-erklaert_97765).
- Şimşek, Erol (2022). Orta Çağ İslam Düşüncesinde Siyasal Ahlâk. Ankara: Sonçağ Yayıncılık.
- Tunç, Ahmet ve Çarkıt, Merve (2019). Nizamülmülk'ün Türk-İslam Yönetim Geleneğine Yaptığı Katkıları. Management and Political Sciences Review, 2(2): 29-51.
- Tûsî, Nasîrüddîn (2016). Ahlâk-ı Nâsırî. (çev. Anar Gafarov ve Zaur Şükürov), İstanbul: Litera Yayıncılık.
- Türkeş, Aplanslan (2019). Aplanslan Türkeş ve Dokuz Işık. İstanbul: Bilgeoğuz Yayınları.
- Vannucci, Alberto (2009). The Controversial Legacy of “Mani Pulite”: A Critical Analysis of Italian Corruption and Anti-Corruption Policies. Bulletin of Italian Politics, 1(2): 233-264.
- Yatkın, Ahmet (2015). Kamuda Etik Yönetimi. Ankara: Nobel Yayınevi.





# KİLO VERME ÜZERİNE PAYLAŞIMLAR YAPAN BİR INFLUENCER'IN TAKİPÇİLERİNE YÖNELİK NETNOGRAFİK BİR İNCELEME

*A Netnographic Review for Followers of an Influencer Posting  
on Weight Loss*

**Deren BAYSAL**

Doktorant.; Ege Üniversitesi, Fakültesi,  
Bölümü, İzmir.  
derenbaysall@gmail.com  
0000-0002-6438-2904

**Şehriban KAYACAN**

Doktorant.; Ege Üniversitesi, İktisat Bölümü  
sehribankayaacan@gmail.com.tr  
0000-0001-5664-7928

## Özet

Günümüzde yeni medya teknolojilerindeki gelişmeler, sosyal medya ortamlarında çeşitli ilgi alanları altında bir araya gelen insanların oluşturduğu, belli kültürel dinamiklere sahip sanal toplulukların ve yine bu ortamlarda diğer insanlarla etkileşim halinde olan, onların davranış ve düşünce anlamında etkileyen influencer'ların doğmasına neden olmuştur. Bir influencer takipçisi niteliğindeki sanal topluluklarda ise hem katılımcılar arasında hem de bu katılımcılar ile influencer arasında farklı etkileşim alanları bulunmaktadır. Bu sebeple bu çalışmada; kilo verme alanında bir Instagram influencer'ı takipçisi niteliğindeki bir sanal toplumluluğun kendi içindeki etkileşim alanlarını ve influencer'ın bu alanlarda takipçiler tarafından nasıl konumlandırıldığını netnografik bir çalışma ile ortaya koymak amaçlanmıştır. Katılımsız gözlem tekniği ile ilgili Instagram hesabından toplanan veriler, nitel netnogra-

fik içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda ulaşılan sonuçlar; takipçilerin “trendler”, “arzular ve korkular”, “kabul görmeyen davranışlar” ve “motivasyon” şeklinde başlıca dört alanda etkileşim içinde olduğunu göstermiştir. Ulaşılan diğer sonuçlar ise influencer’ın bu alanlarda; takipçileri tarafından takdir edilen, davranış ve tavsiyeleri takip edilen ve uygulanan, hayranlık duyulan, motivasyon kaynağı olan; fakat aynı zamanda savunulan ve motive edilen bir lider şeklinde konumlandırıldığını göstermiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sanal Topluluklar, Influencer, Netnografi, Sosyal Medya

### **Abstract**

*Today, developments in new media technologies have led to the emergence of virtual communities with certain cultural dynamics, which are formed by people coming together under various interests in social media environments, and influencers who interact with other people in these environments and affect them in terms of behavior and thought. In virtual communities, which are in the nature of an influencer follower, there are different areas of interaction both between the participants and between these participants and the influencer. For this reason, in this study; In the field of weight loss, it is aimed to reveal the interaction areas of a virtual community, which is an Instagram influencer follower, and how the influencer is positioned by the followers in these areas with a netnographic study. The data collected from the Instagram account related to the unattended observation technique were analyzed with the qualitative netnographic content analysis method. The findings obtained as a result of the analyzes made; showed that followers interact in four main areas: “trends”, “desires and fears”, “unacceptable behaviors” and “motivation”. Other findings reached are the influencer’s in these areas; appreciated by his followers, followed and implemented, admired and a source of motivation; but it has also shown that he is positioned as a championed and motivated leader.*

**Keywords:** Virtual Communities, Influencer, Netnography, Social Media

## **Giriş**

Teknolojik gelişmelerle birlikte geleneksel medya uygulamaları yerini yeni medya uygulamalarına bırakmıştır. Yeni medya uygulamalarının kullanım kolaylığı, zaman ve mekândan bağımsız olması, çift yönlü iletişime ve anlık geri bildirim olanağı sağlayan yapısı nedeniyle özellikle iletişim alanında insan hayatının önemli bir parçası haline gelmiştir. Bu uygulamalar arasında özellikle sosyal medya platformları bireyler arasında gün geçtikçe popüler hale gelmiştir.

Sosyal medyanın teknolojik gelişmeler sayesinde düzenli olarak güncellenmesi ve yeni özellikler kazanmasıyla birlikte birtakım yeni kavramlar ortaya çıkmıştır. Özellikle sanal topluluk ve influencer kavramları iletişim, pazarlama, marka çalışmaları gibi birçok alanı etkilemiştir. Sanal topluluklar, sosyal mecralarda belli bir motto, ortak ilgi alanı veya benzer deneyimler etrafında toplanarak zamanın ve mekânın önemi olmadan, kendilerine özgü dil, jargon, söylem ve ritüel oluşturan yani belli bir kültüre sahip insanların bir araya gelmesini ifade etmektedir. Influencer'lar ise bu ortamlarda bireylerin davranış, tutum ve düşünceleri etkileyen veya bunlar üzerinde değişiklik yaratabilen kişiler olarak öne çıkmaktadır.

Bazı sanal topluluklar bu influencer'ların takipçisi niteliğinde bir araya gelerek bir topluluk oluşturmaktadır. Bu sayede birbirlerini hiç görmese dahi sanal ortamlar üzerinden aynı amaç doğrultusunda birleşen influencer takipçileri, birbirleriyle etkileşime girerek topluluk altında bir kültür yaratmaktadır. Özellikler influencer takipçisi niteliğiyle oluşan bu sanal topluluklarda influencer topluluğunun kültürünün oluşmasında ve şekillenmesinde güçlü bir etkiye sahiptir. Influencer, bu tarz gruplardaki etkileşim alanlarını hareket geçiren veya grup dinamizmini sağlayan bir nitelik taşımaktadır.

Sanal topluluklarda oluşan bu kültür, araştırmacıları çevrimiçi ortamların kültürünü incelemeye yöneltmiş ve bu durum netnografik çalışmaların temelini oluşturmuştur. Bu sebeple bu çalışma-

da netnografi yöntemi kullanılarak sosyal medya platformlarından biri olan Instagram’da influencer takipçisi niteliğindeki bir sanal topluluğun kültürüne etki eden etkileşim alanlarının bir incelemesi yapılmıştır.

## **1. Teorik Çerçeve**

### **1.1. Sosyal Medya ve Sanal Topluluklar**

#### **1.1.1. Sosyal Medya**

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle beraber geleneksel medya ortamlarından farklı olarak iletişim alanında birçok yeni medya platformu ortaya çıkmıştır ve sosyal medya kavramı da bu şekilde insan hayatına girmiştir. Kavram olarak sosyal medya, Web 2.0’ın altyapısında yerleştirilen, teknoloji temelli çeşitli medya kanalları aracılığıyla kullanıcıların katılımını ve içerik oluşturmasını sağlama esasına dayanan çevrimiçi uygulamalar bütünü olarak tanımlanabilmektedir (Kaplan ve Haenlein, 2010: 61). Okazaki ve Taylor’un (2011: 56) ifadesiyle sosyal medya; internet ortamındaki kullanıcıların, donanım ve yazılım kısımlarının ikisinde de etkin olduğu, birlikte kullanıma olanak sağlayan ve ucuz bir şekilde içerik üretim ve paylaşımını sağlayan teknolojik yenilik dizisi olarak tanımlanmaktadır (Başer, 2014: 11).

Sosyal medyanın ilk örneği olarak Usenet platformu bilinmektedir; ancak sosyal medya anlayışının başlangıcı olarak 1990’larda ortaya çıkan “Açık Günlük (Open Diary)” sosyal mecrası kabul edilmektedir (Grajales III vd., 2014: 13-14). Sosyal medya ağlarının ilk adımları internet ortamında günlük yazarlarını tek bir ortamda toplayıp kullanıcılarına, kendi kendilerine içerik üretme fırsatı veren bu mecra sayesinde atılmıştır. Ayrıca, “weblog” (ağ logu) kavramı da ilk defa kullanılması bu sürece rastlarken ilerleyen zamanlarda weblog teriminin yerini yoğun bir şekilde kullanılmaya başlanmış olan “blog” terimi almıştır (Marlow, 2004:1; Steel vd., 2012: 1016-1018). 2000’lerin başıyla birlikte internet kullanımının hızlı bir şekilde artmasıyla sosyal ağ ortamları üretilmeye baş-

lanmış ve Myspace ağı bunların ilk örneklerinden olmuştur. Sonraki süreçte ise günümüzde hala kullanılan Facebook sosyal ağı geliştirilmiş ve insanlar için oldukça popüler bir sosyal medya ortamı haline gelmiştir(Zümrüt, 2016: 5-6).

İletişim teknolojilerindeki bu ilerlemelerle birlikte kişisel bilgisayarlar ve akıllı cep telefonu kullanımının artması ve 3G-4G gibi telekomünikasyon teknolojilerinin gelişmesiyle sosyal ağ mecraları da günümüzdeki mobil kullanım haline ulaşmıştır(Gündoğdu, 2018: 10). İnsan hayatının neredeyse vazgeçilmezi olan sosyal medyanın Mayfield'e (2010: 6) göre; katılımcılarının olması, açıklığa dayanması, katılımcılar arasında karşılıklı etkileşim yaratması, toplumsal olması, bağlantılı bir işleyişi olması, kitlelere erişim sağlaması, herkes tarafından ucuz şekilde kullanılabilmesi, herkesin üretimde bulunabilmesi, anında etki-tepki ortamı yaratması, yenilikçi olması ve içeriklerin kalıcılık taşımaması yani değiştirilebilir veya silinebilir olması gibi birtakım özellikleri bulunmaktadır(Vural ve Bat, 2010: 3351). Sosyal mecralar, bu özelliklerle birlikte bugünün en çok kullanılan ve aynı zamanda içinde; arkadaşlık, siyaset, kültür, sanat gibi etkinliklerin paylaşıldığı grupların yer aldığı iletişim araçlarından biri olmuştur(Kirschner ve Karpinski, 2010: 3). En çok kullanılan sosyal medya araçlarına bakıldığında ise bunlar; Wordpress ve Blogger gibi bloglar, Twitter gibi mikrobloglar, Instagram, Youtube, Flicker, Slideshare gibi medya/içerik paylaşım siteleri, Wikipedia gibi katılımcı/işbirlikçi projeler ve wikiler, Periscope gibi podcasting, Facebook gibi sosyal ağ siteleri ve Second Life gibi sanal sosyal ortamlar olarak sıralanabilmektedir (Zümrüt, 2016: 25-36). Diğer yandan sosyal medya birçok yönüyle geleneksel medyadan farklılaşmaktadır. Bunlar(Taşdemir, 2011:651; Ünür, 2016: 157):

- Sosyal medya çift yönlü iletişim barındırırken, geleneksel medyada daha çok tek yönlü iletişim işlemektedir.
- Sosyal medya açık bir sistemken, geleneksel medyada kapalı bir sistem söz konusudur.
- Sosyal medya şeffaflık taşıırken, geleneksel medya daha çok opak bir haldedir.

- Sosyal medya daha çok birebir pazarlamaya yatkınken, geleneksel medya kitlesel pazarlamaya yatkındır.
- Sosyal medya içerikleri kullanıcılar tarafından üretildiğinden geleneksel medyaya göre içerikler çoğunlukla daha az profesyoneldir.
- Sosyal medya çoğunlukla ücretsizdir ancak geleneksel medya ücretlidir.
- Sosyal medya dili informal olarak işlemekteyken geleneksel medya dili formel bir yapıdadır.
- Sosyal medyada aktif bir katılım söz konusuysen, geleneksel medyada pasif katılım hakimdir.
- Sosyal medya geleneksel medyadan daha hızlı işlemektedir.
- Sosyal medya ortamı geleneksel medyaya göre daha demokratik bir yapıdadır.
- Sosyal medya sosyalleşme aracı olarak da görülmekteyken geleneksel medyanın böyle bir niteliğinden söz etmek zordur.

### **1.1.2. Sanal Topluluklar**

Sanal topluluk adı da verilen online topluluklar ile ilgili ortak bir tanım bulunamamasına rağmen Rheingold (1993) online topluluk kavramını, konum itibariyle birbirlerinden uzak mesafede olsalar dahi teknolojik gelişmeler ve dijitalleşmenin sağladığı farklı araçlar sayesinde iletişim kurabilen insanların sosyal ağ ortamlarında ortak bir nedenle bir araya gelerek oluşturdukları gruplar olarak tanımlamaktadır (Phippen, 2004: 179). Literatürde yapılan çeşitli tanımlamalar incelendiği zaman online topluluklar ile ilgili olarak insanlara teknik bir platform üzerinden iletişim kurarak bir araya gelen bireylerin kendilerini bu grubun bir parçası olarak hissetmelerinden ve aidiyet duygusunun çok kuvvetli olmasından bahsedildiği göze çarpmaktadır (Leimeister vd., 2008: 353). Sanal toplulukların sayısı, gruba katılmanın ya da gruptan ayrılmanın geleneksel gruplara göre daha kolay olmasından, gruplara girişin ücretli olmamasının ve gruplardaki iletişim eş zamanlı olmadığı için zamansal olarak sıkıntı yaratmamasından dolayı gün geçtikçe artmaktadır (Miller vd., 2009: 305-322). Online topluluklarda bireyler ilgi duydukları konu, ürün ya da hizmet hakkında bilgi almalarının yanı sıra

hem kendilerine hem de başkalarına sosyal destek sağlamaktadır. Bu durum ise gruba üye olan kişiler arasında güçlü bir bağ kurarak “biz olma, bizcilik, biz” bilinci oluşturmaktadır (Deligöz vd., 2019: 1059). Bu kişiler ise zamanla kendi aralarında bir dil, jargon, söylem oluşturarak online platformlar üzerinden kendi kültürlerini ve ritüellerini oluşturmaktadır. Ayrıca topluluğa üye olan bireyler sayesinde her grubun kendine özgü içerik akışı oluşmaktadır. Dolayısıyla bu içeriğe yön verenler arasında da katılımcıların üzerindeki etkisi ve gücüne bağlı olarak çeşitli statüler meydana gelmektedir (Bagozzi ve Dholakia, 2002: 5). Kullanım amaçlarına ve hedef gruplarına göre farklı türleri bulunan online topluluklar aşağıdaki gibi açıklanmaktadır (Buss ve Strauss, 2009: 16-18):

- Açık ve kapalı online topluluklar: Açık ve kapalı online topluluklar için en önemli nokta üye katılımının sınırlı olması ya da olmamasıdır. Genellikle ürün ya da markalara ait olan grupların üye katılımının sınırlı olmadığı ve katılım için herhangi bir kriterinin bulunmadığı açık gruplardır. Özel ilgilere sahip bazı gruplar da ise üye olabilmek için çeşitli şartları tamamlamış olmak gerekmektedir.
- Tematik topluluklar: Çeşitli konulara odaklanan ve bu odak etrafında toplanmak isteyen bireylerden oluşan gruplardır. Tematik topluluklar sağlık, spor, seyahat ya da eğitim gibi belirlenmiş ve amacı doğrultusunda sohbet edilen, etkileşim kurulan ve konu hakkında bilgi alışverişinde bulunulan topluluklardır.
- Sosyal ağlar: Sosyal ağlar Instagram, Facebook vb. sosyal paylaşım sitelerinde hem kişisel ilişkilerin kurulduğu hem de ortak ilgi ve konularla ilgili etkileşime geçilen online topluluklardır.
- Son zamanlarda birçok çalışmanın ilgi odağı olan online topluluklar, birçok alanda doğal, gerçeklik düzeyi yüksek ve içten bir etnografik veri kaynağıdır. Bu toplulukların gündün güne yaygınlaşması, insanlar arasındaki etkileşimin ve iletişimin niteliğinin geleneksel ortamlardan çok sanal ortamlar üzerinden devam ettiğini göstermektedir. Dolayısıyla, özellikle markalar başta olmak üzere birçok alanın dikkatini çe-

ken sanal topluluklarla iletişim kurmadan önce grubun kültürü, hiyerarşik düzeni, sosyal yapısı ve değerleri hakkında bilgi sahibi olması gerektiği söylenmektedir. Sanal toplulukların sistematik bir şekilde izlenmesini, yorumlanmasını ve çözümlenmesini netnografik araştırmalar aracılığıyla gerçekleştirmektedir(Mutlu ve Bazarıcı, 2017: 35).

### **1.2. Bir Sosyal Ağ Olarak Instagram ve Influencerlar**

Günümüzde en çok kullanılan ve sayısı milyonlarla belirtilen sosyal medya ortamları; il olarak Facebook ve sonrasında da Youtube, Whatsapp, Wechat, Instagram, TikTok, QQ vb. gibi sıralanabilmektedir (Statisca, 2020). Görüldüğü üzere Instagram da en popüler sosyal medya mecralarından biridir. Instagram, Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından 2010 yılında oluşturulmuş bir sosyal medya platformudur (Kıyan ve Dikmen, 2019: 128) ve şu an 1 milyar civarında kullanıcı sayısı bulunmaktadır (Statisca, 2020). Kullanıcı profili, 18 ve 34 yaş arasında yoğunlaşan Instagram'dan günlük ortalama 95 milyon içerik paylaşılmaktadır (Branding Türkiye, 2019).

Instagram içinde birçok kullanıcıya ait profiller ve bu profillerde çeşitli haber akışları bulunmaktadır. Kullanıcılar kendilerine, kendi isimleriyle ya da takma isimlerle profil açabilmektedirler. Bu ortamdaki profilleri takibe alan kişilere "takipçi" adı verilmektedir ve Instagram ortamı için takipçi sayısı başarılı bir profilin ölçütü olarak ele alınmaktadır. Kullanıcıların, akıllı telefon veya bilgisayar ortamlarından fotoğraf veya video paylaşımı yaptığı bir sosyal alan söz konusudur(Moreau, 2020). Ayrıca, fotoğraf ve video dışında Instagram; direkt mesaj, yorum, canlı yayın, etiket (#), hikâye, IG TV (Instagram TV), arşiv, hareketler, öne çıkan hikayeler, istatistik, kaydedilenler, müzik paylaşımı ve GIF gibi birçok aksiyona sahiptir (Instagram, 2020).

Sosyal medyanın insanların hayatına hızla girmesi ve zaman içinde teknolojik gelişmeler sayesinde birçok şeye imkân vermesi nedeniyle bu platformlarda yeni kavramlar ortaya çıkmaktadır.



Influencer kavramı pazarlama alanı başta olmak üzere birçok alanı etkiler hale gelmiştir.

Zaman zaman aynı anlamlarda kullanılan fenomen, celebrity, ünlü gibi kavramlarla karıştırıldığı görülen influencer “insanların davranış biçimini etkileyen ya da değiştiren kişi” olarak tanımlanmaktadır (<https://dictionary.cambridge.org/tr>). Influencer kavramı Türkçeye uyarlanırken “hatırlı pazarlama, tavsiye pazarlama, fenomen pazarlama, nüfuz pazarlaması, etkileşimli pazarlama, dijital kanaat önderliği” şeklinde isimlendirilmeye çalışılsa da ortak bir kullanımının ve tam karşılığının bulunamaması nedeniyle “influencer”, “influencer marketing” olarak kullanılmaya devam etmektedir (Mert, 2018: 1313). Herhangi bir sosyal medya platformu üzerinden çok sayıda takipçiye sahip olan, içerik olarak bu takipçilere hitap edebilen ve takipçileri tarafından kabul görmüş, düşüncelerine değer verilmiş kişiler olarak ifade edilen influencer’lar bu platformlarda belli bir motto ile yer almaktadır. Bu kişiler öncesinde herhangi bir alanda ünlenmemiş, sıradan, halkın içinden kişilerdir. Dolayısıyla; influencer’lar kendi deneyimleri, kullandıkları/faydasını gördükleri ürünlerin tanıtımları ya da uzman oldukları bir konu ile sosyal medyada varlıklarını sürdürmektedir(Aktaş ve Şener, 2019: 401). Influencer kavramının insanların hayatına kolayca yerleşmesinin ve influencer’ların hızla insanları etkisi altına almasının temelinde samimi bir ortamının olması yer almaktadır. Bu samimiyetin oluşması ile birlikte takipçilerin güven düzeylerinde de artışlar gözlemlenmekte ve influencer’ın önerilerine (kişisel deneyimler ya da ürün/marka) olan ilgi artmaktadır(Saltık Yaman, 2018: 278).

## **2. Metodoloji**

Bu çalışmanın son yıllarda önce çıkan bir yöntem olan netnografi yöntemiyle yürütülmesi planlanmıştır. Yeni iletişim teknolojilerinin getirdiği gelişmeler nedeniyle internet kullanımındaki artış, sanal ortam ve topluluklardaki davranışları anlamayı önemli hale getirmiş ve bu sebeple de etnografik araştırma yöntemlerinin çevrimiçi

ortamlara adapte edilmesi gereksinimi doğurmuştur (Özbölük ve Dursun, 2015: 232). Bu ihtiyacı karşılamak üzere Kanadalı bir akademisyen olan Robert V. Kozinets netnografi yöntemini geliştirmiş ve bu yöntemi “etnografik araştırma yöntemlerini bilgisayar aracılı iletişim aracılığıyla ortaya çıkan kültür ve toplulukların çalışmalarına uyarlayan yeni bir nitel araştırma yöntemidir.” şeklinde tanımlamıştır (Kozinets, 2002: 2). Başka bir ifadeyle netnografi; sanal topluluklar üzerinde katılımcı gözlem yapılmasına imkân tanıyan yapısıyla zaman/mekân unsurlarından bağımsız bir şekilde web siteleri, forumlar, bloglar ve sosyal medya mecralarına yönelik inceleme yapılmasını sağlan bir araştırma yöntemi olarak tanımlanabilmektedir (Özüdoğru, 2014: 268). Netnografi, kültürel inceleme yöntemleriyle çevrimiçi alanların incelemesini bir araya getiren yapısıyla diğer internet araştırmalarından daha farklı ve özgün bir yöntem olarak değerlendirilmektedir (Kozinets, 2010: 17). Netnografi, her ne kadar yeni bir yöntem olsa da dünya üzerinde birçok araştırmacının dikkatini çeken ve giderek yaygınlaşan bir yöntem haline gelmiştir (Dahan ve Levi, 2012: 35). Bu sayede araştırmacılar, çevrimiçi ortamları veya toplulukları gözlemeleme, bu ortamlara dahil olarak araştırma yapabileme veya bu ortamlarda görüşmeler yapabileme fırsatına sahip olmuştur (Sezgin, 2016: 2147). Dünya üzerinde araştırmacılar tarafından gittikçe artan kullanımına rağmen netnografi yönteminin, Türkiye’deki araştırmacıların yeni kullanmaya başladığı bir yöntem olduğunu söylemek mümkündür (Cebeci ve Küçükkancabaş-Esen, 2017: 130).

### **2.1. Araştırma Soruları**

Kilo verme üzerine bilgi ve deneyimlerini paylaşan bir influencerın Instagram hesabındaki takipçilerinin etkileşim konuları (alanları) nelerdir? Influencer, topluluktaki takipçiler arası bu etkileşim alanlarında nasıl konumlandırılmaktadır?

### **2.2. Araştırmanın Konusu, Amacı ve Önemi**

Bu araştırma, kilo verme alanında bilgi paylaşan bir Instagram influencer’ının takipçi grubunun kendi içindeki etkileşim alanları-

na yönelik netnografik bir analizini konu edinmektedir. Çalışmanın amacı ise sanal topluluklarının kültürünün anlaşılmasını sağlayan bir netnografik araştırma ile kilo verme alanında bir Instagram influencer'ını takip eden bir grubun kültürüne ait etkileşim alanlarını ve bu alanlarda influencer'ın takipçiler tarafından nasıl konumlandırıldığını ortaya çıkartmaktır. Bu araştırmanın, yerli literatürde yer alan netnografik çalışmaların oldukça sınırlı olması ve dolayısıyla alana katkı yapması anlamında önemli olduğu düşünülmektedir.

### **2.3. Evren ve Örneklem**

Bu çalışmanın evrenini kilo verme üzerine bilgi ve deneyimlerini paylaştığı Instagram influencer'larının hesapları oluşturmaktadır. Çalışmanın örnekleme yöntemi ise amaçlı örnekleme yöntemine göre Ece Dünder'a ait "@40kilonasilgider" hesabı olarak seçilmiştir. Bu örneklemin seçilme nedeni bu alanda öne çıkan Instagram influencer'ları arasında en popüler, en yüksek etkileşime sahip ve takipçi sayısı en yüksek hesaplardan biri olmasıdır.

Örneklem olarak seçilen Instagram hesabının sahibi olan Ece Dünder, bir influencer haline gelmeden önce İstanbul'da özel bir okulda edebiyat öğretmeni olarak görev yapmış ancak açmış olduğu bu Instagram sayfasında popüler olduktan sonra markalarla iş birlikleri içine girmiş ve kendi mesleğine devam etmeyi bırakmıştır. 40 kilo kaybetmeyi hedefleyen ve bu süreçte yaptıklarını Instagram'dan diğer insanlarla da paylaşmak isteyen Ece Dünder bu sebeple @40kilonasilgider adlı bir hesap açmış ve başarılı kilo verme öyküsünden ötürü birçok insan tarafından takip edilmeye başlamıştır. Tanınırlığı yükseltmek için özel bir hashtag (#) geliştiren hesap sahibi, #sadECEinan etiketini kullanarak kilo verme sürecinde takipçilerine motivasyon sağlamak ve bu hashtag de takipçiler tarafından benimsenerek kendi kilo verme süreçlerinde Ece ile motive olduklarını ifade etmek için sıklıkla kullanılmaktadır. @40kilonasilgider isimli sayfasında kendisini "#sadECEinan ıp 9 ayda 40 kilo veren bir kadının tüm hayatı"

olarak tanımlayan Ece Dündar 18.05.2020 tarihi itibarıyla Instagram sayfasında 7734 gönderi ile 412 bin takipçiye sahiptir.

#### **2.4. Veri Toplama ve Veri Analiz Yöntemleri**

Bu çalışmada veri toplama yöntemi olarak, nitel netnografik (katılımsız) gözlem tekniği kullanılmıştır. Veri toplama süreci, 06.04.2020 ve 11.05.2020 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Ancak araştırmacılardan biri bu grubu üç yıldır takip etmekte ve pratiklerini katılımsız olarak gözlemlemektedir. Veri seti olarak takipçilerin influencer'ın fotoğraf paylaşımları altına atmış oldukları tüm yorumlar ve bu yorumlara verilen cevaplar ele alınmıştır. Dijital ortamların, verilerin silinebilmesine ve değiştirilebilmesine olanak sağlayan yapısı nedeniyle veriler her gün kayıt altına alınmıştır. Diğer yandan, elde edilen veriler, araştırma soruları doğrultusunda nitel netnografik (içerik) analiz tekniğiyle analiz edilmiş, birtakım kodlar oluşturulmuş ve bu kodlardan hareketle de temalar ortaya konulmuştur.

#### **2.5. Etik Çerçeve**

Netnografik araştırmalar doğası gereği birtakım etik standartlar oluşturulmasını gerektirmektedir (Özbölük ve Dursun, 2015: 238). Bu sebeple bu incelemede oluşturulan etik standartlardan biri olarak örneklem olan hesap sahibinden izin alınmıştır. Öte yandan katılımsız gözlem ile gerçekleştirilen veri toplama süreci sonrası bulguların ortaya koyulmasında gruptaki takipçi profilleri gizli tutulmuştur.

#### **2.6. Sınırlılıklar**

Çalışma, sadece 06.04.2020 ile 11.05.2020 tarihleri arasında elde edilen verilerle sınırlandırılmıştır. Takipçilerin yorumlarına dair veri toplama sürecinde sadece emoji olarak atılan yorumlar ve takipçilerin herhangi bir görüş yazmadan sadece başka arkadaşlarını etiketledikleri (@kullanıcıhesabı) yorumlar çalışma dışında bırakılmıştır. Influencer tarafından düzenli olarak yürütülen canlı yayınlarda takipçilerin birbirleriyle yorum şeklinde olan etkileşimleri de çalışma kapsamına alınmamıştır.

### 3. Bulgular

Verilerin analizi sonucunda bulgular, aşağıdaki tabloda görüldüğü gibi “trendler”, “arzular ve korkular”, “kabul görmeyen davranışlar” ve “motivasyon” şeklinde dört tema oluşturulmuştur.

Temalar	Temalara Göre İçerikler	
	Takipçiler Arası	Influencer'ın Konumlandırılışı
<b>Trendler</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Spor aktiviteleri paylaşımı (Eliptik bisiklet ve trambolin, evde yapılabilecek egzersiz çeşitleri ve fitness eğitmeni Leslie Sansone'ın “Walk at home” serisi spor programı)</li><li>• Alınan/kaybedilen kilo miktarı paylaşımı (Sayısal değer yazarak belirtme)</li><li>• Sağlık takviyeleri (Vitaminler, ödem çayları, sağlıklı gıdalar, bitkisel içecek ve yağlar)</li><li>• Güzellik ipuçları paylaşımı (Cilt bakım rutinleri, saç bakım ürünleri ve bölgesel zayıflama ürünleri)</li><li>• Giyim tavsiyeleri paylaşımı (Termal kıyafetler, korse, spor taytları ve günlük kıyafetler)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Trend öncüsü</li><li>• Trend belirleyicisi</li></ul>
<b>Arzular ve Korkular</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kilo vermek ve sağlıklı bir yaşama erişme arzusu</li><li>• Kilo verememe veya verilen kiloların geri alınması korkusu</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hayranlık duyulan lider</li><li>• Rol model</li></ul>
<b>Kabul Görmeyen Davranışlar</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dini konular üzerine yapılan yorumlar</li><li>• Influencer'a karşı yapılan olumsuz yorumlar</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Savunulan/Sahiplenilen lider/rehber</li></ul>
<b>Motivasyon</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Takipçilerin influencer'ı motive etmesi</li><li>• Takipçilerin influencer'ın konuşmaları, tavsiyeleri ve uygulamalarından motive olması</li><li>• Takipçilerin kendi aralarında birbirlerini motive etmeleri</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• İzinden gidilen, tavsiyelerine uyulan ve motive edilen lider/rehber</li><li>• Motivasyon kaynağı</li></ul>

### 3.1. Trendler

Yapılan gözlem sonucunda grupta trend haline gelen beş ana konu bulunmuş ve bunların; spor aktiviteleri, alınan/kaybedilen kilo miktarı, sağlık takviyeleri, güzellik ipuçları ve giyim tavsiyeleri olarak şekillendiği gözlemlenmiştir.

Trend haline gelen ana konulardan biri olan spor aktiviteleri içeriğinde takipçilerin bu alanda birbirlerine bilgi paylaşımında buldukları, sorular sordukları ve tavsiyeler verdikleri görülmüştür. Bu bakımdan spor alanında en çok konuşulan içerikler; spor aletleri olan eliptik bisiklet ve trambolin, evde yapılabilecek egzersiz çeşitleri ve “Walk at home” serisi ile ünlenen fitness eğitmeni Leslie Sansone’ın spor programı olarak sıralanabilmektedir. Tüm bu içeriklerin grup influencerı olan Ece Dünder’in tavsiyeleri sonucunda takipçilerine uygulamalar şeklinde yayıldığı gözlemlenmiştir. Takipçilerin, eliptik bisiklet üzerine; fizyolojik olarak nasıl bir değişiklik yaratacağı, fiyat bilgisi, hangi markanın tercih edilmesi gerektiği ve kullanım süresinin ne kadar olması gerektiği konusunda etkileşime girerek birbirleriyle yardımlaştıkları görülmüştür. Diğer öne çıkan spor aleti olarak trambolin üzerine ise evde kullanıma uygunluğu, kullanırken dikkat edilmesi gereken hususlar, birlikte yapılabilecek egzersiz hareketleri ve ürünü temin edebilecekleri yerler hakkında bilgi alışverişi yapılmaktadır. Grup içinde konuşulan popüler konulardan birisinin de kilo verme ve kilo koruma amaçlı yapılan spor aleti kullanmadan gerçekleştirilen fiziksel aktiviteler olduğu görülmüştür. Bu çalışmanın veri toplama süreci pandemi günlerine denk gelmesi nedeniyle grup içi sohbetlerin evde yapılabilecek egzersizlere odaklandığı görülmüştür. Bu anlamda öncelikle influencer’ın takipçilerini hareketli bir yaşama teşvik ettiği ve kişisel rutin spor aktivitelerine yönelik fotoğraf ve video gibi paylaşımlarda bulunduğu gözlemlenmiştir. Influencer’ın bu tarz paylaşımları doğrultusunda takipçilerin motivasyon kazanarak bu spor hareketlerini uyguladıkları ve bu uygulamalar hakkında birbirleriyle yoğun bir şekilde etkileşimde buldukları görülmüştür. Öte yandan, influencer’ın bir başka tavsiyesi olan ve

evde spor yapmaya olanak sağlayan Leslie Sansone'ın "Walk at home" serisi hakkında konuşmalar gerçekleşmektedir. Diyet ve spor sürecini desteklemek isteyen takipçilerin bu serideki fiziksel aktiviteler, bu aktivelerin çeşitleri, özellikleri ile fiziksel değişimlerine katkısı ve evde yapılabilme kolaylığı hakkında bilgi alışverişinde buldukları saptanmıştır.

Takipçiler arasında trend haline gelen bir diğer konunun ise sürecin başından itibaren influencer'dan etkilenerek verdikleri kiloları rakamlarla ifade etmeleri yönünde olduğu görülmüştür. Bunun yanı sıra takipçiler, kilo veriş sürecinde kilolarını koruyamayıp geri aldıklarından da söz etmektedir. Kaybettikleri veya aldıkları kiloları paylaşan takipçiler arasında, verdiği kilolar nedeniyle diğerlerine karşı bir nevi kanaat önderi haline gelen takipçilerin de olduğu görülmüştür. Bu takipçilerin, genel olarak gruba kilo veriş süreçlerindeki aşamalardan bahsettikleri, spor veya diyet hakkında bilgi sundukları ve grubun diğer takipçilerini motive eden bir konuma ulaştıkları gözlenmiştir.

Takipçiler arasında kilo verme sürecini destekleyici sağlık takviyelerinin kullanımı olduğu da görülmüştür. Bu sağlık takviyelerinin başında influencer'ın kullandığı ve tanıtımını yaptığı markaların ürünleri olan vitaminler, ödem çayları, sağlıklı gıdalar, bitkisel içecek ve yağlar gelmektedir. Takipçiler kendi aralarında bu ürünlerin sağladığı faydalar, kullanım şekilleri ve tedarik edebilecekleri web siteleri üzerine konuşmaktadır. Ayrıca, bu ürünler ile ilgili markalar konusunda influencer ile etkileşimli hareket ettikleri görülmüştür.

Güzellik ipuçları anlamında trend olan sohbetler, genellikle cilt bakım rutinleri, saç bakım ürünleri ve bölgesel zayıflama ürünleri üzerine gerçekleşmektedir. Bu alanda takipçilerin ilgili ürünler hakkında kullanım tecrübelerini, ürünlerin özelliklerini, bu ürünleri nasıl kullandıklarını ve ürünlerin markalarını paylaştıkları saptanmıştır. Ayrıca takipçiler, daha önce kullanmadıkları ancak kullanmak istedikleri ürünler hakkında da bilgi alışverişi yapmaktadır.

Son olarak influencer'ın ve takipçilerin termal kıyafetler, korse, günlük kıyafetler ve spor taytları gibi trend olan konular hakkında giyim tavsiyeleri verdiği görülmüştür. Giyim konusunda takipçilerin influencer'ın paylaşımlarından hareket ederek kendi aralarında bu konuda giyim tercihleri, tarzları, giyim ürünü markaları ve temin edebilecekleri web siteleri üzerine bilgi paylaşımında buldukları gözlenmiştir.

Tüm bu içeriklerin grup influencer'ı olan Ece Dünder'in tavsiyeleri sonucunda takipçilerine uygulamalar şeklinde yayıldığı gözlemlenmiştir. Takipçilerin, influencer'ın ürün gösterimi, tanıtımı veya kişisel tavsiyelerini kendi hayatlarına dahil ederek ve kendi aralarında bunları paylaşarak influencer'ın bir nevi öncülüğünü yaptığı belli trendlerin doğmasını sağladığı görülmüştür. Dolayısıyla influencer'ın takipçiler tarafından bir trend öncüsü veya trend belirleyicisi şeklinde konumlandırıldığını söylemek mümkündür.

### **3.2. Arzular ve Korkular**

Gruptaki takipçiler arasında arzular ve korkular anlamında birbirini tamamlayan bazı faktörlerin öne çıktığı görülmüştür. Bu bakımdan takipçilerin korku duymalarına sebep olarak gösterdikleri en güçlü etkenin kilo verememe veya verdikleri kiloları geri alma yönünde olduğu bulunmuştur. Diğer yandan bu etkeni tamamlayacak bir şekilde en çok arzuladıkları etkenin ise kilo vermek ve sağlıklı bir yaşama erişmek yönünde olduğu gözlemlenmiştir.

Bu alanda, takipçilerin kilo verme arzuları doğrultusunda, kilo verme konusunda başarı sağlayan influencer'a karşı büyük bir hayranlık duyduğu ve kendi kilo verme süreçlerinde benzer başarıyı sağlamak adına influencer'ın gösterdiği uygulamaları güçlü bir şekilde takip ettikleri görülmüştür. Bu hayranlık ve uygulamaları takip dolayısıyla, influencer'ın takipçiler tarafından bir rol model olarak konumlandırıldığı söylenebilmektir.

### **3.3. Kabul Görmeyen Davranışlar**

Grup içinde takipçiler tarafından kabul görmeyen ve tepki alan birtakım davranışların olduğu görülmüştür. Bunlardan biri dini



konular üzerine yapılan yorumlardan kaynaklanmaktadır. Takipçiler belli bir azınlığın, influencer ya da diğer takipçilerden gelen kendi değer ve inançlarına ters gelen bazı düşünce ve davranışlarla karşılaştıklarında olumsuz ve sert çıkışlarda buldukları görülmüştür. Bununla beraber gruptaki takipçilerin büyük çoğunluğun bu tarz olumsuz yaklaşımlarda bulunan takipçilere karşı tepki gösterdikleri, bu davranışları kabul görmedikleri ve eğer influencer'a karşı gösterilen bir davranışsa o zaman influencer'ı savunan bir tavır takındıkları gözlemlenmiştir.

Grubun çoğunluğu tarafından kabul görmeyen bir diğer davranış ise bazı takipçilerin influencer'a karşı olumsuz tepkiler göstermesi olarak öne çıkmaktadır. Bu bakımdan bir kısım takipçinin çok fazla ürün reklamı yaptığı, yanıltıcı reklam yaptığı, eskiye göre davranışlarının değiştiği, pandemiye yönelik hassasiyet göstermeden paylaşım yaptığı ve sahip olduğu hesabın amacından saptığı şeklinde influencer'a tepki gösterdiği görülürken, grubun çoğunluğunun ise bu tarz tepkilere karşı sert bir üslupla yaklaşarak influencer'ı savunduğu ve koruduğu görülmüştür.

Kabul görmeyen davranışlar açısından tüm bu takipçi reaksiyonlarına bakıldığında influencer'ın, takipçiler tarafından savunulan, korunan ve olumsuz yoruma maruz kalmasına izin verilmeyen bir lider/rehber şeklinde kabul edildiği gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda, influencer'ın takipçiler tarafından benimsenen ve sahiplenilen bir lider/rehber olarak konumlandırıldığını söylemek mümkündür.

### **3.4. Motivasyon**

Verilerin analizi sonucu ortaya çıkan son tema ise grup içinde yüksek düzeyde gözlenen karşılıklı destek doğrultusunda motivasyon başlığı altında toplanmıştır. Bu bağlamda motivasyon biçimlerin üç şekilde gerçekleştiği görülmüştür. Bunlardan ilki influencer'a karşı takipçiler tarafından gösterilen yoğun destek olarak gözlemlenmiştir. Takipçiler bu desteği influencer'ın başarılı kilo verme sürecine olan takdir, şu anki fiziksel görüntüsüne olan

hayranlık, kilo verme sürecindeki istikrarına ve iradesine övgü olarak gerçekleştirilmektedir. Aynı zamanda takipçiler influencer'ın oğluna karşı sevgi gösterisinde bulunmakta ve anneliğine yönelik olumlu yorumlar yapmaktadır. Dolayısıyla takipçilerin influencer'ı yoğun bir şekilde motive ettikleri gözlemlenmiştir.

İkinci olarak takipçilerin kendi kilo veriş süreçleriyle ilgili influencer'ın çeşitli tavsiyelerinden, uygulamalarından etkilendikleri ve bunlardan motive oldukları görülmüştür. Bu uygulamaların meydan okumalar (challenge'lar), öncesi/sonrası (before/after) görselleri/videoları ve düzenli şekilde yürütülen canlı yayınlar olduğu tespit edilmiştir. Influencer'ın bu uygulamaları ve tavsiyeleri sonucunda bazı takipçilerin kilo verme sürecine niyetlendikleri, bu konuda eyleme geçtikleri görülürken bazılarının da verdikleri kilolar nedeniyle influencer'a minnet duyduklarını belirttikleri görülmüştür. Bu anlamda takipçilerin influencer'dan büyük oranda motive oldukları gözlemlenmiştir.

Son olarak takipçilerin influencer'dan etkilendikleri uygulamalarla birlikte kendi aralarında da dayanışma, yardımlaşma ve bilgi alışverişi gösterdikleri saptanmıştır. Takipçilerin, kendilerini gruba ait hissederek eyleme geçebilecek gücü buldukları ve başkalarının başarı hikayelerini görerek kendilerinin de başaracaklarına inandıkları gözlemlenmiştir. Bu anlamda takipçilerin birbirlerinin kilo verme süreçlerini takip ederek bu süreçlere etki edebildikleri ve birbirlerinin motivasyon kaynağı olabildikleri tespit edilmiştir.

Motivasyon alanında takipçiler arasındaki bu etkileşimlere baktığında, takipçilerin kendi kilo verme süreçlerinde influencer'ın paylaşımları, tavsiyeleri ve uygulamalarından büyük oranda etkilendikleri ve motive oldukları görülmüştür. Diğer yandan, takipçilerin kendi kilo veriş süreçlerinde influencer sayesinde motive oluşlarının yanı sıra, influencer'ı bir lider veya rehber gibi benimsemeleri nedeniyle gerektiğinde onu da motive ettikleri ve destekledikleri gözlemlenmiştir. Bu anlamda, influencer'ın takipçi-

ler tarafından hem bir motivasyon kaynağı hem motive edilecek kadar benimsenmiş bir lider/rehber olarak konumlandırıldığını söylemek mümkündür.

## **Tartışma, Sonuç ve Öneriler**

“@40kilonasilgider” hesabı aracılığıyla influencer haline gelen Ece Dündar'ın takipçileri sayesinde oluşan sanal topluluğun netnografik bir araştırmasının yapıldığı bu çalışmada takipçiler arası etkileşim alanları ve bu alanlarda takipçilerin influencer'ı nasıl konumlandığı incelenmiştir. Bu inceleme sonucuna göre takipçiler arasında trendler, arzular ve korkular, kabul görmeyen davranışlar ve motivasyon şeklinde dört temel etkileşim alanı ortaya çıkmıştır.

Bu sanal toplulukta; spor aktiviteleri, alınan/kaybedilen kilo miktarı, sağlık takviyeleri, güzellik ipuçları ve giyim tavsiyeleri gibi konularda paylaşımlar yapmak, takipçiler arasında trend haline gelen pratikleri oluşturmaktadır. Takipçiler arasındaki bu trendlerin oluşumu çoğunlukla influencer'ın tavsiye ve uygulamalarına dayandığı görüldüğünden bu durum influencer'ın, takipçileri arasındaki trendleri belirleyen bir öncü konumunda olduğunu göstermektedir.

Arzular ve korkular şeklinde öne çıkan bir diğer etkileşim alanında takipçilerin en baskın arzusu kilo verme iken en büyük korkusu ise kilo verememe veya kaybettikleri kiloları geri alma yönündedir. Bu alanda takipçiler, influencer'ın kilo verme anlamındaki başarısı sebebiyle ona hayranlık duymakta ve rol model almaktadır. Dolayısıyla, influencer'ın, takipçilerin arzuları yönünde rol model alınan bir lider/rehber/güvenilir kişi şeklinde konumlandırıldığı anlaşılmaktadır.

Takipçiler arasında ortaya çıkan bir başka etkileşim alanında ise dini konular üzerine ve influencer'a karşı yapılan olumsuz yorumlar kabul görmeyen davranışlar olarak şekillenmektedir. Bu noktada özellikle influencer'a karşı yapılan olumsuz yorumlar

karşısında takipçiler influencer'ı savunmakta ve korumaktadır. Bu yaklaşımlar da influencer'ın savunulan/benimsenen/sahiplenilen bir lider/rehber şeklinde konumlandırıldığını ortaya koymaktadır.

Takipçiler arasındaki etkileşim alanlarından sonuncusu olan motivasyonda üç tip motivasyon şekli ortaya çıkmıştır. Bunlar; takipçilerin influencer'ı motive etmesi, takipçilerin influencer'ın konuşmaları, tavsiyeleri ve uygulamalarından motive olması ve takipçilerin kendi aralarında birbirlerini motive etmesi şeklindedir. Motivasyon şeklinde ortaya çıkan bu alanda takipçiler; influencer tavsiyelerine uymakta, onun yolunu takip etmekte, ondan motive olmakta ve aynı zamanda onu motive de etmektedir. Motivasyona yönelik etkileşim alanındaki takipçilerin bu tutumları, influencer'ın takipçileri tarafından hem motive edilen lider/rehber hem de bir motivasyon kaynağı olarak konumlandırıldığını göstermektedir.

Sonuç olarak, influencer takipçisi niteliğinde olan ve kilo verme mottosu üzerine bir araya gelmiş bu sanal toplulukta takipçiler trendler, arzu ve korkular, kabul görmeyen davranışlar ve motivasyon alanlarında influencer'la etkileşime girip kendi tutum ve davranışları konusunda ondan etkilenmektedir. Takipçiler, influencer'le olan bu etkileşimin yanı sıra kendi aralarında da iletişime geçerek birbirlerini etkilemekte ve dolayısıyla topluluk kültürünü meydana getirmektedir.

Nitel netnografik yöntemle gerçekleştirilen bu çalışmanın yanı sıra topluluk kültürünü daha iyi anlamaya katkı sağlayabilecek bir nicel çalışmanın da gerçekleştirilmesi önerilmektedir. Ayrıca bu çalışma bir aylık bir veri toplama süreciyle elde edilen veri setine dayandığı için daha zengin veriler elde etmek amacıyla daha geniş bir zaman aralığını kapsayan bir çalışma yapılması önerilmektedir. Bunun yanı sıra çalışmada influencer'ın düzenli olarak yürüttüğü canlı yayınlar içindeki etkileşimler çalışma kapsamı dışında bırakılmıştır. Bu sebeple yapılacak yeni çalışmalarda yeni bulgulara ulaşmak adına canlı yayınlar da çalışma kapsamına dahil edile-

rek çalışma genişletilebilir. Diğer yandan dijital ortamların teknolojik gelişmelere açık olması nedeniyle sosyal mecralara sürekli olarak gelen güncellemelerin yeni veri toplama alanları sağlayabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Son olarak, influencer takipçilerinin oluşturduğu bir sanal topluluğun kültürünü incelemeye yönelik yapılan bu araştırmada etkileşim alanlarına ve influencer'a takipçiler açısından bakılmıştır. Dolayısıyla araştırmaya yeni bir bakış açısı getirebilmek adına birçok influencer örneklem seçilerek etkileşim alanları anlamında influencer bakış açısından da yaklaşılacak bir çalışmanın ortaya koyulması önerilmektedir.

## **Kaynakça**

- Aktaş, A. ve Şener, G. (2019). "Nüfuz Pazarlamasında (Influencer Marketing) Mesaj Stratejileri". *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 399-422.
- Bagozzi, R.P., ve Dholakia. U.M. (2002). "Intentional Social Action İn Virtual Communities", *Journal of Interactive Marketing*, 16(2), 2-21.
- Başer, A., (2014). "Sosyal Medya Kullanıcılarının Kişilik Özellikleri, Kullanım Ve Motivasyonlarının Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Genel Tutumları Üzerindeki Rolü: Facebook Üzerine Bir Uygulama". Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Branding Türkiye (2019). "Instagram istatistikleri (Güncel)", <https://www.brandingturkiye.com/instagram-istatistikleri-guncel/> (15.05.2020).
- Buss, A. ve Strauss, N. (2009). "Online Communities Handbook: Building Your Business And Brand On The Web", New Riders Press, USA.
- Cambridge Dictionary, <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/influencer>, (30.5.2020).
- Cebeci, G. ve Küçükkancabaş-Esen, S. (2017). "Netnografi Yöntemi Kullanılarak Arabesk Ve Türk Sanat Müziği Sanal Topluluklarının İncelenmesi". *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 18(1), 129-142.

- Dahan, G. S. ve E. Levi. (2011). "Netnografya: Sosyal Mecralarda Tüketici Araştırmaları Üzerine Yeni Bir Metot". Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 3,33-54.
- Deligöz K., Kurnuç M., Ünal S. (2019). "İnteraktif Platformlarda Sanal Topluluklar ve Sanal Marka Toplulukları", 4. Al-Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, Erzurum, Türkiye, 1057-1064.
- Grajales III, F. J., Sheps, S., Ho, K., Novak-Lauscher, H. and Eysenbach, G. (2014). "Social Media: A Review and Tutorial of Applications In Medicine and Health Care". Journal Of Medical Internet Research, 16(2), 1-13.
- Gündoğdu, R. (2018). "Gençlerde Marka Sadakati Oluşumunda Sosyal Medyanın Rolü: Instagram Örneği Üzerine Nicel Bir Araştırma". Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Sakarya.
- Instagram (2020). <https://www.instagram.com/> (15.05.2020)
- Kaplan, A. M. ve Haenlein M. (2010). "Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media", Business Horizons, 53, 59-68.
- Kıyan, Z. ve Dikmen, E. Ş. (2019). "Sosyal Medyanın Reklamcılıktaki Rolü: Instagram Üzerine Bir Araştırma". İlef dergisi, 6(1), 121-146.
- Kirschner, Paul A. ve Aryn C. Karpinski (2010), "Facebook and Academic Performance", Computers in Human Behavior, 1-9.
- Kozinets, R. V. (2002). "The Field Behind The Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities". Journal of marketing research, 39(1), 61-72.
- Kozinets, R. V. (2010). "Netnography: Doing Ethnographic Research Online", Sage Publications Ltd., London.
- Leimeister, J.M, Schweizer, K., Leimeister, S. ve Krcmar, H. (2008). "Do Virtual Communities Matter for The Social Support of Patients? Antecedents and Effects of Virtual Relationships in Online Communities", Information Technology & People, 21(4), 350-374.
- Marlow, C. (2004). "Audience, Structure and Authority in The Weblog Community". In International Communication Association Conference, 27, 1-9.
- Mert, Y.L. (2018). "Dijital Pazarlama Ekseninde Influencer Marketing Uygulamaları". Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 6(2), 1299-1328.

- Miller, K.D., Fabian, F. ve Lin, S-J. (2009). "Strategies for Online Communities", *Strategic Management Journal*,30(3), Published Online: Nov 10 2008, 305-322.
- Moreau, E. (2020). "What Is Instagram and Why Should You Be Using It"? <https://www.lifewire.com/what-is-instagram-3486316>. (15.05.2020).
- Mutlu, B., ve Bazarıcı, S. (2017). "Marka İş Birlikleri İçin Yeni Bir Alan: Youtube İçerik Üreticileri Ve Kanal Toplulukları Üzerine Netnografik Bir Araştırma". *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (27), 28-45.
- Özbölük, T. ve Dursun, Y. (2015). "Pazarlama Araştırmalarında Paradigmal Dönüşüm ve Etnografinin Dijitale Evrimi". *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (46), 227.
- Özudoğru, Ş. (2014). "Nitel Araştırmanın İletişim Araştırmalarında Rol ve Önemi Üzerine Bir Deneme", *Global Media Journal*, 4(8), 260-275.
- Phippen, A.D. (2004). "An Evaluative Methodology For Virtual Communities Using Web Analytics, Campus-Wide Information Systems", 21(5), 179-184.
- Saltık, Yaman, E. (2018). "Ürün Yerleştirmede Yeni Bir Alan: Influencer Marketing Sosyal Medyada Influencer Annelerin Takipçileri Tarafından Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma". 2. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı: Eğlence ve Ürün Yerleştirme, 268-279.
- Sezgin, A. A. (2016). "Türkiye'de Instagram Fenomenleri: Sosyal Paylaşım Ağlarında İnşa Edilen Yaşamların Kültürel Analizi". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 9(43), 2144-2150.
- Statista (2020). "Most Popular Social Networks Worldwide As Of April 2020, Ranked By Number Of Active Users". <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (15.05.2020).
- Steel, K., Cohen, J. J., Hurley, M. K. ve Joy, E. A. (2012). "Why We Blog: An Essay In Four Movements. *Literature Compass*", 9(12), 1016-1032.
- Taşdemir, E. (2011). "Bütünleşik Pazarlama İletişimi Temelinde Sosyal Medya". *EJournal of New World Sciences Academy*, 6(3), 645-665.
- Ünür, E. (2016). "Geleneksel Medyanın Sosyal Medyayı Nasıl Kullandığına İlişkin Bir İnceleme". *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 20(1), 153-170.

- Vural, Z. ve Bat, M. (2010). "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma". Journal of Yasar University, 5(20).
- Zümrüt, S. (2016). "Sosyal Medya Reklamlarının Tüketici Davranışına Etkisi-Instagram Kullanıcıları Üzerine Bir Çalışma". Yüksek Lisans Tezi. Nuh Naci Yazgan Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kayseri.



Düşünce Dünyasında  
**Türkiz**  
ULUSAL HAKEMLİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

## Yayın Şartları

Dergiye gönderilecek yazılar, işlediği konuya yeni bir boyut getirecek şekilde özgün ve daha önce hiçbir yaygın organında yayınlanmamış olmalıdır.

Makaleler, dipnotlar dâhil 6.000-10.000 kelime; kitap tahlilleri ise 1500-2000 kelime arasında olmalıdır. Makaleler Microsoft Word programında Times New Roman karakterinde ve 1,15 satır aralığıyla yazılmalı; metin için 12 punto, dipnotlar için ise 10 punto kullanılmalıdır.

Dergiye gönderilen bir makalenin yayımlanması Yayın Kurulu tarafından uygun görüldüğü takdirde sözkonusu yazı ivedilikle değerlendirilmek üzere iki hakeme gönderilir. Hakemlere yazar adı, yazarlara ise hakem adı bildirilmez. Hakem raporlarından birinin olumlu, diğerinin olumsuz olması hâlinde, üçüncü bir hakeme gönderilir ve bu sonuca göre Yayın Kurulu tarafından yazıların yayımlanması hususunda karar verilir.

Dergide yayınlanan yazıların tüm telif hakları, TASAV tarafından belirlenecek telif ücretinin yazara ödenmesiyle birlikte TASAV'a geçmiş olur. Yazının tamamının başka bir yaygın organında yayınlanması TASAV'ın iznine tâbidir.

Makalelerde, kullanılan kaynakların alfabetik olarak sıralandığı kaynakçanın, dipnotların ve diğer şekil şartlarının aşağıdaki yazım kurallarına uygun şekilde hazırlanması gerekmektedir.

## Yazım Kuralları ve Biçimsel Şartlar

**1. İmla:** Dergiye gönderilen yazılar, Türk Dil Kurumu'nun Yazım Kılavuzu'na (kısıltmalar dâhil) uymak zorundadır. Yabancı sözcükler yerine olabildiğince Türkçe sözcükler kullanılmalıdır.

**2. Başlık:** Başlık, içerikle uyumlu olarak en çok 10-15 sözcükten ibaret tamamen büyük harfle, koyu (bold) ve 12 punto olmalıdır. Ara başlıklar, bölüm başlıklar ve alt başlıklar sadece ilk harfleri büyük olacak şekilde, 11 punto ile koyu yazılmalıdır.

**3. Yazar adı ve adresi:** Makale yazarı, ad ve soyadı ile unvanını yazı başlığının altına (\*) işaretini belirterek yazılmalıdır. Bu işaret, dipnotta gösterilecek, makale yazarının kurumu ve unvanı yazılacaktır. Herhangi bir kurumda görev yapmayan yazarlar, konumuna uygun sıfatları kullanmalıdır: Araştırmacı, yazar vb.

**4. Özet ve anahtar sözcükler:** Makalelere Türkçe özet ve anahtar kelimeler ile İngilizce özet (*abstract*) ve İngilizce anahtar kelimeler (*keywords*) eklenmelidir. Özetler 100 kelimeyi aşmamalı, anahtar kelimeler beş adetle sınırlandırılmalıdır.

**5. Ana metin:** Yazılar, Times New Roman tipi ile 12 punto büyüklüğünde ve 1,15 satır aralığıyla yazılmalıdır. Alıntılar italik harflerle ve tırnak içinde verilmeli; beş satırdan uzun alıntılar ise satırın sağından ve solundan birer santimetre içeride, blok hâlinde ve tek satır aralığıyla yazılmalıdır.

**6. Sayfa Numarası:** Yazılara sayfanın sonunda düz sayılarla (1,2...) numara verilmelidir.

**7. Kaynak gösterme:** Metin içinde yapılan göndermeler soyadı, basım yılı, gerektiğinde sayfa numarası parantez içinde belirtilmelidir: (Özbay 2010), (Özbay 2010: 163). Yazarın aynı yıl yayımlanmış birden çok eserine gönderme yapılmışsa (Altın 2010a Altın 2010b); birden çok kaynağa gönderme yapılmışsa (Erkin 2008, Canbel 2009) şeklinde belirtilmelidir. Birden çok yazar adı yazılmalı ve “vd” kısaltması kullanılmalıdır: (Koçak vd. 2005) Dipnotlar yalnızca açıklamalar için kullanılmalı, sayfa altında ve numaralandırılarak gösterilmelidir. Herhangi bir internet adresine yapılan göndermelerde bu adresler kaynaklar arasında verilmeli ve indirme tarihi belirtilmelidir:

**8. Kaynakça:** Yararlanılan kaynaklar, yazının sonunda “Kaynakça” bölümünde, APA 6.0 stili kullanılarak 10 punto alfabetik sıra ile verilmelidir. Örnek olarak:

**Tek yazarlı kitap:**

Gökalp, Z. (1997). *Türkçülüğün Esasları*. İstanbul: İnkılap Kitapevi.

**Çeviri kitap:**

Hoy, W. K. ve Miskel, C. G. (2010). *Eğitim Yönetimi*. (Çev. S. Turan), Ankara: Nobel.

**İki yazarlı kitap:**

Kıran, Z. ve Kıran, E. (2001). *Dil Bilimine Giriş*. Ankara: Seçkin Yayınları.

**Üç yazarlı kitap:**

Andıç, F., Andıç, S. ve Koçak, M. (2010). *İbn Haldun: Hayatı ve Eserleri Üzerine Düşünceleri*. Ankara: Kadim Yayınları.

**Üçten çok yazarlı kitap:**

Korkmaz, Zeynel vd. (2001). *Türk Dili ve Kompozisyon Bilgileri*. Ankara: Yargı Yayınları.

**Derleme kitap içinde bölüm:**

Altan, S. (2013). “Osmanlı’ya Doğudan Bakmak: 20. Yüzyıl Dönümünde Çin’de Osmanlı Algısı ve Milliyetçilik”. *Türkiye’de Çin’i Düşünmek*. S. Esenbel, İ. Togan ve A. Atlı (Der.). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 90-115.

**Birden çok baskısı olan kitap**

Hacıb, Y. H. (2017), *Kutadgu Bilig*. (Çev. A. Çakan). 3. Basım, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

**Birden çok ciltli kitap:**

Ögel, B. (1971). *Türk Kültürünün Gelişme Çağları*. Cilt 2. İstanbul: Millî Eğitim Basımevi.

**Tek yazarlı makale:**

Sarıkaya, Y. (2014). "Ağustos 2008 Savaşı Sonrasında Gürcistan Dış Politikası". *Karadeniz Araştırmaları*, (31): 1-16.

**Yayımlanmamış tez:**

Aydın, G. (2008). *Orhan Türkoğan'ın Devlet Anlayışı*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

**Elektronik kaynak:**

Duman, B. (2017). ABD Irak'ı İran'a kaptırmak istemiyor. *Al Jazeera Türkiye*, 9 Mart 2017, <http://www.aljazeera.com.tr/gorus/abd-iraki-irana-kaptirmak-istemiyor> (Erişim: 10.04.2017).