



# BİLGİ

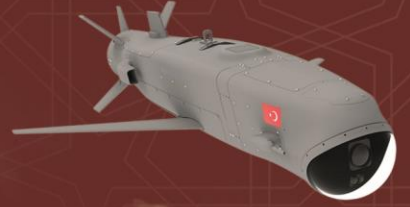


ULUSLARARASI SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ

Yıl/Year:2023 Cilt/Volume:7 Sayı/Issue:2 e-ISSN: 2602-2303

# 100

TÜRKİYE  
YÜZYILI



Ülke Ocakları  
EĞİTİM VE KÜLTÜR VAKFI

**Owner:**

Ahmet Yiğit YILDIRIM  
Ülkü Ocakları Eğitim ve Kültür Vakfı, Türkiye

**Editor:**

Assoc. Prof. Dr. Hamza KANDEMİR  
Isparta University of Applied Sciences, Türkiye

**Scientific Board**

Prof. Dr. Ruhi ERSOY	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr. Nevzat AYPEK	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr. Derviş BOZTOSUN	Kayseri University
Prof. Dr. Muhammet KOCAK	Gazi University
Prof. Dr. Sefa LÖK	Selçuk University
Prof. Dr. Yalçın SARIKAYA	Giresun University
Prof. Dr. İlyas TOPSAKAL	İstanbul University
Prof. Dr. Yavuz ERİŞEN	Yıldız Teknik University
Prof. Dr. Kürşat ÖZDAŞLI	Burdur Mehmet Akif Ersoy University
Prof. Dr. Celal TAŞDOĞAN	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr. Yücel ÖKSÜZ	Ondokuz Mayıs University
Prof. Dr. Yılmaz YEŞİL	Gazi University
Assoc. Prof. Dr. Ceyhun YÜKSELİR	Osmaniye Korkutata University
Assoc. Prof. Dr. Hasan Kazım KALKAN	Gazi University
Assoc. Prof. Dr. Cengiz TAŞKIRAN	Muş Alparslan University
Assoc. Prof. Dr. Alparslan KARABULUT	Bolu Abant İzzet Baysal University
Assoc. Prof. Dr. Emine ÇELİKSOY	Çankırı Karatekin University
Assoc. Prof. Dr. Mehmet Barış YILMAZ	İnönü University
Assoc. Prof. Dr. Tuba TOMBULOĞLU	Mersin University
Assoc. Prof. Dr. Gencay KARAKAYA	İstanbul Ticaret University
Assoc. Prof. Dr. Onur Kemal YILMAZ	Bandırma Onyeddi Eylül University
Assoc. Prof. Dr. Sinan GÖKDEMİR	Çanakkale Onsekiz Mart University
Asst. Prof. Dr. Bahadır Bumin ÖZARSLAN	Hacettepe University
Asst. Prof. Dr. Agah Kürşat KARAUZ	Akdeniz University
Asst. Prof. Dr. Halil İbrahim KAYA	Sivas Cumhuriyet University
Asst. Prof. Dr. Aybüke YALÇIN	Ankara Hacı Bayram Veli University
Asst. Prof. Dr. Ali ARI	İnönü University
Asst. Prof. Dr. Kürşat KORKMAZ	Kırıkkale University
Asst. Prof. Dr. Cemil Doğaç İPEK	National Defence University
Dr. Ergin KALA	University of Prizren

**Technical Editor:**

Asst. Prof. Dr. Abdullah BERAM  
Pamukkale University, Türkiye

**Layout Editor:**

Ömer YILDIZ  
Ülkü Ocakları Eğitim ve Kültür Vakfı, Türkiye

Asst. Prof. Dr. Serkan ÖZDEMİR  
Isparta University of Applied Sciences, Türkiye

**Contact:**

Ülkü Ocakları Eğitim ve Kültür Vakfı,  
Nasuh Akar Mahallesi 1401. Sokak No: 17, 06520 Çankaya/Ankara, Türkiye

**Web:** [dergipark.org.tr/busad](http://dergipark.org.tr/busad)  
**E-mail:** [busad@ulkuocaklari.org.tr](mailto:busad@ulkuocaklari.org.tr)

**İmtiyaz Sahibi:**

Ahmet Yiğit YILDIRIM  
Ülkü Ocakları Eğitim ve Kültür Vakfı, Türkiye

**Editör:**

Doç. Dr. Hamza KANDEMİR  
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Türkiye

**Bilim Kurulu**

Prof. Dr. Ruhi ERSOY	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Nevzat AYPEK	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Derviş BOZTOSUN	Kayseri Üniversitesi
Prof. Dr. Muhammet KOCAK	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Sefa LÖK	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Yalçın SARIKAYA	Giresun Üniversitesi
Prof. Dr. İlyas TOPSAKAL	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Yavuz ERİŞEN	Yıldız Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Kürşat ÖZDAŞLI	Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Prof. Dr. Celal TAŞDOĞAN	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Yücel ÖKSÜZ	Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Prof. Dr. Yılmaz YEŞİL	Gazi Üniversitesi
Doç. Dr. Ceyhun YÜKSELİR	Osmaniye Korkutata Üniversitesi
Doç. Dr. Hasan Kazım KALKAN	Gazi Üniversitesi
Doç. Dr. Cengiz TAŞKIRAN	Muş Alparslan Üniversitesi
Doç. Dr. Alparslan KARABULUT	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Doç. Dr. Emine ÇELİKSOY	Çankırı Karatekin Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet Barış YILMAZ	İnönü Üniversitesi
Doç. Dr. Tuba TOMBULOĞLU	Mersin Üniversitesi
Doç. Dr. Gencay KARAKAYA	İstanbul Ticaret Üniversitesi
Doç. Dr. Onur Kemal YILMAZ	Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Sinan GÖKDEMİR	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Bahadır Bumin ÖZARSLAN	Hacettepe Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Agah Kürşat KARAUZ	Akdeniz Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Halil İbrahim KAYA	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Aybüke YALÇIN	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ali ARI	İnönü Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Kürşat KORKMAZ	Kırıkkale Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Cemil Doğaç İPEK	Milli Savunma Üniversitesi
Dr. Ergin KALA	Prizren Üniversitesi

**Teknik Editör:**

Dr. Öğr. Üyesi Abdullah BERAM  
Pamukkale Üniversitesi, Türkiye

**Mizanpaj Editörü:**

Ömer YILDIZ  
Ülkü Ocakları Eğitim ve Kültür Vakfı, Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Serkan ÖZDEMİR  
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Türkiye

**Adres:**

Ülkü Ocakları Eğitim ve Kültür Vakfı,  
Nasuh Akar Mahallesi 1401. Sokak No: 17, 06520 Çankaya/Ankara, Türkiye

**Web:** dergipark.org.tr/busad

**E-mail:** busad@ulkuocaklari.org.tr

**BILGE INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE**  
**BİLGE ULUSLARARASI SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ**

**VOLUME/CİLT: 7    ISSUE/SAYI: 2    2023    e-ISSN: 2602-2303**

A peer reviewed journal, published biannually by  
Ülkü Ocakları Eğitim ve Kültür Vakfı.

Yılda iki sayı olarak yayınlanan uluslararası hakemli bir dergidir.  
Ülkü Ocakları Eğitim ve Kültür Vakfı tarafından yayınlanmaktadır.

Year/Yıl: 2023, Volume/Cilt: 7, Issue/Sayı: 2

The journal is indexed in ROAD, Google Scholar, DRJI, ASOS Index, CiteFactor, ACARINDEX and ResearchBib.  
Dergimiz ROAD, Google Scholar, DRJI, ASOS Index, CiteFactor, ACARINDEX and ResearchBib’de taramaktadır.



CONTENTS / İÇİNDEKİLER

Araştırma Makaleleri / Research Articles

- TEKNOLOJİ VE TOPLUM BİRLİKTELİĞİNİ ANLAMLANDIRMAK ÜZERE  
'MİTİK, FELSEFİ, SOSYOLOJİK YAKLAŞIMLARI' DİKKATE ALMAK /  
CONSIDERING 'MYTHIC, PHILOSOPHICAL AND SOCIOLOGICAL  
APPROACHES' IN ORDER TO MAKE SENSE OF THE COEXISTENCE  
OF TECHNOLOGY AND SOCIETY  
*Aylin Karahasan* ..... 64-80
- PSİKOSOSYAL GELİŞİMİN EGZERSİZE DAYALI ETKİLERİNİ DEĞERLENDİRME;  
GENÇLİK VE SPOR ETKİNLİK ÖLÇEĞİ (GSEÖ) TÜRK KÜLTÜRÜNE UYARLANMASI /  
ASSESSMENT OF EXERCISE-BASED EFFECTS OF PSYCHOSOCIAL DEVELOPMENT  
YOUTH AND SPORTS ACTIVITY SCALE (GSEO) ADAPTATION TO TURKISH CULTURE  
*Mehmet Bilgi Medeni, Zekeriya Göktas* ..... 81-90
- TÜRK HUKUKU VE İNGİLİZ İÇTİHAH HUKUKUNDA ANONİM ŞİRKETLERDE FİİLİ  
ORGAN SORUMLULUĞUNUN TESPİTİNDE KULLANILAN UNSURLAR /  
ELEMENTS USED IN THE DETERMINATION OF RESPONSIBILITY OF THE DE FACTO  
ORGAN IN JOINT STOCK COMPANIES IN TURKISH LAW AND ENGLISH CASE LAW  
*Rasim Can Çakır* ..... 91-104
- ÖĞRENCİLERİN METİN DİL BİLİM VE METİNSELLİK ÖLÇÜTLERİNE YÖNELİK  
GÖRÜŞLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME /  
AN EVALUATION ON STUDENTS' OPINIONS TOWARDS TEXT LINGUISTICS  
AND TEXTUALITY CRITERIA  
*İsmet Çetin, Serap Karademir* ..... 105-115
- HASTANE YÖNETİCİLERİNİN KURUMSAL KİMLİK KAVRAMINI  
ALGILANMALARI ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA  
A QUALITATIVE RESEARCH ON HOSPITAL MANAGERS' PERCEPTION  
OF THE CONCEPT OF CORPORATE IDENTITY  
*Mehmet Cengiz, Mustafa Zihni Tunca* ..... 116-123
- TÜRKİYE CUMHURİYETİ'NİN 100. YILINDA TURİZM /  
TOURISM IN THE 100TH ANNIVERSARY OF THE REPUBLIC OF TURKEY  
*Ayşe Durgun Kaygısız* ..... 124-133
- "KÜRESEL MARKA" ve "ULUSLARARASI REKABET" AVANTAJI  
DENİZLİ TEKSTİL SEKTÖRÜ ARAŞTIRMASI/  
"GLOBAL BRAND" and "INTERNATIONAL COMPETITIVE" ADVANTAGE  
DENİZLİ TEXTILE INDUSTRY RESEARCH  
*Murat Alkın, Nurdan Kuşat* ..... 134-143

## TEKNOLOJİ VE TOPLUM BİRLİKTELİĞİNİ ANLAMLANDIRMAK ÜZERE ‘MİTİK, FELSEFİ, SOSYOLOJİK YAKLAŞIMLARI’ DİKKATE ALMAK

Aylin Karahasan<sup>1\*</sup> 

**Özet:** ‘Teknoloji, sadece toplumu biçimlendiren ‘dışarıdan’ bir öge değil, onunla birlikte biçimlenen; toplum ile birlikteliğinin toplumsal düzeni var ettiği, ‘toplumsal’ bir ögedir de... Sosyoloji disiplininin sıklıkla ifade ettiği gibi, bir sayısal toplamdan daha fazlası olan ‘toplum’ da, öznel ve nesnel nitelikleri ve bu niteliklerin birbiriyle etkileşimi üzerinden bir değerler ve yöntemler sisteminin biçimlenmesi hasebiyle - bir yönüyle- ‘teknik/teknolojik’ niteliktedir. Teknoloji’nin ve toplumun birbirlerine, birbirlerinin niteliğini yansıtarak, ‘birlikte’ artı değer üreterek konumlanmaları söz konusudur. Araştırmacı, bu çalışmada, teknoloji ve toplum birlikteliğini anlamlandırmak üzere, ‘mitik felsefi sosyolojik yaklaşımların’ ‘birlikte’ dikkate alınmasını önererek; bir çözümleme denemesi yapmaktadır. Birbirine yakın olan bu yaklaşımlar, aralarındaki kökensel bağ ve arkaik arka plan dikkate alınmadıkça, birbirlerinden uzak düşmektedirler ve böylelikle toplumsal gerçekliğin anlamlandırılmasında gereğince işe koşulamamaktadırlar. Aksi durumda, toplumsal gerçekliğin nasıl üretildiğine dair derinlikli bir çözümlemeye gidilmesi ve yine toplumsal gerçekliğin insanın varoluş hikâyesi ve hakikatle ilişkisini anlamlandırabilmek adına değerli bir katkı sunulabilmesi mümkün olabilecektir. Teknoloji ve toplum birlikteliğinin, bu hikâyenin tam da merkezinde duruyor olmasının gözden kaçırılmasının, söz konusu yaklaşımların işlevselliklerinden koparılmış olmalarıyla ilgisi fark edildiğinde, günümüz dünyasında, ‘tanrılardan çalınarak insanlara getirilen ateş’i konu edinen Prometheus mitosunun -adeta-rövanşıyla karşı karşıya olduğumuzun fark edilmesi de olasıdır. Ayar’ın<sup>1</sup> muhatabı olan insan’ın/özne’nin, varoluşsal işleyişi fark etmesiyle birlikte hikâyenin bütününe dair bir yeniden anlamlandırmaya gitmesinin niteliği, gerçekliğin hakikatin eleğinden geçirilmesini sağladıktan başka, kendisinin varoluşunu tehdit eden unsurlardan arınmasını da getirmiş olacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Teknoloji, toplum, ‘teknoloji ve toplum birlikteliği’, ‘mitik, felsefi, sosyolojik yaklaşımlar’, ayar, insan/özne

## CONSIDERING ‘MYTHIC, PHILOSOPHICAL AND SOCIOLOGICAL APPROACHES’ IN ORDER TO MAKE SENSE OF THE COEXISTENCE OF TECHNOLOGY AND SOCIETY

**Abstract:** Technology is not just an external element that formates society but also it’s a social element that is formated together with society and in which it’s coexistence with society creates the social order. As the discipline of sociology often expresses, society which is much more than a numerical sum is technical/ technological in that it creates a system of values and methods through the interaction of it’s objective and subjective elements. It is in question that

\* Bu makale, araştırmacının “ Teknoloji ve Toplum Sarmalında 4.Sanayi Devrimi Bağlamında Sosyal Gerçekliğin İnşası” adlı doktora tezi çalışmasının bir bölümünden faydalanılarak ve ayrıca farklı bir yaklaşım da geliştirilerek; ‘bir deneme niteliğinde’ hazırlanmıştır.

\*\* A. Karahasan, AHBV Üniversitesi Sosyoloji Anabilim dalı, Sosyoloji Bölümü doktora öğrencisidir. (aylinkarahasan69@gmail.com)

<sup>1</sup> Ahmet Hamdi Tanpınar’ın “*Saatleri Ayarlama Enstitüsü*” ( 1654/1961) romanı, araştırmacının çalıştığı konu hakkında sorgulamasına öncülük eden kaynaklardan başlıcasıdır. “*Saatin kendisi mekân, yürüyüşü zaman, ayarı insan’dır.*” Bu değerli hakikati, Tanpınar, romanında bir muvakkit ustası karakteri üzerinden dile getirmiştir.

technology and society are positioned together by producing ‘surplus value’ while reflecting their qualities to each other. The researcher, in this study makes an analysis attempt by suggesting to consider the mythic, philosophical and sociological approaches in order to make sense of the coexistence of technology and society. These approaches, which are close to each other, have diverged from each other unless the essential connection and the archaic background between themselves are taken into account and thus they can not be used adequately in the interpretation of social reality. Otherwise, it will be possible to make a precious contribution to go a profound analysis about how social reality is produced and also to make sense for the correlation of the social reality with the story of human existence and the truth itself. When it’s realized that there’s a relevance between the overlooked fact that the technology and society coexist at the very centre of the story and the aforementioned approaches were detached from their functionality; it can be probably realized also that we’re facing a rematch of the myth of Prometheus which’s subject to the fire stolen from gods and then brought to humans. The quality of going to the re-meaning of the whole story by realizing the existential harmony of the human who is the addressee of the setting<sup>2</sup> -then- will have provided the sifting of the reality through the sieve of the truth, as well as it’ll have brought the purification of the elements that have been threatening his/her existence.

**Keywords:** technology, society, ‘co-existence of technology and society’, ‘mythic, philosophical, sociological approaches’, setting, human/subject

---

<sup>1</sup>**Adres:** Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi. Ankara, Türkiye

\* **Sorumlu Yazar:** aylinkarahasan69@gmail.com

**Atıf:** Karahasan, A. (2023). Teknoloji ve Toplum Birlikteliğini Anlamlandırmak Üzere ‘Mitik, Felsefi, Sosyolojik Yaklaşımları’ Dikkate Almak. *Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(2): 64-80.

---

---

<sup>2</sup>“ Saatleri Ayarlama Enstitüsü”(1954/1961) /“*The Time Regulation Institute*”, novel of Ahmet Hamdi Tanpınar is one of the main sources that lead the researcher to question about the subject she’s working on. “ *The clock itself is space, it’s walking is time, human is it’s setting.*” He expresses this precious truth through the character of a time keeper master in his novel.

## 1. Giriş

*“Tekerleği kullanmayan büyük toplumlar oldu.. ama hikâye anlatmayan hiçbir toplum olmadı..”<sup>3</sup>*

U. L. Guin<sup>4</sup>

Guin, bu sözleriyle toplumların adeta ‘olmazsa olmaz’ etkinliğini, “hikâye anlatmaları” diye vurgularken, bizce, modern toplumun ön yargılarını / kabullerini sarsmak istemektedir ve toplumların kökenindeki mitik yapının varlığına dikkat çekmektedir. Fromm’a göre ‘mit’, ilkel toplumların fantastik bir ürünü değil, geçmişten günümüze kadar gelen insana dair değerli ürünleri yansıtan bir veri kaynağıdır; mit’lerle kendini özdeşleştirerek insan, kökeniyle bağlantı kurmaktadır (Fromm, 2014: 212, akt. Karacoşkun, 2006: 92, akt. Göcen, 2018:228).

İnsan, doğası gereği; deneyimlerinden, ilişkilerinden bir anlam çıkarır ve bunu yaparken de temel argümanı, hikâyelerdir (Randall, 2014: 15, akt. Göcen, 2018: 270). Mit, insan ve toplumlar için gerçekliklerin anlamlandırılması sürecinin başlangıcını oluşturmuştur. İnsanların hayatlarını hikâye etme biçimleri doğrudan kendilerini ve dünyayı algılama biçimlerini yansıtır. Mitlerin kozmolojiyi kullanması, dünyayı nesnel bir biçimde betimlemekten ziyade, kaostan kozmosa geçişin arındaki süreci anlamlandırmasına (Eliade, 1990:80, Can,1994:5, akt. Göcen, 2018:270) insanın kaosa mücadelesine, düzen arayışına dair bir temsili çıkarım yapma ve işin içine varoluşsal bir anlam katma ihtiyacından kaynaklanmaktadır. Bu durum, doğa düzeninin yerine tasarlanmış bir düzen getirme veya bu düzene bir ekleme yapma işi olan kültür’e de gönderme yapmaktadır. Kültür, Baumann’ın işaret ettiği gibi düzen açısından kaos görünen her şeyle mücadele de etmektedir; kültür, düzeni getirmekle kalmayıp ona değer de verir; -insanlık tarihinde-, bilim ve teknolojinin gelişmesiyle ‘doğal’ olan olgulara dair manipülasyon alanlarının genişlemesi, söz konusu bu ekleme işine; sonrasında yeni düzene dair değer verme işine ve yine böylelikle kültüre dair alanın ve anlamın genişlemesine işaret etmektedir (Bauman, 2009:160-161,164).

Eliade’ye göre, modern insan için de, arkaik insan için de ‘neden- sonuç ilişkisi’ bir dogmadır; modern insan için ‘en temel’ olan bu ilişki, arkaik insan için ise ‘en kutsal’dır, aralarındaki büyük farklılık ise ‘kutsal’ın kabulü’ noktasındadır (Eliade, 2003: 53, akt. Göcen, 2018: 270).

Anlam ve bilgi söz konusu olduğunda, modern insan için gizli güç/ler fikri kesinlikle reddedilmesi gerekli bir olgudur; bu ilk/arkaik ve son/modern insanın hayata bakışını keskin bir biçimde farklılaştıran noktalardan başlıcasıdır. Nedeni açıklanamayan ilişki, etkileşim ve tesadüfler; modern düşüncenin bilinçli ve özenli

planlamalarına uygun değildir; modern düşüncenin mantığına ters oldukları için de bu düşüncenin hakimiyetinde küçümsenirler. Halbuki ilk/arkaik insanın denetlemez güce olan inancı, Jung’a göre varsayılı geldiği gibi “hiç yoktan kaynaklanmaz” aksine -bu inanç ve yönelim-, kendi yaşam deneyimleriyle de temellendirilmiş olduğundan, -arkaik insan için- makbuldür (Jung, 1993: 12-15, akt. Göcen,2001: 270).

Aslında, hikâyesiz de, teknik’siz de bir toplum olmamıştır. Teknik, insanın, varoluşuna, yaşamına ve bu yaşamın toplumsal niteliğine bir yön, yol, yöntem ve artı değer katmasıyla yakından ilişkilidir. Arkaik toplumlarda sözlü veya yazılı mitik hikâyelere aktarılan toplumsal yaşam deneyiminde, tekniğe ait bir iz bırakılmamış olması düşünülemez; kaldı ki; insanın anlam arayışı ve anlamlandırma ihtiyacının izdüşümü olarak ‘hikâyeye aktarım’ da, bir teknik içermektedir.

Tekerleği kullanmasa da, bir toplum, araç-gereçsiz, üretimsiz, yöntemsiz yani teknik bilgi’siz hiç olmamıştır. Teknoloji’nin, teknik kavramına dayanan etimolojik/anlambilimsel kökeninde “tekne/techne” ile karşılaşmakla, tekniğin, hem nesnel nitelikte bir zihinsel faaliyete, yeteneğe ve el becerisine, hem de üretilen nesnelere birlikte üretim sürecinin -aktarıma hazır- ustalık/yöntemler bilgisine işaret ettiğini fark etmek mümkündür. Bir ‘şey’i üretmeye eşlik eden ‘ustalık bilgisi’, o üretimin, bünyesinde tekniği barındırmasıdır. Bir ‘şey’in nasıl üretildiği ve nasıl geliştirilerek yeni üretimlere gidildiği, işin içine “tekniğin katılması” ve yine tekniğin gelişmeye ve ‘geliştirilme’ye açık olması’ anlamına gelir.

Ateş’i keşfeden, sonra ateş’te eli yanmasını diye maşa’yı icat eden, sonra aynı ateşte demiri döven, çok sonraları demiri farklı işlemlere tabi tutarak çeliğe dönüştüren insan’ın farklı coğrafyalarda veya kültürlerde büyük insanlık hikâyesine -mitik anlatılarla aktardıkları-; -ateş elementi ile iletişimde olduğu gibi- büyük ölçüde tekniğin gelişimi ve geliştirilmesi ile ilgilidir.

Jung, “her modern insanın, gelişmiş bilinçliliğine rağmen psişesinin derinliklerinde hala arkaik bir insan olduğundan (Jung, 1999: 18, akt. Göcen, 2018: 205)” bahsetmektedir. Jung, arkaik insanın kendisini, onu çevreleyen doğadan ve evrenden ayrı görmediğine dikkat çekmektedir; arkaik insan için ‘hakikat’ bütündür; her şeyin bir nedeni olduğunu bilir; nedenlerde varoluşsal bir uyum arar; bu uyumla karşılaşan modern insan için ‘tesadüf’ olan şey, arkaik insan için hesap edilmiş, planlı bir niyetin işidir (Göcen, 2018: 205).

Günümüzde, teknoloji ve toplum biraradalığının olanakları ile müthiş bir gelişme dönemi yaşayan insanlık, aynı biraradalığın, insan’ın varoluşunu ve etik değerlerini tehdit edebildiğinin görülmeye başlandığı bir dönemi de aynı zaman diliminde deneyimlemektedir. ‘Endüstrileşmiş bir teknoloji’de sadece teknolojik öğeler değil, teknolojiyi kullanan insan da -adeta- bir meta olarak görülmektedir. Teknoloji’nin insan’ı ve toplumları, sadece nitelikli kullanım yönüyle geleceğe taşıyabilmesi için, günümüzdeki mevcut durumun “ayar’ın muhatabı olan insan/özne” tarafından sorgulanmasının elzem olduğu gözükmektedir. Şimdi’nin ve geleceğin dünyasının nasıl bir hikâye ile anlatıldığı, sosyal gerçekliğin nasıl inşa edildiği ve algılandığı ile ilgilidir. Yakın zamanda ‘eyleyen/actant

<sup>3</sup> Ursula L.Guin’in bu sözü, Göcen’in ‘Psikoloji, Mit ve Din’ (Göcen,2018:222) adlı kitabında yer almaktadır.

<sup>4</sup> Ursula L.Guin, kurgu, roman, deneme, şiir, senaryo, çeviri, çocuk edebiyatı gibi birçok alanda eserler vermiş Amerikalı yazar ve edebiyat çevirmenidir.



(Latour, 2001: 145, akt. Adaş, Erbay : 2021: 106) olarak görülmeye başlanan teknoloji ile meta olarak görülmeye başlanan insan'ın bu konumlanmaları anlamlandırılmalıdır. Birey, özne, fail/eyleyen olan insan'ın 'okumasında derinleşmesiyle' hikâyenin anlatılması/yazılması, geleceğe taşınması revize edilebilmelidir. Mitik, felsefi ve sosyolojik yaklaşımların birlikteliğinde, teknoloji ve toplum biraradallığını anlamlandırma gayretinin, bu gerekliliğe katkı sunması imkânı değerlendirilmelidir.

## 2. Tekne'den Tekniğe..Teknik'ten Teknoloji'ye..

Antik dönemin öncü düşünürlerinden Aristo'nun temel öğretisinde, bilimlerin; *'poetik, pratik/praksis ve teorik'* olarak üçlü sınıflandırılmasından<sup>5</sup> başka; bilgi düzeyleri ise *'emperia'*, *'tekhne'*, *'sophia'* ve *'episteme'*<sup>6</sup> olarak belirtilmekteydi. Aristo'ya göre *'emperia'*, deneysel bilgi düzeyidir, deneyimlenerek kazanılmaktadır; *'tekhne/techne'* ise öğretilen, aktarılabilen bilgi düzeyine işaret etmektedir (Canca, 2022). Türkcan, *'teknik'* teriminin eski Grek dilinde *"bir iş, bir nesne yapmak, el zanaatı, gündelik hayata ilişkin pratik işler"* anlamındaki *'tekhne/techne'* kökünden geldiğini belirtmektedir (Türkcan, 2016: 58).

"Tekne bilgi düzeyi" öğretilen/ aktarılabilen bir bilgi düzeyine işaret ediyorsa, "bilgi" pratiğe/ uygulama alanına geçmiş olmalıdır ancak, *'tekhne'*nin aktarılabilen bilgi olması için öncesi üretim sürecine ilişkin *'poiesis'*le bağlantısı olmalıdır. Heidegger, *'tekhne'*nin 'varlığa getirme' yani *'poiesis'* ile bağlantısı olduğuna işaret ederken, Platon dönemine kadar, *'episteme'* ile *'tekhne'*nin, "bilme" anlamına geldiğinden, Aristo'nun *'episteme'* ile *'tekhne'* arasında ayırım yaparak, *'tekhne'*yi *'aleteuein'*<sup>7</sup> biçimi ile ele aldığından bahsetmektedir. Heidegger'e göre, *'teknik'* bir *"varlığa getirme biçimi"* olarak kavranabilmelidir (Dağ, 2012: 38-50) ancak bu kavrayış imkânına söz konusu felsefi ayırımdan dolayı ve metafizik dikkatlerin var edilenlere yönelmesi sonucu sekte vurulmuştur.

Teknik, üretimin biçimlenmesinde izlenen yöntemin bilgisidir; ve üretim bilgisinin pratiğe döküldüğü, 'işlem' olarak izlendiği bir sürecin de bilgisidir. Her yeniden üretim sürecinde teknik aktarılmaktadır, bir yandan da geliştirilmektedir. Bu da, bilimlerden pratiğin/ praksis'in 'tekhne/tekhne bilgi düzeyinden', 'teknik'e yansıtılmasıdır.

Nisanyan Sözlüğü'nde, teknik kelimesinin etimolojik kökeninde, *'techne/tekhne'* kelimesinin olduğu, *'tekhne'*nin eski Yunanca'da, *τέχνη τέχνη*; Hint-Avrupa dil öbeğinde

<sup>5</sup>Aristo'ya göre poetry( poiesis'ten: üretim)kendisinden farklı bir şeyi imal etmeye çalışan bilim çeşididir. Pratik (praksis) ise, bilimin amacı, kendi kendisine uygulanmasıdır. Teorik bilgi, diğer iki bilimin karışımıdır, kendisi dışında bir şey çıkararak, üreten bilgidir; teorik, pratikten daha üstündür, uygulamak için başka araçlara ihtiyaç yoktur. Aristo için mantık (organon) ise bilimlerin uygulanması için yardımcı bir unsur niteliğindedir. ( Canca: 2022) *"Arkaik Düşüncenin Temelleri ve Felsefe Notları"* adlı henüz yayınlanmamış çalışmasından

<sup>6</sup>Sophia (saf akıl/ nous), nedenselliği kavrayan bilgi düzeyi iken, episteme ise nedenselliği bilmekle ilgili en yüksek bilgi düzeyidir. Sophia, sezgisellikle bağlantılı nedenselliğin kavranılması, episteme ise nedenselliğin bilinmesidir (Canca, 2022). *"Arkaik Düşüncenin Temelleri ve Felsefe Notları"* adlı henüz yayınlanmamış çalışmasından

<sup>7</sup>'aleteuein': alet kelimesinin kökeni

(yazılı örneği bulunmayan) *tekh-sneh (tekh-snā)* olarak yer aldığı; marangozluk veya kumaş dokuma, yapı, duvar ustalığı ve/veya sanat anlam/larına geldiği; '-ik-' ekiyle türetilerek teknik kelimesine/ kavramına evrildiği belirtilmektedir.

Azerbaycan Bakü Üniversitesi'nden Kerimova ve Aliyeva, eski Yunan'da Aeschylus'un işaret ettiği *'tekhne'*nin, 'zanaat, hüner, yetenek' gibi anlamlara geldiğini; teknoloji üzerine sonradan ifade edilen anlamların bu yorumun üzerinde yoğunlaşarak çeşitli biçimler almış olduğunu dile getirmektedirler. Kerimova ve Aliyeva, teknoloji'nin anlam olarak *"insan zekâsıyla, nesnenin hareketini bütünleştiren nesnel bir değere"* karşılık geldiğini (Kerimova N. ve Aliyeva K., 2016: 196) belirtmektedirler.

## 3. Homo-faber'den Homo-teknikus'a..

'Dijital' kavramının henüz kullanılmadığı, ancak elektronik-sibernetik kavramlarının öne çıktığı 20. yy başlarında/ortalarında, elektronik- sibernetik çağının yeni insan'ı, Lefebvre'in (1971) terimiyle *'sibernantropos'*dur ve Lefebvre'ye göre, düşünmeye çok da gerek duymayan bu insan, -artık 'sapiens' likten uzaklaşmaktadır-; özgürlüğünü değil, robotik unsurlarla donanmış kusursuz bir sistemi tercih ederek, bu sisteme uyumlanmaya hazırlanmaktadır (Güngören, 1998: 25).

*"The Story of homo- technikus"* başlıklı yazısında ise Mahendra, ilk defa Weerasinghe'nin (2003) literatürde kullandığı *"homo technikus"* kavramına işaret etmektedir. İnsanın biyolojik evriminden başka, sosyal evriminin ancak Sanayi Devriminden sonra ilgi uyandırdığını dile getiren Weerasinghe'a göre, Marks'ın, kendi iş gücüne yabancılaşan çalışan insan'ından daha da farklı bir yabancılaşma içine, post-sanayi döneminden sonra, enformasyon çağıyla girilmiştir; dijital konfor ve rahatlık alanı içinde *'dijital insan'* ise kendisine yabancılaştığından bile habersizdir (Mahendra, 2021:1).

Homo faber'in/alet üreten ve kullanan insan'ın söz konusu bu niteliğini kazanmasından sonra, akıl yürütmesinin, teknik ve yöntem geliştirmesinin ona *'homo technikus'* niteliği kazandırdığı söylenmelidir. 'Homo technikus'u' "homo faber" ile birlikte anlamlandırmak istesek şöyle diyebilirdik:

*"araçları/alet edavatı üretmekle kalmayıp, üretime ve kullanma biçimini geliştirebilen; sistematik akıl yürütmeyi devreye alan ve böylelikle üretim sürecini de biçimlendirilebilen ve bu biçimlendirmeyi üretilen nesneye, nesneyle birlikte sisteme ve hepsini de sistemin bilgisine katan ve tecrübe eden insan"...*

Homo technikus ile, insan'ın homofaber niteliğine 'akıl yürüten ve teknik geliştiren insan' niteliği eklenmiştir ve böylelikle gerçekliği inşa eden insanın ortaya çıkmasına doğru bir tekamül sürecine girilmiştir. İnsan, aslında nesnel dünyasını inşa etmeye başladığından itibaren bir 'homo technikus'u bünyesinde barındırmaktaydı.

İnsan'ın nesnel dünyasını inşa'sından başka nesnel düşünmesinin de, iş'in içine katılması ve bu anlamda bir aşama kaydedilmesi, Prometheus mitosu ile ilişkilendirilir. İnsanlığa getirilen ateş ile, insanın yeni bir zihinsel bilinç/enerji ile aktive olunmasına işaret edilmektedir. Bu durum, eski bilgelik öğretilerinde küllerinden yeniden doğan *'phoniks (phoenix)'* kuşuyla da temsil edilmektedir.

Bu yeni bir yapılanma sürecidir; bu süreçte, bilinç düzeyinin yükselmesi, potansiyel yeteneklerin ortaya çıkarılması, bilginin, yeteneğin harekete geçirilmesi, yeni bir istikamet üzere sistemin kurulması söz konusudur (Canca, 2022).

Günümüzde ise ‘dijital insan’ ve/veya ‘teknolojik insan’ tanımlarıyla karşılaşılması homo teknikus’un hikâyesinin içinde -teknolojiye bağımlı veya teknoloji tarafından baskılanmış insana gönderme yapması anlamında- indirgenmiş bir betimleme gibidir. Bu betimlemeler, teknik insanın akıl yürütme sürecinden yalıtılmış, üretilen ve kendisine sunulan gerçeklik algısıyla yetinen, teknolojiye ve dijital dünyaya bağımlı bir duruma gelmesine gönderme yapmaktadır. Bu tehlikede, yabancılaşmadan ziyade yabancılaştığının da farkında olmama durumu üzerine elbette düşünülmelidir. Homo teknikus’un hikâyesi ise daha derindir ve ‘yeni bir farkındalık’la okunmalı ve anlamlandırılmalıdır.

#### 4. ‘Teknoloji’nin Evrimi’ : Hikâyede Tekerlek’in ve Tekerlekli Taşıtların Anlattıkları

Basalla’nın, teknolojik gelişimi açıklamak için önerdiği ‘teknolojik evrim kuramı’, ‘çeşitlilik, süreklilik, yenilik ve ayıklanma’ kavramları üzerine temellendirilmektedir. Basalla’ya göre insan tarafından üretilen kurgu dünya, temel insani ihtiyaçların karşılanması için gereklilikten çok daha fazlası olan “ürünlerin çeşitliliğini” içermektedir. Basalla, bu ihtiyaçların sürekli değişmesi ve toplumsal refah düzeyi ile ilgili algılamının kültürel bağlamda ve değerler sistemi temelinde yinelenmesi bağlamında, teknolojinin gelişim ve/veya yenilenme sürecinin ‘toplumsal’ olduğunu ifade etmektedir. Basalla, bu toplumsal bağlama, Bachelard’ın insanın artı değeri elde etmekle ilgili isteğinin bir itki oluşturduğu düşüncesi ile ayrıca dikkat çekmektedir; insanlar sadece ihtiyaçlarının değil, isteklerini gerçekleştirmeye dair yönelimlerinin de yaratıcılarıdır. İnsanların ürettiği en eski araçlar bile Marks’a göre, insana özgü belirgin bir “sağduyu ve anlayış düzeyini” yansıtır. Marks’ın da belirttiği gibi sadece insanlar bir aracı veya yapıyı inşa etmeden önce imgelemlerinde canlandırabilirler (Basalla, 2013:29-30). Basalla, böylece söz konusu bu itkinin ‘insanın hayal gücü’nü yansıtmaya eğilimiyle birleştiğine de dikkat çekmektedir. ‘Yenilik’, Basalla’nın Bachelard’ın işaret etmesi üzerinden dikkat çektiği gibi, artı değer yaratma itkisinin de gücüyle, insanın kurgu dünyasına bir eklemesidir; ‘çeşitlilik’ ve ‘ayıklanma’ süreci ise, çoğalma ve ürünler deposuna yeni şeyler eklenmesiyle, ürünler arasında seçim yapılması gerekliliğiyle kendini göstermektedir (Basalla, 2013: 47). Burada da, benimsenme ve yaygınlaşmaya yönelik çeşitli dinamiklerin etkisi devreye girmektedir. Basalla’nın, ihtiyacın/gereksininin belirleyiciliğini yadsımayarak ve ancak “teknolojik yeniliğin benimsenmesine” dair farklı süreçleri ve dinamikleri dikkate alarak çözümlenmeye gitmesi, süreksizlik ve süreklilik arasında bir sentez kurma çabası bakımından değerlidir.

Langaney, Clottes, Guilane ve Simonnetise, ‘İnsanın En Güzel Tarihi’ adlı eserde, nesnelere biçim veren ilk insanın bu yöneliminin, sadece merak’tan değil, insanın özünde bulunan estetik kaygı’dan kaynaklı olduğuna dikkat çekmekte; hatta bu duygunun artistik duygunun başlangıcı olduğunu dile getirmektedirler. İnsanı, diğer canlılardan ayıran “hayal gücü kapasitesidir” ve “sanat da; insanın,

gerçeği zihinsel imaja dönüştürdüğünden beri vardır”; böylece artistik duygunun doğuşu ve yine -henüz o zaman için hepten- ‘fonksiyonel olmayan eylemlerin izleri’ni bulmamız (Langaney, Clottes, Guilane, Simonnet, 2000: 54) mümkündür.

Medeniyet/ uygarlık ile ilgili insanoğlunun gelişim döngüsünde, şüphesiz ateşin keşfi ve ateş kullanılarak yapılan insan ürünü nesnelere çok daha eski zaman dilimlerine gönderme yapılarak anlatıla gelmiştir; “Prometheus’un tanrılardan ateşi çalıp insanlara getirmesi” gibi mitik aktarımlar, bu anlatımı desteklemiştir. Tekerleğin icadı da, ‘ateşin insanlara getirilmesi’, ateşin keşfi ve kullanılması- gibi medeniyetin ve yine modernitenin içinde öne çıkarılarak konumlandırılmıştır.

Özellikle ikinci Sanayi Devrimi’yle Fordist/ otomotiv üretim bandından çıkarılıp piyasaya sürülen tekerlekli/ motorlu taşıtların dünyaya döşenen otoyollar üzerinden yürütülmesinden başka, Batı medeniyeti’nin tekerleğin icadını medeniyetin biçimlendiricisi olarak motorlu taşıtlarla birlikte vurgulaması anlaşılabilir ancak tekerlek, sadece batı için değil, tüm insanlık tarihinde arkaik dünyanın döngüsellikçe dair bilgisi, formunun/ biçiminin gönderme yaptığı geometrik/matematikselsel bilgi nedeniyle de kıymetlidir ve göz önündedir<sup>8</sup>.

Tekerleğin tarih boyunca bir araç olarak nasıl kullanıldığı, tarihsel/kültürel süreçler üzerinden teknoloji ve toplum etkileşimine dair değerli ipuçları vermektedir. Örneğin, Basalla, tekerleğin bir taşıtın yürütücü olmasının; büyük ve ağır nesnelere, tahta kızakların üzerinde taşınırken, platformun hareketini kolaylaştırmak için aracın alt yüzeyine yerleştirilen silindir çubuklardan/ düzgün kütüklerden esinlenilmiş olabileceğinden bahsetmektedir. Arkeolojik kayıtlardan da izlendiği kadarıyla, mimaride, coğrafyada, astronomide tekerlek formlarına ve gezegenleri simgelediği düşünülen disk çizimlerine rastlanmıştır. İlk tekerlekli taşıtların dinsel/törenselsel amaçlarla kullanıldığını işaret eden Basalla; sonraları Mezopotamya’da ve Akdeniz havzasında savaş taşıtları olarak/ iki ve dört tekerli araçların görüldüğünü belirtmiştir. Ancak bu yönde kullanımdan sonra, bu taşıtların yük veya binek taşıtı olarak benimsenmesi ve yayılması yüzyılları almıştır ve bu da farklı coğrafya ve kültürlerde aynı anda gerçekleşmemiştir.

Basalla teknolojinin evrimi açısından şu hususa dikkat çekmek istemektedir. Tekerlekli/motorlu taşıtlar, ürünlerin ve eşyaların taşınmasını kolaylaştırmak için zorunlu olarak icat edilmemiştir; otomobilin icadı ise yine ciddi bir gereksinim ile ortaya çıkmamıştır; motorlu araç mucitlerinin ürettikleri sınırlı sayıda ilk motorlu araçların<sup>9</sup> satın alanlar tarafından bir oyuncak veya eğlence aracı olarak görülmüş olması ilginçtir; örneğin kamyon ise, ilkin; askeri ulaşım aracı olarak rağbet görmüş; sonrasında taşımacılık konusunda, yük arabalarının ve demiryolu taşımacılığının

<sup>8</sup>Tekerleğin, Doğu dünyasında Beyt’ül Hikme gibi ilim merkezlerinde, Rönesans’tan az önceki dönemden beri batı dünyasındaki rasathanelerde de gökyüzü tekerleği’nin hareketlerini izleyen ve coğrafi haritaları çizebilen ilim erbabı tarafından hem geometrik bilgi olarak, hem de çizimler/hesaplar üzerinden hep göz önünde olması ve göz önünde bulundurulması dikkat çekicidir. Tekerlek döngüye, açığa, çemberin, dairenin varlığına gönderme yapmaktadır.

<sup>9</sup> Basalla, 1895-1905 yıllarını, otomobilin dünyadaki varoluşunun ilk on yılı olarak ( Basalla, 2013) belirtmiştir

neredeyse önüne geçmiştir. Bütün dünyada eş zamanlı bir kullanıma geçiş izlenmemiştir. Basalla, motorlu taşıtlara duyulan ihtiyacın, icadın öncesinde değil sonrasında artmış olduğuna (Basalla, 2013: 19-26) dikkat çekmiştir.

Farklı sosyo-ekonomik/ kültürel etkileşimler ile benimsenme süreçlerine dair dinamiklerin piyasa şartlarını oluşturmuş olduğu ve bu taşıtlara yönelik arz- talep dengesini biçimlendirdiği anlaşılmaktadır. Teknolojik araç ve gereçlere endekslenmiş olan uzmanlık, Baumann'a göre, eskideki veya mevcut becerileri devralarak onları yenilemiş ve keskinleştirmiştir. Uzmanlıklarından faydalanılan insanlar ve piyasanın ürün sunucuları, sunulan meta'nın bizim için bir ihtiyaç olduğuna bizi ikna etmişlerdir (Baumann, 2013: 220-224). Baumann da, tıpkı Basalla gibi, yeni teknolojilerin ortaya çıkışının öncelikle kullanıcıların talebi tarafından belirlenmemiş olduğunu vurgulamışlardır.

Önceden ihtiyaç var olsun, ya da olmasın, yeni ürünler için talebin, onların piyasaya sürülüşünden sonra geldiği izlenirken, Baumann, uzmanlığın ve teknolojinin gelişmesinin, kendini hem tetikleyen, hem yetkinleştiren bir süreç olduğuna dikkat çekmektedir. Baumann'a göre ürünler de, uzmanlıklar da hayatlarımıza davetsiz girerler ancak bizim için tasarlandıklarına ikna edilen bizleri daha da özgür kılmayı vaat etmeyi unutmazlar; biz, böylece teknolojiye bağlı hale geliriz; onun imkânlarını özgürleştirici buluruz ve hayatımızı zenginleştirici olarak sevinçle karşılarız. (Baumann, 2013: 220-224).

Piyasanın bu ikna edici ve piyasa tarafından ikna oluşumuz, yenilenmeler üzerinden hep diri tutulmaktadır, süreç yenilenmekte ve piyasanın dinamikleri hep yeniden etkinleştirilip işe koşulmaktadır.

Bir icadın öne çıkması, sınırlı sayıda piyasaya arz edilmesi ve sınırlı bir çerçevede benimsenmesi, sonra işlevinin fark edilerek ve/veya işlevinde değişiklikler olabilmesiyle de, belirli bir talebin üretilmesi ve ardından yeniden piyasaya arz olunması söz konusu olabilmektedir. Bu bir döngüye işaret etmektedir. Teknoloji ve toplum birbirlerine niteliklerini ve işlevlerini yansıtmışlardır; teknolojinin toplumsal niteliği ve işlevi, toplumun teknolojik niteliği ve işlevi karşılaşmışlardır; etkileşime girmişlerdir.

### 5. Teknoloji ve Toplum Birlikteliği'ni Anlamlandırmak üzere Mitik, Felsefi ve Sosyolojik Yaklaşımları 'Birlikte' Dikkate Almak...

Zamanın parçalanmadığı, bilimlerin birbirlerinden ayrılmadığı, bütünsel kavrayışın hâkim olduğu arkaik çağların, modern zamanlarda, 'ilkel çağlar' olarak adlandırılması söz konusudur; hâlbuki söz konusu çağlar, ilksel örnekler -arşetip- bilgisine vakıf olarak bütünsel kavrayışa yakındırlar; eskidirler ancak gelişmemiş olduklarını söylemek modern bilimin önyargısıdır. Modernite, bu çok eski zamanları değil, modernite'nin az öncesi dönemlerini de geri dönemler olarak tanımlamış; gelenekle ilgili her şeyi de geri kalmışlık, gelişmemişlik ile özdeşleştirmiştir. Pultar (2003), geleneksel olanın, modern sayılan'dan gitgide ayrılmasını, geleneklere bağlılığın, moderniteye aykırı gibi sunulmasına bağlamaktadır. Pultar'a göre, modernite ile birlikte, geleneksel kültürlerin

kendilerini gösterme ve açık etme biçimleri geride bıraktırılmıştır; batı dünyasının değerlerinin ve kıstaslarının evrensel kıstaslar olarak öne sürülmesi, özgün veya geleneksel olanın adeta 'gericiliği, ilkelliği, medeni olmayı çağrıştırmaması ve bu şekilde bir algılanma söz konusu olabilmektedir (Pultar, 2003: 25- 62).

Jung, modern insan'ın hakikate değil, gerçeğe odaklanmış olduğunu dile getirirken, "neden- sonuç mantalitesini başlı başına bilimin ve gerçeğin tek kıstası olarak görmenin modern insanın adeta bir dogması olduğuna" dikkat çekmiştir.(Jung,, 1997:198-201; akt. Göcen, 2018: 205) dikkat çekmiştir.

Heidegger de, "bilim, reel olanın teorisidir" tanımının ancak modern bilim için geçerli olabileceğini (Heidegger,1998: 15, akt. Dağ, 2012: 37) dile getirmiştir. Heidegger'e göre, modern bilimin ve aydınlanmanın pozitivist felsefesi, bilimsel, olgusal olan ile gerçekliği özdeşleştirdikten başka; kendisinden önceki dönemi ise karanlık olarak nitelendirmektedir; modern dünyada, en temel olan 'varlık sorusu' unutulmuş; varlığın ve varoluşun anlamından ziyade, var olanlara dikkatlerin yöneltildiği bir düşünce, tüm batı felsefesinde ve düşüncesinde hakim olmuştur (Heidegger, 2008:2, akt. Dağ, 2012: 38).Botha, Heidegger'in konu hakkındaki düşüncesini şöyle özetlemiştir:

"...Heidegger'e göre, modern teknoloji ve metafizik, birbirine dolanmıştır. Aydınlanmanın hakim düşüncesine göre, hayatın kontrol altında tutulması görüşü, metafiziksel yönlendirmeden hareketle 'bilen özne' ve 'bilinen nesnel dünya' ayrımının yapılmasını getirmiştir. Hem metafizik, hem de teknoloji, varlığa egemen olmak için sistematik bir çabaya giren 'varlığın anlamı üzerine düşüncenin terk edilmesinin' sonuçlarıdır. Böylelikle teknoloji, batı metafizik düşüncesi tarafından tanıtılmış olan öznelliğin temel tarihsel manifestosu<sup>10</sup> olmaktadır (Botha, 2003: 161, akt. Dağ, 2012: 38)".

Heidegger'e göre tekniğin amaçlar için bir araç olması ve tekniğin beşeri bir edim olması birbiriyle bağlantılıdır ancak her iki tanım da tekniğin özünü tam olarak vermemektedir. Modern teknolojinin nedensellik ilkesi, tekniğin araçsallığa yönelik tanımı ile bağlantılandırılmıştır; varlığın anlamı üzerine soru sormaktan ziyade özne- nesne dualitesinin öne çıkarılması, modern bilimin ve teknolojinin arka planını oluşturmuştur (Dağ, 2012: 43-44). Teknoloji ile insan arasındaki ilişkiyi anlamlandırma gayretinde olan Heidegger, techné'nin, şeylerin özünü ortaya çıkarırken aynı zamanda gerçeği ortaya çıkaran yanının modern teknolojiye kaybolduğunu söylemektedir (Turanlı, 2017:2, akt. Adaş, Erbay, 2021: 105).

Heidegger'e göre, bildiğimiz teknoloji, teknolojinin özü değildir; modern teknolojinin adeta doğadan bir açığa çıkartma talebi bulunmaktadır, bu da 'buyurmacı' bir biçimdedir (Heidegger,1998: 20-22, akt. Dağ, 2012:43). Bu buyurmacılıkta, modern teknoloji örtücü bir niteliğe bürünmüştür (Turanlı, 2017: 2, akt. Adaş ve Erbay, 2021: 105) . Heidegger, bu bağlamda teknolojinin beşeri bir edim olmaktan uzağa düşmüş olduğuna işaret etmekte ve modern teknoloji'nin buyurgan ve örtücü tanımını 'çerçeveleme/ge- stelt' ve karşısındaki doğa'nın konumunu

<sup>10</sup>manifesto: bildiri, bildirge

ise -sanki- 'hazır oluş/bestand' olarak tanımlamaktadır. (Çüçen,2003:194, akt. Dağ, 2012: 44) Mertel de, teknoloji'nin içinde bulunduğu çağın -verili kabul edilen -gerçekliğini- çerçevelemekte olduğunu ve söz konusu gerçekliğin "gerçeğin kendisi değil, onun süzgecinden geçmiş bir modeli olduğunu" (Mertel, 2020: 467; akt. Adaş ve Erbay, 2021: 105) söylemektedir.

19. yy dan günümüze, bilim'in, tekniğin, teknoloji'nin, bilgi'nin, birbirleri arasında veya yan yana, iç içe veya ayrı olarak -hem kavramsal hem algı açısından- nasıl konumlandıklarına dikkatimizi vermek önemlidir. Türkcan, bazen halk dilinde 'teknoloji' derken 'bilim', 'bilim' derken 'teknolojinin' kast edilebildiğini dile getirmektedir. Türkcan'a göre "teknoloji, saf bilimsel bilgiden (scientific knowledge), malumat/enformasyon (information)'dan, bilişimden (enformatik'ten) -hepsiyle ilgili olmasına rağmen- farklı bir kavramdır ( Türkcan, 2016: 58). Bell ise, bilgi- değer teorisine dayanan sanayi-ötesi toplumlarda 'bilgi'nin', icadın ve yeniliğin kaynağı olduğuna işaret ederken; Araştırma- Geliştirme/AR- GE alanının,' teorik bilginin merkezi konumu nedeniyle bilim ve teknoloji arasında yeni bir ilişkinin kurulmasını sağladığını belirtmektedir (Bell,1999: 212, akt. Yeşilorman, Koç, 2014: 124).

Bilim ve tekniğin 19. yy ve 20. yy başında birlikte konumlandıkları görülmüşken; 20.yy sonu, 21. yy başlangıcında ise "teknoloji"nin başlı başına neredeyse bilimden de öncelikli bir kavram ve olgu ve/ veya neredeyse bilimsel ve yine "yeni ve geleceğe dair bütün beklentileri karşılayan bir anahtar" ve/veya geleceğe dair öncelikli bir 'motto' olarak konumlandığı izlenmektedir. Bu anlamda, teknolojinin kendisinin birçok anlam yüklenmesiyle,şimdi ayrıca kendisinin de çerçevelendiğine, kendisinin 'çerçevelemesinin ve çerçevenmesinin' de bir ideoloji yüklenmiş olduğuna dair bir çözümlemeye ayrıca gidilmelidir. Teknoloji ve toplum birlikteliğinin birbirlerine şimdi niteliklerini daha yoğun yansıtarak bu bağlamda da yeniden inşa edildiğine dikkat çekilmelidir.

Ne teknik ve ne de teknoloji, sadece belirli bir araç, alet, edavat, cihaz, aygıt, makine ve bunların üretim bilgisinden ibaret değildir; her ikisi de bunlardan daha fazlasıdır. Her biri kök anlamlarında ortak bir paydayı şüphesiz paylaşmaktadırlar ancak konumlanmalarında farklılık göstermektedirler.

İnsanoğlu, teknikler geliştirerek sistemler kurmuştur ve teknikleri daha da geliştirdikçe gittikçe daha komplike sistemleri kurmaya devam etmiştir. Özellikle 18. ve 19. yy icatlar döneminde, ilk sanayi devrimi öncesi ve süresince, bilim ile birlikte kavram ve olgu olarak öne çıkmaya başlamış olan 'teknik', işin, üretim parkurlarının kurulmasına ve üretimin gerçekleştirilmesine dair mekanizmaya dair bütün aşamalarındaki ustalık, mühendislik kısmının bilgisi olarak konumunu sağlamlaştırmıştır. Teknik, sadece fen bilimleri için değil, örneğin sosyal bilimler içinde bilimsel yöntemin kendisi olarak algılanmaya gelmiştir.

Teknik işlerle meşgul ustalara, teknisyenlere, mühendislere atfedilen "teknik insan" tabirinden başka, özellikle iktisadi alanlarda planlamaya yönelik işlerdeki siyasi kadrolara teknik kadrolar denilmesi; yine modern zamanların başında bürokrasinin kurulmasıyla oluşan bürokratik kadrolardan başka, liberal piyasa ekonomisinde

teknik sorumluluk üstlenenlere de sonraları "teknokratlar"<sup>11</sup> denilmesi dikkat çekicidir <sup>12</sup>.

Bürokratik- teknokratik organizasyon, Weber'e göre, rasyonel kurallar etrafında düzenlenen toplumsal örgütlenme ile biçimlenen bir sistemdir. Rasyonelleşme ile toplumsal gerçeklikler, teknik bilgi yönünde düzenlenirken, 'şeylerin teknik bilgisine ulaşmak' ise adeta onlardaki büyüü bozmanın ve bir yandan da seküler düşüncenin biçimlenmesinin nedenlerindedir (Zuderveld, 2013:85-88).Adorno'ya ve Horkheimer'e göre de aydınlanmanın tasarımı, dünyanın büyüünün bozulmasıyla yakından ilgilidir; söylencelerin dağıtılmasının, kuruntuların bilgi yoluyla uzaklaştırılmasının esas olduğu bu dünyada, hesaplanabilirlik ve yararlık ölçütüne uymayan her şeyin kuşkulu (Adorno, Horkheimer,2014: 19-23) sayılması söz konusudur. +

Weber, 15.ve 16.yy'da Rönesans'taki köklü değişimler sonucu iktisadi anlamda da burjuvaziye özgü kentsel kapitalizmin doğuşunu getiren 'büyük transformasyonun' 18. ve 19. yy sanayi devriminin yolunu açtığını belirtir. Sanayi Devrimi ile birlikte kapitalizmin içinde kurumların/organların genişlemesi büyük bir hız kazanmış; işlevsel akılcılık öne çıkmıştır. Bu dönemde dünya, "her biri kendi işlev ve görevleriyle büyük bir şebeke olarak birbirini etkileyen kurumların ve organların genişlemesine" sahne olmuştur. Weber'e göre, "büyük dönüşüm'den bu yana 'dünya', giderek daha fazla hesaplanabilir ve tahmin edilebilir bir gerçeklik etrafında kurulmaktadır"; bu anlamda "modernleşme, din ve büyü'nün egemen pozisyonunda olduğu bir dünyanın, bilim ve tekniğe yerini bıraktığı büyüden arınma sürecidir". Modern dünya, "bilim, bürokrasi( işlevsel akılcılığın zirvesi) ve teknik ( gerçekliği yönetme ve hatta yapma becerisi)" tarafından yönetilmektedir (Zuderveld,2013: 88).

Weber'in modernitenin başlangıç döneminde 'demir kafes' ve yine 'makinenin çarkları' ve/veya 'çark'ın dişlileri' metaforlarını kullanması, sisteme tabi olunmayı, sistem tarafından baskılanmayı ve kısıtlanmayı anlatmaktaydı, bu metaforların kullanımları da o dönemin pekala mitik anlatımlarıdır; çünkü 'baskılanan insan'ın durumu söz konusu metaforlar çevresinde tasvir edilmiş, bir anlamda hikâyelendirilmiştir.

Makineler, makine parkurları, makinenin çarkları, demiryolları, demirden gemiler, taşıtlar, köprüler, kuleler ile çevrelenen (ilk) sanayi devrimi dönemi, modern dünya'da "demir"in yaygın kullanımına<sup>13</sup> sahne olmuştur.

Amerika'da demiryolları ilk inşa edildiğinde ve raylarda tren ilk görüldüğünde yerlilerin/Kızılderililerin tren'e 'demir at'demiş olmaları ilginçtir.'Demir at'/ iron horse'

<sup>11</sup>Teknokratlar, ekonomik ve yönetsel düzeneklerin kurulmasında ve sistemin işletiminde uzmanlıkları nedeniyle söz sahibi bulunan kadrolardır. Ayrıca, TDK sözlüğüne göre de teknokrat, teknokrasi içinde yer alan yönetici konumundaki mühendis, mimar, teknisyen, iktisatçıların ortak adıdır.( <https://sozluk.gov.tr>)

<sup>13</sup> Bu yaygın kullanımın soğuk savaş döneminde uluslararası siyasete yansımaları da hatırlanırsa, 'demir perde ülkeleri', 'demir lady' gibi tanımlamalar ile karşılarız.

(Arslantunali, 2019: 214-216) filminin tanıtım afişinde, demiryollarına ve trene bir tepeden bakan yerlinin/ Kızılderili'nin aslında modern yeni dünyaya gülümseyerek ve hayranlıkla bakması, geleneksel dünyanın modern dünyaya tabi olacağını işaret eder gibidir ve bu filmde/ afişte "demir at'ın kullanılması, yerel/ geleneksel olan binek at'ının geride bırakılması üzerinden geleneksel'in geride bırakılmasıdır. Yeni binek taşıtı yerli ve geleneksel olan için demir'den bir at 'tır.<sup>14</sup> Bu filmin tanıtım afişi bizce, kesinlikle bu dönemdeki müthiş makas değişimini anlatan mitik bir anlatımdır; o zamanki anlayışa, algıya ve inşa edilen gerçekliğe işaret etmektedir. Bu film afişi ile bugün karşılaştığımızda toplumsal gerçekliğin üretilmesinde ve/veya üretilen gerçekliğin yansıtılmasında sembol dünyasının /mitik anlatımın işlevi de fark edilecektir. Afişin -toplumsal bellekte kayıtlı bir belge- ve mitik bir anlatım olduğu rahatlıkla söylenmelidir ve aynı zamanda mitik anlatım yönteminin arkaik dönemden beri hiç kaybolmadığı ve söz konusu anlatım/ hikâyelendirme ve kayıt düşme yöneliminden hiç vazgeçilmediği de...



**Görsel 1: 'makine'nin çarkları, çarkların dişlileri arasında Demir At'tan Demir Adam'a..'**

20. yy başlarında 'demir at/ ironhorse' metaforu ile anlatılan hikâye'nin 21. yy'a gelindiğinde 'demir adam/ironman' ile devam ettirilmesi ilginçtir; bu yaklaşım, anlamlandırılmaya değerdir. Eski bilgelik öğretilerinde at'ın üzerindeki binici, 'at ile simgelenen kişilik özelliklerinin kontrolünü yapabilen', 'at'ı kullanma yetkinliği kazanmış bilinçli bireye' işaret etmektedir (Canca, 2022). 21. yy insanı, hala trene, uçağa ve otomobile binmektedir; bütün bu taşıtlar artık çoktan benimsenmiştir. -çarklar hızla dönmeye devam etmektedir-, ancak -şimdi demir'in binek olan'ın değil de, insan'ın niteliğini işaret etmesi, bize göre,

<sup>14</sup>Arslantunali, yerlilerin trene 'demir at' demiş olduğundan bahsetmektedir. Atlı arabayla kıyaslanan otomobil, ise ilk zamanlarda yine yerliler tarafından bu sefer "atsız araba" olarak adlandırılmıştı. Arslantunali, bir yeniliği ancak eski, bildik bir şeye benzeterek veya eski bir şeyle tanımlayarak kavrayabiliyor oluşumuzun 'atsız araba sendromu' olarak tanımlandığını belirtmektedir. Arslantunali, tarihsel bir süreç başlatması açısından yeni olanın bir öncekinin eskitilmesi olarak görülme eğilimine dikkat çekmektedir. Ayrıca, Arslantunali, 19. yy.da, 20. yy'ın hayal edildiği/resmedildiği bir kitapta (yazarı Senerans olan kitabın adı 'The Electric Horse'(1890) ), kitabın kapağındaki resim'in elektrikli bir robot at olmasını da anlamlı bulmaktadır. Arslantunali, ilk atlı arabanın görüldüğünden binlerce yıl sonra, -fantezi bir kitap da olsa-, işin içine elektrik girdiğinde, gözden çıkarılanın at değil de araba olmasını ilginç (Arslantunali, 2019:214) bulmaktadır ve dikkatimize sunmaktadır.

demir adamın halindeki iki yönü, bir yol ayrımını işaret etmektedir.

Demir adam, teknolojiyi içselleştiren, onu etkin kullanan güçlü adamdır ancak bir de ileri teknolojinin yapay zekâ, otonom veya robotik unsurlarıyla donatılmış adamının bu yeni dünyanın denetimi altına girmesi tehlikesi de baş göstermektedir. Bu, iki yönlü bir okuma ile teknolojinin her iki yüzünün farkında olunmasını önümüze getirmektedir.

Coudenrove(2021) 'Teknik Apolojisi: Teknoloji Felsefesinin Doğuşu' adlı çalışmasında, makine'yi mitolojideki iki yüzü olan Janus( Ianus)'a benzetmektedir. Biri ağlayan ve savaşı temsil eden, biri gülen ve barışı temsil eden iki çehreli Janus'un kine benzer biçimde, 'makine' de, onu kullananın elinde onu güldürebilir veya ağlatabilir; Coudenrove, makinenin bilinçli kullanımının hürriyet ve kültür temin edebileceğine, şüursuz kullanımının ise, bireyleri boğan bir canavar gibi hürriyeti ve kültürü gasp ve tahrir edici olabileceğine dikkat çekmektedir.

Canca (2022) ise, "Arkaik Düşüncenin Temelleri ve Felsefe Notları" adlı çalışmasında, Roma mitolojisinde Janus'un/Ianus'un 'zaman tanrısı' olduğundan bahsetmektedir; kapılar, bir şehre giriş/ler- çıkış/ lar Janus'un<sup>15</sup> kontrolündedir, Ianus'un bir yüzü geçmişe, bir yüzü geleceğe bakmaktadır ( Canca, 2022) .

Stiegler ise tekniğin ikili yapısını anlatmak için, Platon ve Derrida gibi 'farmokoloji' argümanını getirmiştir. Farmakon, hem zehir; hem de ilaçtır. Toksik/zehirleyici karakterinin yanında terapötik /sağaltıcı bir niteliği de bulunmaktadır. Stiegler'e göre, farmakon argümanı, bizim için, tekniğin zararlı ve yararlı yönlerini düşünebilmemiz için bize imkân vermektedir. Stiegler, işçi ve makine arasındaki ilişkiyi yorumlarken, işçinin makineyi kullanarak, bilgisini makineye geçirdiğine ancak işçinin-sistemin çarkları içinde- neredeyse makineye hizmet eden'e dönüşebildiğine, makinenin de adeta teknik bir kişiliğe bürünebildiğine işaret etmiştir (Stiegler 2012, s. 45,50-51, akt. Şan , 2022: 124).

Modern dünyada, bilim ve teknoloji üzerine mitik anlatıların işlevini, sıklıkla bilim- kurgu romanlarının ve filmlerinin üstlendiğinden hareketle Göcen, ünlü bilim kurgu yazarı Robinson gibi, bilim- kurgu anlatıların bugünün mitleri (Göcen, 2018: 126,270) olduğunu düşünmektedir.

Film afişleri, reklam panoları ve şimdi günümüzde tv ekranlarından başka mobil cihazların ekranlarından gözlerimizin önünden gelip geçen binlerce reklamın, görselin ve hikâye paylaşımlarının da mitik anlatılardan izler taşıdığını ve yine yeni mitik anlatıların 'bu süreçler içinde ve içerisinden' üretilmekte olduğunu fark etmeliyiz.

"Mit, sosyal bilimler için yapbozun en temel taşıdır, bir köken bilimidir" ve bütüne vakıf olmak isteyenler için ilke gitmek, -arkaik dünyaya dair izlerin peşine düşmek ve/ veya onları takip etmek- anlamına gelmektedir; mite gitmek adeta bir zorunluluktur (Göcen, 2018: 12).

<sup>15</sup>Janus/Ianus, Roma Mitolojisinde yer almaktadır. Janus, yılın ilk ayı January'e / Ocak ayına isim olmuştur.

Mitlerin<sup>16</sup> sembolleri kullanarak, sözlere bürünerek, cümleler içinde inşa edilerek zamanı aşabilen hikâyeler anlatılabilir, aktarılabilir ve bu hikâyelerin etkileyici olması dikkat çekicidir:

*“İnsanın kökeni ile ilgili her şeyin anlatıldığı bu öyküler, kutsal bir varoluş ile insanı ayrıcalıklı kılar. Bu ayrıcalık, varlığı anlamlandırma telaşdır ve ciddi bir farkındalığı da beraberinde getirir (Yonar, 2015: 23, akt. Göcen, 2018: 20)”*.

Ülken'e (1993) göre *“Mitik düşünce, Comte'un 'teolojik hal' dediği evrenin ilk zamanına, yani mistik düşünceden akli düşünceye geçiş dönemini kapsar”*(Ülken: 1993: 47,akt. Göcen, 2018: 23). Mitolojik düşüncenin hâkim olduğu zaman, toplumların muhayyile zamanıdır. *“Bir düşü beraber görmek, o toplumun ve kültürün bir ögesi olmak”* demektir ( Göcen, 2018: 23).

Bilginin elde edilme sürecinin ilahi olandan alınıp, yeryüzü kaynaklarına hasredilmesiyle birlikte, insanın ve toplumun gelişiminde önemli kırılmalar yaşanmıştır . Bugünün insanı metafizik dünya ile aşkın olanın reddedildiği, kutsaldan arındırılmış seküler/profan bir dünya arasında sıkışıp kalmıştır ( Eliade, 1959, akt. Göcen, 2018: 125).). May'e (1998) e göre *“ kutsaldan arındırılmış bu dünyada adeta her şeye gücü yeten bir bilim miti üretilmiştir.”*( May, 1998: 10,akt. Göcen, 2018: 125).

Modern dünyada, kutsal olandan uzaklaşmaya ve/veya kopuşa rağmen mitik anlatının bir şekilde kendini devam ettirdiği görülmektedir; kaldı ki modernite başlı başına kendine özgü mitik anlatısı ve bu anlatının çeşitli versiyonları sayesinde de kitlelerce benimsenmiştir. Kutsalın yaşam alanı/ öyküsü olarak tanımlayabileceğimiz mitin yolu, Göcen'e göre, modern zamanlarda çıkmaz sokağa girmiş gibi görünüyorsa da, mit, hayatın içine akmanın bir yolunu muhakkak bulmaktadır. Medeniyet ve insanlık üzerine çalışan Campbell, Eliade ve Jung gibi birçok araştırmacı/ düşünürün ortak kanısı, mitlerin ya da sembollerin zengin dünyasının yaşamaya devam etmekte olduğudur.

Teknoloji Felsefesinin düşünürlerinden Ellul, teknolojinin modern çağda, bir araç olmanın ötesine geçtiğine, teknolojinin kendine özgü özerk bir güç alanının oluştuğuna işaret etmektedir. Teknik için, *“akılcı yollardan erişilen ve mutlak verim içeren yöntemler toplumu”* tanımlamasını yapan Ellul, tekniğin bir aletin üretimi ve kullanımından, yine endüstriyel alanda üretimsel işlevleriyle ilgili konumlanmasından başka *‘daha temel ve gündelik bir bağlamda da gerçekleşebildiğini’* belirtmektedir. Örneğin bir meyve toplamının, bir arkadaşlığı yürütmenin de tekniği vardır ve buna benzer yöntemler, bu yöntemler -bir anlamda düzene dair yönelimlerimiz tekniği geliştirmemizle ilgilidir;- adeta

öznel arası düzlemde oluşturduğumuz ontolojimize de işaret etmektedirler (Baç, 2022: 151).

Ancak Ellul, makine'nin tekniğin ilerleyişi için bir ideal olduğundan hareketle, teknik unsurların işin içine girdiği her alanda *‘mekanizasyon ile karşılaşıldığına’* dikkat çekmektedir. Teknikleşmiş bir toplumu, *“uyumlu hale gelmiş, ortak bir mantık örgüsünde bütünleşmiş, belli bir bilinci paylaşmanın avantajını hisseden bir yapı”* olarak gören Ellul'e göre *“teknik, toplumsal alanları arındırmakta, düzenlemekte, rasyonalize etmekte ve verimli hale getirmektedir”*. Yine Ellul, tekniğin açık bir biçimde bilim'den de önce gelmekte olduğunu, günümüzde ise bilimin kendisinin tam olarak tekniğin bir gereci durumunda bulunduğunu (Ellul, 1964: 10, akt. Baç, 2022: 251-255) dile getirmektedir.

Sismondo, bilim ve teknolojinin bir gerçeklik olarak inşasında; toplumsal etkileşimler çevresinde inşa edilmeleri bağlamında *‘toplumsal’*, kendi çevrelerinde gerçekliği yeniden üretmeleri bağlamında *‘aktif’* ve doğayı yorumlayan, bilgiyi ortaya çıkaran ürünlerinin insan yapımı olması nedeniyle *‘doğal-dışı’* olduklarını söylemektedir. Sismondo'ya göre, tüm bu örgüde gerçekliğin üretilmesi, yeniden üretilmesi ve açığa çıkartılıp görünür olması bir anlamda bir *‘mitin inşa edilmesi sürecini’* de takip etmektedir(Sismondo, 2010:57,akt.Adaş, Erbay, 2021:105).

Gerçeğin doğasını anlayabilmek için madde dünyasına odaklanmış olan Democritus'a göre, insanın doğayı taklit etmesinden ibaret olan doğa ve teknik/teknoloji ilişkisine Aristo ise -doğadaki insanın yaşamını idame ettirmesi için -sanki- yarım bırakılan işlerin tamamlanması üzerinden işaret etmiştir.<sup>17</sup> Taklit ve tamamlama'dan başka, tarihsel süreçte çok daha karmaşık hale gelen üretim biçimlerinde, tekniğin yerinin ve işlevinin, kültürün üretilmesi ve toplumsal değişim süreçleriyle birlikte değerlendirilmesi mümkün olmuştur. Örneğin Marks'a göre, teknoloji, *‘emeğin niteliğini dönüştüren bir güç’* tür; kapitalizm ile üreticilerin, üretim araçlarından koparılmalari/özgürleşmeleri söz konusu olduğunda, emek gücü meta haline dönüşmektedir<sup>18</sup>. ‘Makineleşme’, gücünü böylece ‘sermayeye’ verirken, emeğin yapısındaki değişimle birlikte, işçi de üretim sürecinin aktif bir aktörü olmaktan çıkmakta, bir gözçüye veya düzenleyiciye dönüşmektedir (Marks, 2016:10-27,2018:22, 2019:358, akt. Ataş, Erbay, 2021: 101-103).

Adorno, teknolojinin toplum ile ilişkisinde aldığı biçimin, kitle kültürünün üretilmesi ile yakından ilişkili olduğunu belirtmektedir; teknolojik ilerlemenin kaçınılmaz sonucu olarak *‘kültür endüstrisi ortaya çıkmaktadır* (Adorno, 2014:49, akt. Adaş ve Erbay, 2021:103) .

Marcuse ise kapitalist ve endüstrileşmiş nitelikte teknolojik aklın, totaliter bir evren yaratacağını öne sürerken; teknolojik aklın, endüstrileşmiş medeniyetin yeni denetim biçimini oluşturduğunu, akıl dışılığın da, akılcılık gibi sunulduğunu söyleyerek, eleştirel Marksizm'e yeni bir yorum getirmektedir (Cevizoğlu, 2021: 446). Marcuse'un, Marks'ın teknolojiye dair yaklaşımındaki *“şeylerin değerinin kullanım biçimlerine göre ölçülür olması”*

<sup>16</sup> Arkaik/ ilksel dünyaya ait anlamların -arketiplerden yola çıkarak- ihtiva eden, temsil eden anlamında, benzetme yoluyla temsil ettiğinin niteliğine işaret etmesi semboller dünyasını biçimlendirmektedir. Anlamların işaretlere, temsillere vs..bürünmesinden sonra, bir anlatıya da bürünerek içinde ve zamanı aşarak anlatılması ise mitleri oluşturmuştur.

<sup>17</sup><https://evrimagaci.org/teknoloji-felsefesi-nedir>

<sup>18</sup> Marks için makine ve alet arasındaki fark, emek sürecinde yarattığı -sadece- nicel değil nitel dönüşümde de gizlidir.

anlayışını bir bakıma terse çevirerek, sorunu şeyleri önceleyen anlamında araçsal aklın karakterine çektiği görülmektedir (Marcuse, 1998:146, akt. Adaş, Erbay, 2021: 104). Akıl, teknolojinin güdümüne girdikçe, teknolojinin bir aracına dönüşmekte ve adeta yeni bir kültürel forma dönüşmektedir (Feenberg, 2017:5, akt. Adaş, Erbay, 2021: 104) böylelikle özgür olmadığının farkında olmayan, itaatkâr bir kitle biçimlene gelmektedir (Adaş, Erbay, 2021: 104).

Hamzaoğlu (2022)da, modern insanın esaretini günümüz dünyası üzerinden değerlendirdiği “*Masters and Slaves*” adlı kitabında “*modernizmin en büyük başarısının, kölelerin zincirlerinin modernizm tarafından görünmez kılınması ve kölelerin de kendilerinin özgür olduklarına inanmalarının sağlanması* ( Hamzaoğlu, 2022: 72)” olarak vurgulamaktadır.

Marcuse, “*Denetimin Yeni Biçimleri*” adlı çalışmasında, endüstriyel medeniyetin akıl dışılığının akılcı özellikler üzerinden tanımlandığına dikkat çekerken, toplumsal denetimin yeni biçimlerinin artık ‘teknolojik’ olduğunu dile getirmektedir. Teknolojik gelişme, bireyleri, hayatın gerçeklerine bir şekilde itaat etmeye zorlamaktadır; nesnelere dünyası ise adeta insan zihninin ve bedeninin bir uzantısı gibidir. Konfor unsurlarını artırma ve yayma kapasitesi ile totaliter bir teknoloji, ihtiyacı sürekli taze tutarken, yeniliğin karşılanmasında ise gerekli görülen yıkımı da, bir inşa olarak gösterebilmektedir, bu durum, akıl dışılığa işaret etmektedir (Marcuse, 2014: 452, akt. Cevizoglu, 2021: 446).

## 6. Hikâyede Saat’lerin ve Vakit’lerin Söyledikleri: ‘endüstrilemiş bir teknoloji’yle karşılaşmak

Fromm, “*bilgeliğin başlangıcında merak ve hayretin olduğunu, ilk insanın iştiağının<sup>19</sup>da, son insanın robotlaşmasının da bu noktada başlamış bulunduğunu*” söylemiştir (Fromm, 1998: 5, akt. Göcen, 2018: 223). Fromm gibi Frankl da, benzer bir şekilde, insanın ruhunda hayatı anlamlı kılmaya yönelik ‘*anlam istemi*’ diye ifade edilen temel güdü’den bahsetmiştir. Bahadır da, anlama dair bu güdü sayesinde hayatın bir bütün olarak kavranabileceğini vurgulamıştır:

“*İnsan hakikat arayışında anlama ihtiyacını karşılamak adına, bilgiye dair her şeyin peşine düşmüş, elde ettiğini mevcut olanla işlemiş, bulamadığı yerde kendisi üretmiştir*”<sup>20</sup> (Bahadır, Göcen, 2018: 8)

Dünya kurulduğundan bu yana insanın varoluşunu ve yaşamını bilmek, anlamak üzere birçok sorular sorulmuş, tanımlamalar yapılmıştır. Bu büyük anlam denizini ele alan tanımlamalar, zamanın ve mekânın kuşatması altında olduğu için sınırlanmıştır. Başlangıçta bilgileri birleştirmek, , parçaların arasındaki mesafenin getirdiği uzaklığı bitirmek ve/ veya kolaylaştırmak için oluşturulan ‘bölmeler, dönemler, parçalar’; aksine zamanla insanı ve hayatı anlamayı zorlaştıran, bu parçaları birbirinden daha da uzaklaştıran faktörlere dönüşebilmiştir. Tanpınar’ın “*Saatleri Ayarlama Enstitüsü*”nde(1961)bu durum, “*zamandaki parçalanma*” ile birlikte ele alınmıştır. Enstitü, insanlar için saatleri ayarlarken, bir yandan da zamanın

parçalanmasına, işaret etmektedir. Tanpınar’a göre, “-üstelik- insanlar parçalanmış bir zamanı yaşadıklarını fark edememektedirler”(Bahadır, Göcen, 2018: 12).

Sanayi Devrimi’nin gerçekleşmesinden sonra, zaman, çalışma hayatının mekanik seyrine kendisini kaptırmış, - zaman algısı bu yönde biçimlenmiş-; bu dönemle birlikte, insan yaşamı ve çalışma yaşamı kesin çizgilerle birbirinden ayrılmıştır ( Yüksel, 2014: 137).

“*Homo Ludens: Oyunun Toplumsal İşlevleri Üzerine bir Deneme*” adlı eserinde Huizinga, antik çağda Aristo gibi filozofların hakim anlayışında, serbest/özgür zamandaki (diagoge<sup>21</sup>) çalışmanın, kendini geliştirebilme/eğitebilme (paidea) ve yüceltme yönündeki amaca ( telos’a) hizmet ettiğine; modern zamanlarda ise, ‘serbest zaman’ kavramının ‘boş zaman’ söylemi ile yer değiştirdiğine işaret etmiştir. Boş zaman, artık; çalışma saatlerinin sınırlayıcılığından sonra, bireylerin daha ziyade hoş ve keyifli vakit geçirdikleri özgür vakitler olarak algılanmıştır ( Huzinga, 2006: 203-205).

Oyunu, kültürün içindeki herhangi bir unsur değil; kültürü oyunsal unsurlarla biçimlenmiş bir artı üretim ve değer olarak gören Huizinga, modern zamanlarda kültürün bu niteliğinin unutulmasının veya kültürün bu niteliğinden koparılmasının ardındaki temel nedenlerden birini vakitler üzerindeki algının değiştirilmesi olarak görürken, bunun gerçeklik algısının da değişmesine yol açacağını öngörmüştür. Modern çağın başlangıç döneminde zaman algısının değişmesinin kültürün oyunsal unsurlardan arınarak, kültürün içinde ayrı bir alanda eğlence, keyifli vakit geçirme ve boş zamanı değerlendirme alanında konumlanmasından başka, oyunsal ve kurgu gerçekliklerin ve/veya simülasyonların sosyal gerçekliğin içinde kurgu kurumlar veya kurgu kimlikleri biçimlendirmesi de söz konusu olmaya başlamıştır. Saatlerin çalışma zamanına göre ayarlanması, diğer birçok farklı değişimle ve dinamiklerle birlikte, modern insanın zihinsel durumuna, yaşamını ve varoluşunu anlamlandırmasına ve gerçeklik algısına yönelik sanıldığından çok daha fazla etki etmiştir.

Oskay ise bu anlamlandırmaya ayrıca bir yorum getirmiştir; Oskay, sanayi toplumuna geçişle birlikte “*çalışma dünyası ve serbest zaman arasındaki ilişkinin daha örgün ve rasyonel hale getirildiğine, serbest zamanın toplumsal sistem açısından uygun niteliklere sahip bir ‘rekreasyona’ dönüştürüldüğüne*” ( Oskay, 2000: 168) dikkat çekerken; reel yaşamın insanı yoksun bıraktığı bir yandan da özendirdiği çeşitli kimliklerin reel yaşamın dışındaki alanlarda edinilmesi için bir çabaya girişildiğine de işaret etmektedir.

Oskay, Huizinga’nın işaret ettiği gibi “*fantazyaya dönüşmüş bulunan oyun’un*” başkaca bir araca dönüşen niteliğine de ayrıca dikkat çekmiş olmaktadır:

“*Günümüzde fantazyaya dönüşmüş olan oyun metalaşma kaderini yüklenmiş kesimler için acımasız reel yaşam karşısında bir tür eğlence, bu acımasız realiteyi yarı bilinçli görmeye yarayan -bir tür- yaşamı sahil olmayan bir görünüm içinde algılama ve anlamlandırma biçimine varabilmenin bir aracı olmuş bulunmaktadır ( Oskay, 2000: 168)*”.

<sup>19</sup> iştiağ: güçlü istek (TDK) <https://sozluk.gov.tr/>

<sup>20</sup> Göcen’in ‘Psikoloji, Mitoloji ve Din’ adlı eserine Prof. Dr. Abdülkerim Bahadır’ın (2018) yazdığı takdim yazısından

<sup>21</sup>diagogue kelimesinin/kavramının esnemek, salmak ile ilgili manası dikkat çekicidir.

Bu kimlik edinme, siyasi/politik, kültürel alanda bir konum almaktan, bir spor kulübüne üye olmaktan; bir oyun'da, bir yarışma'da yer almaktan, bir filmde, bir reklam afişinde, bir markanın yüzü olmaktan, bilgisayar oyunlarında karakterlerle özdeşlemeye varan bir kimlik edinmeye veya günümüzde sosyal medyada fenomen olmaya, yeni model bir ürünü kullanmaya, ünlü markaları kullanarak markayla özdeşleşmeye kadar çok geniş bir yelpazede izlenmektedir. İnsanın varoluşundan ziyade bulunduğu yer veya kullandığı şey'lerle görünür, kabul edilir, onaylanır, beğenilir oluşuna doğru bu eğilim, aslında insanın varoluşunu anlamlandırma ihtiyacının bu eğilimlerle yer değiştirmesi veya söz konusu ihtiyacın ancak kısmi/belli bir ölçüde giderilmesine gönderme yapıyor olmasıyla ilgilidir.

Postman, *"Bir şey yapılabiliyorsa, mutlaka yapılmalı fikrinin"* doğduğu 19. yy da risk alan, faydacılığı gözetken, piyasayı biçimlendiren, sistemi organize eden girişimcilerin devrede olduğundan bahsetmektedir. Kurulan ve yürüyen sisteme uyum, piyasanın kurallarına tabi olmakla mümkündür. Nesnellik, verimlilik, uzmanlık, standartlaşma ölçme ve ilerleme, hem gözetilmektedir, hem ilke'ler olarak benimsenilmektedir. Teknokrasilerde, bir kısmının politik güçler olarak da konumlandığı, zekâ'ya ve cesarete sahip girişimciler öne çıkmışlardır (Postman, 2016).

Marks'ın deyişiyle, *"rekabetin zorlayıcı yasaları"* sistemin gelişmesinin sürükleyicisidir ve iktisadi rekabette inovasyon yapanlar piyasada hayatta kalabilirler; Schumpeter de, teknolojik değişimin ,iktisadi sistemde köklü değişikliklere yol açmasını, gelişimin doğasının ikiye bölünmesi üzerinden betimlemekte; değişimin hem kazananları hem kaybedenleri olduğunu söyleyerek bu duruma *"yaratıcı yıkım"* demektedir. Dinamik ve enerjik girişimci'nin yaratıcı eylemi, şartları olduğu gibi kabullenmez; bu koşulların üstesinden gelir; böylece iktisadi faaliyete yeni bir boyut kazandırılır( Kurz, 2017: 151).

Postman'ın da, Kurz'un da betimlediği bu tip, tam da Saatleri Ayarlama Enstitüsü'ndeki Halit Ayarçı karakterine uymaktadır. Bu karakterle Tanpınar, modern zamanların başındaki yeni gerçekçiliği, gerçekliğin tasarlanması, üretilmesi ve piyasaya sürülmesi üzerinden tanımlamaktadır. Bu yeni gerçekçilik, rasyonellikten farklı, realist yani olduğu gibi gerçeği görmekten daha farklı bir 'gerçeklik ayarına' işaret etmektedir; bu gerçekçilikte, girişimcinin gerçekliği biçimlendirmesi söz konusudur. Fırsatlar değerlendirilmelidir ancak fırsatlar önceden üretilmelidir de; bir mal'dan/meta'dan önce, fikir piyasaya sürülmelidir; pazarlanmalıdır; potansiyeller devreye girmeli hatta onlar bile üretilmelidir. Çağı yakalamak, ilerleme ve özlenen gelecek için bu, neredeyse 'olmazsa olmaz'dır'.

Sanayi devrimlerinin ilk döneminde, fabrikalarda üretim bantları kurulmuş, kırsaldan kentlere ve sanayi bölgelerine gelmiştir; teknik ve teknoloji bu dönemde, sanayi dönemi öncesi ve sırasındaki icatlar dönemini de içine alarak, icatları, ustalık bilgisini, makineyi ve sistemin çarklarını, endüstride yöntem ve uzmanlığı getiren bileşenlerin bütününe işaret etmektedir. Bu dönemde, hem icatçının, hem üreticinin, hem realist girişimcinin aynı kişi veya kurumda toplandığı görülmüşken, ikinci sanayi döneminde ise daha sistematik bir yapılanmaya gidilmiş

olduğu izlenmiştir. Artık, icatçılar, ustalar, teknisyenler ve mühendisler, fabrikaların araştırma- geliştirme / AR- GE bölümlerindedirler ; realist girişimciler, pazarlamayı yapan fabrika sahipleri iken artık, realist/ girişimci ruhlu pazarlama uzmanları fabrika bünyesinde konumlanmaktadır.

Fordist üretim tarzını izleyen süreçte, mekanik, elektrik ve sonrasında elektronik cihazların devreye girmesiyle, teknoloji teknik'ten daha sıklıkla duyulmaya başlayan ve neredeyse tekniği içine alan bir konumlanmaya doğru evrilmiştir. 'Teknoloji' endüstrileşmektedir artık... Makinenin çarklarının dönmesinden, ağların sarıp sarmalmasına geçilmeye hazırlanılmaktadır, Üçüncü Sanayi Devrimi ile post modern dönemeçten geçilmektedir.

Ekransız, kanalsız, yayıncı çok fazla çeşitlenmiştir; iletişim ve medya sistemlerinin göz kamaştırıcı gelişiminden; ağ toplumlarından, internetin dünyayı sarıp sarmalamasından, gücün görünür merkezden ziyade görünmeyen ağlarda dolaşmasından, bilgi ve bilişim çağından bahsedilen bu süreçte, dikkatler görsel olan her şeydedir. Bilgisayar mühendisleri, programcılar, yazılımcılar, yeni modellerin iç ve dış tasarımcıları işin mutfağında etkindirler; CEO'lar büyük şirketlerin yüksek yetkili temsilcileridirler; teknolojinin kullanıcıları ise hepimiz'dir. Teknoloji, Teknopoli'yi işaret etmeye başlamıştır. Medya, ellerimizin, avuçlarımızın içinde tuttuğumuz bir ekranda, mobil telefonlardan android telefonlara evrilen akıllı/smart bir cihazla boy göstermektedir, kullanıcılar da...

20.yy başında bilim- kurgu romanlarında duyulan 'siberetik' kavramı ile üçüncü sanayi devriminin başında dijital saatler ile duyduğumuz "dijital" kavramı, 21. Yy başında, dördüncü sanayi devrimi kapısından içeri girilirken, 'Sanayi: 4.0' diye tanımlanan bu devrimin temel bileşenlerinden "siber- fiziksel sistemler" ile karşımıza çıkmıştır.

Felsefenin Aristo'dan önce, fiziğin özünü, fiziğin ötesi/metafizik ve fizik diye ayırt etmediği zaman diliminden günümüze gelindiğinde; aydınlanma, pozitivist felsefe ve rasyonel bilimsel düşüncenin meta'ya döndürdüğü dikkatler, meta verse ile metafiziğin bir ölçüde deneyimlenmesi denemesine giriştiğinde, özel gözlükler ve sensörlü aygıtlarla ,söz konusu evrene giriş çıkış, tam da Huizinga'nın işaret ettiği fantazyaya yönelen/yönlendirilen oyunsal duruma "somut" anlamda işaret etmektedir.

Kültürün modernite ile oyunsal unsurdan yalıtılması, ancak -oyunsal unsurların kaybolmamasından kaynaklı- başka bir yöne evrilmesiyle, fantazyaya yönelinmesinden (Huizinga, 2006); teknolojinin ve toplumun birbirlerine niteliklerini yansıtırlarken, teknolojinin actant (Latour,2001), öznenin ise daha atıl düzeyde konumlanmasından, modernite'nin başlangıcında gerçekçiliğin bir meta'nın piyasaya sürülmesi benzeri işe koşulmasından(Tanpınar,2006;Bauman,2009)bahsedilirken, post- modern sürecin son dönemecinde ise gerçeklik algısının kendisinin teknik/teknolojik/dijital yetiler (!) tarafından bir meta gibi piyasaya sürülmesiyle karşı karşıyayızdır.

Platon'un, *'değişmeyen şeylerin hareketli bir temsilcisi'* olarak gördüğü 'zaman', Aristo'ya göre, *'hareketin sayılabilir bir parçasıdır'*; Paraminedes ise



zamanı, 'algılarımızı yönlendiren bir yanılısama' olarak görmektedir (Bahar, 2000: 193, akt. Yüksel, 2014:133).

"Saatin kendisi mekan, yürüyüşü zaman, ayarı<sup>22</sup> insandır." diye bir muvakkit ustası karakteri üzerinden değerli bir hakikati dile getiren A. Hamdi Tanpınar'ın 'Saatleri Ayarlama Enstitüsü', zaman felsefesi, gerçeküstücülük gibi düşünce ve sanat akımlarının da olduğu bir zaman diliminde 20. yy. başında kaleme alınmış bir eserdir. Tanpınar'ın modernite ile gelen büyük zaman algısı değişiminin toplumsal yaşama ve toplumsal gerçekliğe dair getirdiği değişimleri işaret ettiği eserde, sistemin belirleyiciliğinden başka, yine de ayar'ın muhatabı ve yine ayar yapan insan'ın anlamlandırma etkinliğinin kıymetine dair açık bir kapı bıraktığı göz ardı edilmemelidir. Ulus devletlerin kuruluş sürecine girildiği, gelenekselin geri plana alındığı ancak çoğunlukla 'geleneğin icadı'<sup>23</sup> (Hobsbawm, Ranger, 2006) ile yeni bir dünyanın kurulduğu modern dünyaya giriş zamanları, zaman dilimi, ulusların, uluslar arası ölçü, ayar ve standartlar sistemine de entegre oldukları- aslında entegre edildikleri- zamanlardır. Saatlerin kaçı, neyi, nasıl gösterdiği; saatin kendisinin bir çerçeve/meکان olması ve bu meکانın hareketli bir süreçteki yürüyüşünün zaman'ı biçimlendirmesi, hem ayarları yapan/eyleyen hem ayarlara muhatap olan insan'ın etkenliği ve edilgenliği arasındaki dengenin her defasında yeniden kurulması ile ilişkilidir.

Modernite ile zamanın dağıtılması ve parçalı hale gelmesi, post modern döneme girildiğinde, bilgi ve iletişim teknolojilerinin imkânları ile çalışma ekonomisinde de diğer toplumsal yaşam alanlarında da zamanın daha esnek kullanımına geçilmesini bir ölçüde sağlamıştır. Reeves (2003), işlerin sadece işyerinden değil, belli bir ölçüde bulunan ortamdaki da takip edilebilirliği ile belli bir oranda yakalanabilen esnekliğin çalışma ve yaşam arasındaki kalın duvarları yıktığından bahsetmektedir (Reeves, 2003: 161, akt. Yüksel, 2014: 138). Ancak sadece bu duruma dair bir değişim, zamanın bu dönem için niteliğini izah etmemektedir. Günümüzde ise, teknolojik çevrenme/kuşatma ile gelen noktada, zaman algısının nasıl değiştiği 'ayrıca' anlamlandırılmalıdır.

Byung-Chul Han, bugünün zaman krizini, yalnızca hızlanma ile açıklayamayacağımızı söylerken, hızlanmanın zamansal dağılmanın belirtilerinden sadece biri olduğunu belirtmektedir ve "zamandaki bozulma'yı düzenleyici bir ritmin eksikliğine" bağlayarak; bu durumun, adeta zamanın dönüp durmasına yol açmakta olduğuna dikkat çekmektedir. Han'ın, günümüz insanına önerisi, "uygun adım ilerleme çağının bittiğini fark etmesi ve kavraması; ağırlıkların süzülmenin hafifliği ile dengelemesidir" (Han, 2021). Burada, Han'ın yeni bir farkındalıkla öznenin düzenleyiciliğinin devreye girmesi gereğine işaret ettiği ve 'esnekliği' önerdiği anlaşılmaktadır.

<sup>22</sup>Arapça 'yr kökünden gelen 'iyār "altının gümüşün saflık ölçüsü saatin hassas ölçümü, ölçüt sözcüğünden alımdır. Bu sözcük Aramice/ Süryanice, " uyanmak, uyanık olmak, nöbet tutmak kökünden türetilmiştir, yine 'yr "nöbetçi, gözetici, muhafız" sözcüğü ile de eş kökenlidir.

<sup>23</sup>Hobsbawm ve Ranger, ulus devletlerin kuruluş sürecinde geleneklere önem atfedilirken, tarihsel bir geçmişe referans verilerek süreklilik kurulma çabasından bahsetmektedirler ancak bu çabada büyük ölçüde kurgusalılık bulunmaktadır ve adeta 'gelenek' icat edilmektedir.

'Endüstrileşmiş bir teknolojinin yoğunluğunda, teknolojinin yeni makineler ve aygıtlar üzerinden bizi çevrelemesinden ziyade, Büyük Veri ve yapay zekâ sistemlerinin dayandığı algoritmik sistemin biçimlendirdiği yeni denetim mekanizmaları<sup>24</sup> üzerinden bizi "çevirmesi" ve/veya halihazırda çevirmekte olduğu ve bunun nasıl bir gerçekliği ürettiği anlamlandırılmalıdır. Bu, teknolojinin evriminde henüz tanımlanmamış bir alana dair çözümlemeyi gerekli kılmakta gibidir.

Konunun, modernitenin başlangıcındaki zamanın parçalanmasından, zamanın adeta dağılmasına doğru evrilmesinin, fantazyaya doğru meyleden oyunun gerçekliği üretmede/kurgulamada teknoloji ile birlikte işe koşulmasıyla ilgisi şimdi daha da 'dikkat çekilesi' olsa gerektir.

Günümüz dijital dünyasında, arttırılmış, hızlandırılmış, sanal ve karma gerçekliklerden, post-truth gerçeklikten bahsedilmektedir. Metafizik'in Heidegger'in işaret ettiği gibi varoluşsal anlamından ve bağlamından koparılmasına ve metafizik yanılısama ve yansıtma ile dikkatlerin var edilenlere, meta'ya yöneltmesine benzer, metaverse evreniyle öne çıkarılan gerçekliğin ise 'gerçek'ten yalıtılmış bir meta'ya- yanılısama evrenine-veya 'metalaştırılmış bir gerçekliğe' yönelime işaret etmesi fark edilmelidir. Bu, gerçekliğin farklı bir kurgu-mekanda deneyimlenmesi adına yeni saat ayarlarına işaret etmektedir. Saat/ meکان algısı değiştiğinde, meکانın yürüyüşü olan zaman algısı da değişecektir. Gerçekliğin bu yeni üretim biçimine hazırlık, 21. yy'ın ilk çeyreğinde gerçeklikle yanılısamanın iç içe geçtiği farklı bir meکان ve zaman algısı hazırlığına da göndermeler yapmaktadır. Bu durum, 20. yy başındaki performans ve rasyonalitye önceleyen 'kapitalizmin ruhandan' çok daha farklı bir çevrenme ile karşılaştığımızı göstermektedir ki, bu daha derinlikli bir çözümlemenin konusu olarak ayrıca ele alınmalıdır.

## 7. Teknokrasi'den Teknopoli'ye, 'Endüstrileşmiş bir Teknoloji'de, Teknolojinin Kimliği ve Özne'nin Konumlanması

Marks, "dokuma tezgahı'nın feodal lordu, buhar gücü'nün ise endüstriyel kapitalisti ortaya çıkardığını" söylediğinde, teknokratların ve sonrası bir gelecekte teknopolistlerin ortaya çıkacağından söz etmemiştir; Postman'a göre Marks, çağın teknolojik karakterini temel alan kültürel temelli sınıflandırmalarla yetinirken; Weber ise rasyonel düşünce ve bürokrasi temelli çözümlemelerinde, 'teknokrasiye' doğru gidildiğini görebilmiştir. Postman, alet- kullanan kültürlerde, aletlerin kullanımında fiziksel hayatın temel ihtiyaçlarına ve sorunlarına cevap vermektense başka, sanatın, politikanın, efsanelerin, dinsel sembolik dünyaya hizmet etmenin de belirleyici etken olduğu üzerinde durmuştur. Bir saban'ın tarlada kullanılması, yel değirmenleri ve köprülerin yapımı

<sup>24</sup> Stiegler, bu mekanizmaya algoritmik yönetimsellik kavramıyla işaret etmiştir (Şan, 2022:105-135).

ihtiyaçlara cevap ve/veya bir sorunun halli için ortaya çıkmış iken, örneğin dini merkezlerin inşası, saatin geliştirilmesi ise bahsedilen sembolik dünyaya dair bir hizmet amacını taşımaktaydı. Postman, teknolojik açıdan ilkel olanıdan sofistike olanına kadar hemen her alet kullanan kültürün, teokratik olduğundan bahsetmektedir. Bu kültürler için düzen ve anlam sağlamakta olan teolojinin hakimiyeti, tekniğin hakimiyetini ortaçağ dönemi sonrasına kadar “neredeysen” imkânsız kılmıştır. Ortaçağ döneminden sonra hızla değişmeye başlayan bu durum, teknik/teknolojik birçok yeniliğe dair ayarların teolojik kurumlara göre değil de, devlet erkine göre ayarlanmasını getirmiştir; artık teknoloji, diğer bütün hakimiyet alanlarının sınırlarını zorlamaya başlamıştır (Postman, 2016: 25-30). Devlet erkinden sonra serbest piyasa ekonomisinin gittikçe benimsenmesiyle ise gittikçe artık piyasaya hakim olan girişimcilerin ve büyük firmaların teknolojik kontrolde büyük ölçekte söz sahibi oldukları bir döneme girilmiştir.

Postman, teknokrasi hakimiyetinde, “yeni buluşlara, yeni üretim ve iletişim araçlarına yönelmesinin, gelenekle bağları gevşeten ilerleme fikrini de öne çıkardığını” düşünmektedir. Teknolojik ve geleneksel dünya görüşlerinin bir gerilim içinde bile olsalar, yine de birlikte var olabildiklerini ancak ‘Teknopoli’nin’ ortaya çıkmasıyla bu durumun değişmeye (Postman, 2016: 25-30) başladığını belirten Postman’a göre, Teknokrasiden farklı olarak Teknopoli’de bağlantısızlık tehdidi ile karşı karşıyayızdır.

Postman,- etkileyici sembolik bir anlatımla, “*Büyücü Çırağı*” metaforu ile ‘bağlantısızlık’ tehdidiyle karşı karşıya kalınan bu dünyayı “imkânsız yeni dünya” diye tanımlamıştır:

“... Milyonlarca kaynaktan hızla bilgi akmaktadır ve yine, bilgi tekrar kullanılmak üzere beklemektedir de.. *Büyücü Çırağı* gibi bilgiye gark olduk ve büyücinün bize bıraktığı şey süpürgeci. Teknopoli’de bilgi ile insan arasındaki bağ kopmuş ve teoriyle, manayla ya da amaçla bağını koparmış bir şeye dönüştü... Bu yeni dünyanın durumu “peek a boo”<sup>25</sup> gibidir... Hadiseler kısa bir süre görünürler ve sonra kaybolurlar. Bu, insanlığın ilerlemesi fikrinin yerini teknolojik ilerleme fikrinin aldığı imkânsız bir yeni dünyadır... ( Postman, 2016. 70-71)”.

Postman, Huxley’in “*Yeni Cesur Dünya’sında*<sup>26</sup> teknokrasinin kendi alternatiflerini -onları-görünmez kılarak’ yok ettiğine dikkat çekmiştir. Teknokrasi tüm toplumsal alanlarda birçok kavramın bilindik anlamlarını değişikliğe uğratmıştır, adeta tanımlar/anlamlar teknokrasiye uygun hale gelmiştir, teknokrasi ‘totaliter’ olarak nitelendirilebilir olduğunda -bir anlamda- Teknopoli’den artık bahsedilebilir. Postman, Teknopoli’de, kitlelerin nitelikli bir eğitimle tutarlı dünya görüşüne vakıf olmalarına uzak düşmeleri yüzünden,

<sup>25</sup> Postman, yeni kurulan bu dünyanın durumunu “peek a-boo” ya yani bebekleri eğlendirmek için yüzünü bir saklayıp bir göstererek yapılan oyun- a benzetmektedir.

<sup>26</sup> Huxley, 1946’daki *Cesur Yeni Dünya’nın* ikinci basımının önsözünde, ulusal sınırları ötesinde totaliter bir rejim biçiminin, teknolojik gelişme ve özdele atom devriminin sonucu olarak ortaya çıkacağı endişesini dile getirmiştir (Huxley, 1999: 29).

neyin inanç ötesi olduğuna ilişkin temel düşünceden de yoksun bırakıldıklarına işaret ederken, teknoloji’nin gizemli ve çekici kılınmasının bu durumun sorgulanmasına da ayrıca engel oluşturduğunu dile getirmiştir.

Postman, Huxley’in teknokrasinin hâkimiyetine gönderme yapan “Yeni Cesur Dünya’ndaki” durumun, ‘bir üstü durumu’na, ‘Teknopoli’ye’<sup>27</sup>, böylelikle ,“*Yeni İmkânsız Dünya*” diye gönderme yapmaktadır. Yeni dünya cesurdur ancak ‘fütursuzdur’, anlamlandırmada hissedilen boşluk teknolojik ilerlemenin büyüğü ile doldurulmuştur, teknoloji’ye imkân had safhada tanınmıştır; teknoloji imkânlarını had safhada sunmaktadır; ancak anlam ve anlamlandırma açısından bu dünya imkânsızlaşmıştır.

Yoğun teknoloji ile karşılaşılması, teknolojinin ne’liği ve kim’liğini yeniden düşünmemize yol açmalıdır. Özne’nin konumlanmasını da... Latour’un teknolojik öğelere, öznel değil ancak ‘*eyleyen/actant*’ anlamında bir faillik atfetmesine yönelik dikkat çekici çözümlemesi, teknolojinin üstlendiği veya potansiyelinde var olan bir niteliğin görünür olmasına gönderme yapmaktadır. Böylelikle modern düşüncenin üzerine kurulduğu ikilikleri aşma gayretine de girilmektedir.

Latour için bilim, teknoloji ve toplum “birbirleriyle ilişkili özerk alanlar” değildir; birbirleriyle iç içedirler. Latour’un ‘*aktör ağ teorisi*’ni kavrayabilmek için dayandığı ontolojik yönelimi anlamamız gerekir. Tözcü düşünme biçiminin bizi modernitenin üzerine kurulduğu ikilikler üzerinde hareket etmeye mecbur bıraktığını düşünen Latour, oysa dünyayı meydana getiren her şeyin, her aktörün veya her eyleyenin/ failin, ilişkilerden ibaret olduğunu fark etmemiz gerektiğine işaret etmektedir. Dikkat edilmesi gereken aktörlerin birbirlerine aktarımlarının niteliğidir ve yine bunların nasıl algılandığıdır; bu Latour’un ‘*tercüme*’ diye tanımladığı bir iletim sürecidir. Bu iletim sürecine dahil olan her şey, bu sürecin bir aktörü halini almaktadır ve yine bu ‘her şey’ gerçekliği kendince manipüle ederek/- ve/veya ettiği için de- tercüme sürecine katılmaktadır (Latour, 2001:145,akt. Harman, 2009:14-15, akt. Adaş Erbay, 2021: 106,110).

İnsan olmayan şeyler’in, yalnızca nesne olarak ele alınamaz olmaları, Latour’a göre, onların da kendilerine özgü ön-gereklilikler ile donanmış olmalarıyla ilgilidir.

<sup>27</sup> Postman, Teknokrasi’den sonra Teknopoli’nin biçimlenmesi işini üstlenen Amerika’nın hangi şartlar kendisinde uygun olduğu için “bu durumu üstlendiğini şöyle izah etmiştir : “*Tocqueville’in de tanımladığı gibi, Amerika, bir “harikalar diyarında” yaşamaktadır, her şey sürekli hareket halindedir ve her hareket de bir ilerlemedir; yenilik fikri ile gelişim/ilerleme fikri birbirine sıkıca bağlıdır. Doğa, insan faaliyetlerine sınır koyamaz; eğer bir şey yapılmıyorsa, yapımı denenmediğindedir. 20.yy başından beri Amerikalı kapitalistler cüretlidirler; kolaylık, konfor, hız, hijyen ve bolluk sağlayan teknolojilere ulaşmanın amaçlanması pompalanmıştır ve bu düşüncenin yerleşmesi ve yeşermesi cüretli girişimciler tarafından başarılmıştır.*” Postman’ın 90’lı yıllarda, Teknopoli’nin Amerika’dan başlayarak dünyada da nasıl biçimlenebilir olduğuna dair bir ön okuma yaptığı söylenebilir.

Latour'un bu şeyleri actant/ eyleyen<sup>28</sup> diye tanımlayabilmesindeki dayanak ona göre, bu şeylerin "insan aktörünün eylemesine ihtiyaç duymasına rağmen insan aktörünün eylemini düzenleyici potansiyel bir eyleyen gücünün olmasıdır, çünkü insan/özne/aktörün algısı, bu şeylerin gerçekliği değiştirir ve yapma gücünden etki almaktadır (Latour, 2001: 145, 2004:75,2010:158, 2020: 18;19, 34 , akt. Adaş, Erbay, 2021: 106-110).Latour'a göre toplumsallığın değişmez bir ögesi olarak teknoloji, yalnızca en yakından ilişkili görüldüğü bilim alanı veya iktisadi alanla değil, toplumsallığın tüm alanlarına etki etmekte ve yine o alanlar tarafından da etkilenmektedir. Latour'un ağsal etkileşime verdiği önem, Kılıç'ın bağlantısallık yaklaşımında dikkat çektiği şey ile örtüşmektedir.

Bilimsel düşüncenin temel iki yaklaşımından "tümdengelim ve tümevarım'dan" sonra, 21. yy'da/ yakın gelecekte bilimsel metodoloji olarak kabul görmesi öngörülen üçüncü bir temel yaklaşımdan bahsedilmektedir. Bu yaklaşım,bağlantısallık'tır. 'Bağlantısallık' <sup>29</sup> diye de tanımlanan bu sistem, yaşamın iç içe geçen bir kodlamalar sistemi olduğuna işaret etmektedir. Bu kodlamalar sistemi, birbirleriyle bağlantısallık içinde, buldukları platformlar üzerinden bütün'lebağlantılı olarak bir iletişim ve etkileşim içindedir ( Kılıç, 2019)Kılıç'a göre bağlantısallık yaklaşımının ilk izlerini Schrödinger'in, 1943'teki "What Is Life?" derken kastettiği, bir bütünü aritmetik toplamından fazla olmasını sağlayan "o fazlalığın ne olduğu" sorusunda bulabiliriz.

Toplum da, toplumsal gerçeklikler de niceliksel bir toplamdan daha fazlasıdır. 'Eyleyen/actant olarak teknolojinin ağsal etkileşim sisteminde yeni ilişkileri ve anlamları ortaya çıkarabilmesi, toplumsal gerçekliğin inşasında özne'ler ve nesnelere birlikte yürüdükleri bir "bağlantısallık" sisteminin varlığına da işaret ediyor gibidir.

'Nesnelere internetinden' bahsedilen tarihin bu döneminde, 'teknolojik öğelerin' artan bir hızla dolaşımında ve birbirleriyle iletişimde olmaları hasebiyle de gittikçe daha fazla actant/eyleyen niteliğini kazanması karşısında; bireylerin bu dolaşımında, sosyolojideki faillik ve aktör niteliğinden geriye düşebildikleri ya da nesnelere karşısında ve nesnelere birlikte öznelendirilerek<sup>30</sup> bir ölçüde şeyleşebildikleri; nesnel düşünceden uzağa ve atıl bir duruma düşebildikleri bir konumlanmaya doğru itildikleri izlenebilmektedir.

Teknoloji, sadece ve yalnızca artık, evlerimizde, işyerlerimizde, kullandığımız makine, alet ve elektrikli/

elektronik/ dijital aygıtlardan, cihazlardan ibaret değildir, sadece sanayi kuruluşlarında, makine parkurlarında, fabrikalarda dijitalleşmeye gidilmesinden ve robotik unsurların devreye girmesiyle getirdiği kolaylıklar ve konfor'dan da ibaret değildir; teknoloji şimdi nesnelere, şey'ler dünyasını açığa çıkartmadan çok daha başka bir iş'e koşulmaktadır; başka bir yerde konumlanmıştır, ve başka bir nitelik kazanmıştır. Bu, teknolojinin kendisinin şey'leşmesidir. Özgür ve parlak geleceği işaret eden teknoloji'nin kendisinin adeta şey'leşmesi, nüfuz alanındaki her ögenin de adeta şey'leştirilmesine işaret etmektedir.

Prometheus'un tanrılardan ateşi çalıp insanlara vermesinin deyim yerindeyse rövanşının alınmasına gönderme yapmakta olan bu durum karşısında bireyin "mekan, zaman, ayar" dengesinde ayar'ın muhatabı olması hasebiyle göstereceği varoluşsal refleksi yeni bir düzenlenmeyi ve yeni bir ritmi açığa çıkartması ancak farkındalığıyla ve bu zaman dilimindeki deneyimini anlamlandırmasıyla mümkündür. Şey'leri açığa çıkarma yeteneği ve akıl yürütme yetisi yönündeki zihinsel ateşi Prometheus eliyle tanrıların hediyesi olarak alan ve böylelikle 'yetkinlik' kazanan insanlık, şimdi bu ateş'in insanları yakan başka bir ateşe dönüştürülmeye çalışılmasına karşılık refleksini gösterebilecektir? Bu, imkân dâhilindedir. İnsanın/bireyin bu refleksi, insanın yetkinliğine tekrar kavuşması demek ve bu; aynı zamanda, teknolojinin dışlanması, ötelenmesi değil, işlevinin anlaşılması da demek olacaktır.

Etkileşimlerin, birbirine aktarılan kodlamaların içinden çıkan anlam dünyası, her keresinde yeniden kurulmaktadır. Bu, sosyolojik açıdan -bir anlamda- etkileşimin devingenliği<sup>31</sup> içindeki -bir "her keresi"ndeki- etkileşim/ler üzerinden- yeniden üretimdir.Günümüz dünyasındabu yeniden üretimin niteliğini, nesnelere interneti kadar, bireylerin özgünlüğü ve biricikliği arasındaki iletişimin ve etkileşimin niteliği ve farkındalığı da belirleyecektir ve bu belirleme, umulur ki; sosyolojideki şeyleştirme sorunsalını ve günümüzde baş gösteren belki de şeyleşme tehdidini aşabilecek nitelikte olacaktır.

## 8. SONUÇ

Bu çalışmayla, teknoloji ve toplum birlikteliğini anlamlandırabilmek üzere 'mitik, felsefi, sosyolojik yaklaşımların' 'birlikte dikkate alındığı bir çözümleme denemesi' yapılmıştır.

İnsanlık, doğa'da görerek, doğa'dan esinlenerek ancak doğa'yı işleyerek, doğa'ya ekleyerek çeşitli kültürleri ve medeni dünyayı inşa etmiştir. İnsanın hayal kurarak, imgelem olarak zihninde canlandırarak, akıl yürüterek, estetik katarak ve teknik geliştirerek doğa'ya yaptığı ekleme işine konu olan kültür'ün ve yine toplumsal gerçekliğin üretilmesi, 'nesnelere dünyasını biçimlendirmesiyle' yakından ilişkilidir. Açığa çıkartmaya ve teknik geliştirmeye yönelik potansiyel yeteneğini, akıl yürütme yetisi ile birleştiren insan, varoluşunu anlamlı kılmak adına kendisinin 'artı değer üretme farkını' ve 'anlamlandırma farkındalığını' bir anlamda yetkinliğini de açığa çıkartmış olmaktadır. Bu süreçte, 'sanat', 'ustalık' ve 'yetenek' olarak anlam yüklenmiş olan tekne, aktarılmaya ve gelişmeye açık pratik bilgi düzeyine de

<sup>28</sup> Latour'a göre, "aracı/intermediary eyleyen", sadece iletişim içinde olarak ağı içinde yer almaktadır; "dolayımli/ mediatory aracı eyleyen" ise iletişim sürecindeki ilişkileri ve anlamı manipüle etme kapasitesiyle kendi dolayımında yeni ilişkileri ortaya çıkarabilmektedir.

<sup>29</sup> Nöro-science alanındaki gelişmeleri yakından takip eden beyin cerrahı Türker Kılıç, bağlantısallığı, bir "bilgi işleme sistemi" olarak tanımlamaktadır ve bağlantısallığın bir yöntem olarak bilimsel metodolojide yer alacağını ( Kılıç, 2019) öngörmektedir.

<sup>30</sup>Byung- Chul Han'a göre, özne olmak tabii olmak demektir ancak deneyim, özne'yi tabiiğinden kurtarır; deneyim, yaşam sanatının içinde bir özgürlük pratiği gibidir ve yaşam sanatı, öznelendirme amacıyla kullanılan neoliberal politika veya heyecan psikopolitikasının karşısında yer alır ( Han, 2019:84).

<sup>31</sup>devingenlik: hareketlilik

işaret etmektedir. Tekne'nin bir iş'e, işlem'e ve işlevselliğe konu olup ona nitelik kazandırması, 'teknik' kavramını ortaya çıkarmıştır. Teknoloji ise, teknik ile aynı anlam kökünden 'tekne'nin' işleyiş mantığı ve tekne'ye dair iş'in ve işleyişin adeta organizatif yapısıdır.

Arkaik toplumların, kutsallık attettikleri her şeyin yaşam deneyimiyle de uyumu, insanın varoluşunu ve toplumsal gerçekliği bütünsel bir yönelim içinde görmelerindendi. Bu yönelim üzerinden yaşamlarını ve varoluşlarına dair anlamlandırmalarını, anlamı ihtiva eden temsiliyetler ve sembollerle bezeli mit'ler/hikâyeler üzerinden aktarmaları mümkün olmuştur. Arkaik dönemlerdeki felsefi düşünce, varoluşun bütünselliğine vakıfken; antik dönemdeki felsefe ise bilgilerin sınıflandırılması ve açığa çıkarma ile ilgili, şey'leri de çevreleyen/kapsayan varoluş sorusunun ve bilgisinin, metafizik betimleme ile meta'ya/ açığa çıkartılanlara yöneldiği bir yaklaşım üzerinden konumlanmıştır. Bu konumlanma, hem Ortaçağ felsefesi ve teolojik dünyasını, hem de modern pozitivist felsefeyi etkisi altında bırakmıştır. Aydınlanma ile bu söz konusu metafizik yaklaşım ve yansıma, teolojik hakimiyet alanından da koparıldığında; tekniğin büyüü, endüstri devrimi ve piyasa ekonomisinin biçimlenmesi ve gittikçe serbestiyeti ile giderek hakimiyetini güçlendirmiştir.

İlerlemeci zihniyetin girişimcilikte sınır tanımaması ve sürekli yenilenen refah düzeyi algısı, 'kültür endüstrisi' ve 'endüstrileşmiş bir teknoloji' ile bizi karşılaştırmıştır. Teknokrazi'den Teknopoli'ye geçildiğinde ise geleneksel dünya ve ilerleme fikri arasında, yine insan ve bilginin özü arasında bağlantı kopukluğu hasil olmaya başlamıştır.

İnsanın arkaik niteliğinin kaybolmadığının farkındalığında, mitik hikâyelerin şimdinin gerçekliğine ne yansıtıkları ve/veya şimdi nasıl yenilenerek üretilebildiklerini veya yenilerinin nasıl üretildiğini fark etmeliyiz. Oyunsal unsurlarından koparılmış bir kültürün ve mitik özelliğinden koparılmış bir gerçekliğin, aydınlanma ve modern çağla birlikte parlak rasyonel dünyanın gerçekliğini inşa edeceği düşünülmüşken, post modern dönemeç ve parlak teknoloji ile oyunlaştırılmış ve hikâyelendirilmiş fantazyaya eğilim gösteren bir gerçeklik dünyası bizleri sarmalamıştır.

Felsefe, metafizik yanılısma ve yansıtma ile var edilenlere verdiği dikkatini varoluşun bütünselliğine yeniden verebilir, arkaik dünyadaki derin görüşünü yeniden ve şimdi kazanma imkânını, teknoloji ve toplum birlikteliğinin özünü kavrama gayreti üzerinden yapabilir.

Mitik, felsefi ve sosyolojik yaklaşımların birlikteliğinde, teknoloji ve toplumun biraradallığını anlamlandırma gayreti, inşa edilen ve sürekli yeniden üretilen gerçekliğin mahiyetini kavrayabilmemize imkan tanımaktadır. Şimdi şu soruyu sorabilmeliyiz:

*Sosyal gerçekliğin nasıl üretildiği, şey'lerin nasıl ve neden açığa çıkartıldığı dikkate alınmadan anlaşılabilir mi ve yine bu soru, insanın varoluşuna dair sorunsalı ve/veya anlam arayışı dikkate alınmadan/hatırlanmadan tam manasıyla yanıtlanabilir ve anlamlandırılabilir mi?*



**Görsel 2** : 'Oz Büyücüsü' film afişleri ve 'Wicked' Müzikali afişi<sup>32</sup>

İnsanlık, Janus/İanus'un iki yöne bakan yüzündeki gibi tekniğin/teknolojinin her iki yüzü ile karşılaşma sürecini deneyimlemektedir. Bu süreçte,İanus'un, insanın varoluşuna ve anlam arayışına dair hikâyesinde tekniğin/teknolojinin gülümseyen yüzünü göstermesi kadar, kendisini tehdit eden yüzünün fark edilmesi, masaldaki uyarının hatırlanmış olması da demek olacaktır:

*"Mitik anlatıların biçimlerinden biri olan masal'ı bilen herkes 'bir şeyin asla unutulmaması gerektiği' uyarısını içeren motifi hatırlar. Bu motif, masalın tam da bu unutmaya üzerine kurulduğunun işaretidir. Masaldaki bu uyarılar -örneğin- bir sınırın aşılması, yabancı bir mekana girilmesi arifesinde yapılır, çünkü yabancı çerçeveye unutmaya destekler. Unutmaya yol açan bu çerçeve değişiminin ilk modeli/sahnesi örneğin yabancı bir yere yapılan seyahat - her halükarda - sınırın aşılmasıdır-Çocuk ailesini, elçi görevini, prens asil soyunu, ruh göksel kökenini unuttur. Kurulan yeni dünya, bu anıları destekleyecek şeylerden arındırılmıştır. Bağlantı kurulamayan her şey, gerçekmiş gibi görünür..."(Asmann, 2001: 219-220).*

Bu zaman diliminde hem dışsal hem içsel olarak çevrelendiğimiz, içinde bulunduğumuz bu sürece direnme veya baş edebilme ile ilgili potansiyel yetilerini fark edebilen veya devreye alma refleksi gösterebilen, esnek, iyileştirici/sağaltıcı imkanları devreye alabilen, insiyatif kullanabilen, duyarlı ve fail birey'e ihtiyaç bulunmaktadır. Bu sayısal bir işletim sisteminin getirdiği konfor alanından vazgeçmek değil, ancak; hem süreci okumayı ve anlamlandırmayı, hem bağlantı kurmayı, hem de denetimi devreye alan bir akıl yürütme ile insanın varoluşunun niteliksel yönüne sahip çıkması anlamına gelecektir.

Çalışmanın, teknoloji ve toplum çalışmalarına, sosyal gerçekliğin nasıl inşa edildiğine dair çözümlemelere, insanın varoluşuna dair anlamlandırma gayretine ve

<sup>32</sup> Baum'un 'Oz Büyücüsü/The Wonderful Wizard of Oz' (1900) adlı romanı beyazperdeye, 'The Wizard of Oz' (1939) olarak taşındıktan yıllar sonra Gregory Maguire ve sonra da Winnie Holman'ın romanlarına ilham vermiştir ve sonunda 'Wicked' Müzikali'ne (2003) esin kaynağı olmuştur. İyinin ve kötünün nasıl konumlandığı, algılandığı ve anlamlandırıldığına işlendiği 'Wicked' ve "adalet, ölçülülük, cesaret ve basiret" gibi erdemlerle örülü kişiliğin dörtlü yapısı, yine üçlü logos ve dualite yasası gibi felsefi bilgilerin harmanlandığı eski bir bilgelik öğretisini yansıtan 'Oz Büyücüsü' araştırmacının teknoloji ve toplum birlikteliğini anlamlandırmada mitik anlamlandırmayı işin içine katmamızı öneren yaklaşımına gönderme yapmaktadır/lar.

yönelimine, yine, hikâyeyi bütünsel görebilmesine ve okumayı takip edebilmesine/ yapabilmesine dair farklı bir düşünce yaklaşımı kazandırması/katkı sunması umulmaktadır.

## KAYNAKLAR

ACAR, O. F. (2022). “Ontik Olan ile Ontolojik Olan Bağlamında Grierson’un Belgesel Düşüncesi”. *Sinefilozof Dergisi, özel sayı. (4) 2022. ss. 119-120.*

ADAŞ, E.B. VE ERBAY, B.( 2021). “Toplumsallığın Kurucu Aktörü Olarak Teknoloji: Eleştirel Bir Değerlendirme” . *Sosyolojik Bağlam Dergisi, 2 (3). 99-114.*

ADORNO, T. W. VE HORKHEİMER M.(2014). ‘Aydınlanmanın Diyalektiği’ çev. N. Ülner ve E. Ö. Karadoğan. Kabalcı Yayıncılık. İstanbul.

ARSLANTUNALI, M (2019).“Teknopolis: Akıllı Makineler, Dağınık Zihinler”. İletişim Yayınları. İstanbul.

ASSMAN, J (2001). “ Kültürel Bellek” (*Das Kulturelle Gedächtnis*). çev. A. Tekin. Ayrıntı Yayınları. İstanbul.

BAÇ, M.( 2022). “ Teknoloji Felsefesinin Antropolojik ve Görüngübilimsel Kipleri Üzerine Bir Sorgulama”. *Kilikya Felsefe Dergisi, (2), 1-22.*

BASALLA, G (2013). “Teknolojinin Evrimi”. çev. C. Soydemir. Doğu Batı Yayınları. İstanbul.

BAUMANN, Z (2009). “ Sosyolojik Düşünmek” , çev. A. Yılmaz, Ayrıntı Yayınları. İstanbul.

CANCA, H. B. (2022). “ Arkaik Düşüncenin Temelleri ve Felsefe Notları” (henüz yayımlanmamış)

CEVİZOĞLU, H. (2021). “Marcuse’dan Foucault’ya, Blinçli Özne’den Robot Özne’ye”.*Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi, ( 21), 445-453.*

CLOTTE, J., GUİLANE, J., LANGANEY, A., SİMONNE, D. ( 2000). “İnsanın En Güzel Tarihi” . çev. E. Çaykara. Türkiye İş Bankası, Kültür Yayınları. İstanbul.

COUDENHOVE, R.V. (2021). “Teknik Apolojisi: Teknoloji Felsefesinin Doğuşu”. Kalergi- Muhayyel Yayıncılık İstanbul.

DAĞ, U.(2012). “Heidegger’de Teknoloji Bağlamında İnsanın Yersiz Yurtsuzluğu Problemi”. *Beytül Hikme AN International Journal of Philosophy, vol 2, issue , 36-51.*

GÜNGÖREN, A. (1998). “ Cadıların Günbatımı: Bir Antropoloji El Kitabı için Yazılar”. Patika/Yol Yayınları. İstanbul.

HAN, B.C. (2019). “ Psikopolitika”: Neoliberalizm ve Yeni İktidar Teknikleri”.çev. Haluk Barışcan. Metis Yayıncılık. İstanbul.

HAN, B.C. (2021 ). “ Zamanın Kokusu: Bulunma Sanatı Üzerine Felsefî Bir Deneme”. çev. Ş. Öztürk. Metis Yayıncılık. İstanbul.

HOBBSBOWM, E., RANGER, T. ( 2006). “ Geleneğin İcadı”. çev. M. M. Şahin Agora Kitaplığı/Yayınevi. İstanbul.

HUIZİNGA, J.(2006). “ HomoLudens: Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Deneme” .çev. M. A. Kılıçbay, Ayrıntı Yayınları. İstanbul.

HUXLEY, A.( 1999). “ Cesur Yeni Dünya” . çev. Ü. Tosun. İthaki/Penguen Kitap. İstanbul.

KERİMOVA, N. K; ALİYEVA, M. A.( 2016). “Teknoloji Sözüünün Etimolojisine Genel Bakış”, *TURAN Stratejik Araştırmalar MerkeziTURAN-SAM Uluslararası Bilimsel Hakemli Dergisi;* 8/(30),196-200 <http://search.proquest.com/openview> erişim tarihi: Mart 2022.

KILIÇ, T. (2019). “21.yy’ın Bağlantısız Bütünsellik Bilimi ve Yaratmakta Olduğu Yeni Yaşam Anlayışı”, Şubat 2019, Prof. Dr. Türker Kılıç. Acıbadem Üniversitesi Moleküler BAUTIP Biyoloji& Genetik Kulübü’nün düzenlediği ACUGEN 2.Yaşam Bilimleri Kongresi sunumu, [https://www.youtube.com/watch?v=dXoWXzK2iec&ab\\_channel=BAUTIP](https://www.youtube.com/watch?v=dXoWXzK2iec&ab_channel=BAUTIP), erişim tarihi: Ocak 2023

KURZ, H. D. (2017). “ İktisadi Düşünce Tarihi” .çev.H. Bilir, E. Değirmenci. Heretik Basın Yayın. Ankara.

LAYDER, D.(2006). “Sosyal Teoriye Giriş”.çev.Ü. Tatlıcan.Küre Yayınları. İstanbul:

MAHENDRA, S. (2021). “The Story of Homo-Teknikus” [https://www.sundayobserver.lk/2021/11/07/spectrum\\_story-homo-technicus-e-paper.7.11.2021](https://www.sundayobserver.lk/2021/11/07/spectrum_story-homo-technicus-e-paper.7.11.2021). erişim tarihi: Mart 2023

OSKAY, Ü. (2000). “19.Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri: Kuramsal Bir Yaklaşım”.Der Yayınları. İstanbul.

POSTMAN, N.( 2016). “Teknopoli” .çev. M. E. Yılmaz. Sentez Yayıncılık. İstanbul.

PULTAR, G. ( 2003). “Moderniteyi Sorgulamak”, *Kültür ve Modernite” adlı derleme eser içinde,* (derleyenler: G. Pultar, G., E.O. İncirlioğlu, B. Akşit). Türkiye Kültür Araştırmaları , Tetragon İletişim Hizmetleri. İstanbul. 25-59.

ŞAN. E.( 2022).“ Bernard Stiegler’in Teknoloji Felsefesi Problemleri: Algoritmik Yönetimsellik ve Bilişsel Proleterleşme”, *Vira Verita E-dergi, (15), 105-135.*

TANPINAR, A.H.(2016).“ Saatleri Ayarlama Enstitüsü” . 30. baskı. Dergah Yayınları. İstanbul.

TÜRKCAN, E. (2016). “Tarih İçinde Bilim ve Teknoloji Evrim Dönemleri”, “*Bilim, Teknoloji ve Yenilik: Kavramlar, Kuramlar, Politika” adlı derleme eser içinde,* ( derleyenler: İ.S. Akçomak, E. Erdil, M. T. Pamukçu, M. Tiryakioğlu).Bilgi Üniversitesi Yayınları. İstanbul.47-60.

YARDIMCOĞLU, H.(2022). “Masters and Slaves”. Şıra Yayınları/Sirius Yayıncılık. İstanbul.

YEŞİLORMAN, M. ve KOÇ, F. (2014). “Bilgi Toplumunun Teknolojik Temelleri Üzerine Eleştirel Bir Bakış”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 24/(1), 117-133.*

YÜKSEL, H. (2014). “Çalışma İlişkilerinde Dinamik ve Değişken bir Konsept Olarak Zaman Kavramı”, *M. Akif Ersoy Ün. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,6/(10) ,124-142.

ZUDERVELD, A. C. ( 2013). “Kültür Sosyolojisi: Kültür Sosyolojisi’neve Metodolojisine Giriş”, çev. K. Canatan, Açılım Kitap, Pınar Yayınları. İstanbul.

HTTP 1, [https://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Wonderful\\_Wizard\\_of\\_Oz#/media/File:The\\_Wonderful\\_Wizard\\_of\\_Oz\\_006.png](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Wonderful_Wizard_of_Oz#/media/File:The_Wonderful_Wizard_of_Oz_006.png), erişim tarihi: Mayıs 2023

HTTP 2, <https://evrimagaci.org/teknoloji-felsefesi-nedir-11459>, erişim tarihi: Mart 2023

HTTP 3, <https://sozluk.gov.tr> erişim tarihi: Mayıs 2022

HTTP 4, <https://tiyatrolar.com.tr/tiyatro/wicked>, erişim tarihi: Mayıs 2023

HTTP 5, <https://www.amazon.com/Wizard-Oz-Judy-Garland/dp/B00000JS62>, erişim tarihi: Mayıs 2023

HTTP 6, <https://www.luggat.com> erişim tarihi: Mayıs 2022

HTTP 7, <https://www.nisanyansozluk.com/kelime/teknik>, erişim tarihi: Nisan 2022

HTTP 8, <https://www.sinemalar.com/film/16239/demir-at>, erişim: tarihi Mart 2023

HTTP 9, <https://www.uplifers.com/ironman-yarisi-ve-bir-en-fit-kim-sorusu-daha/>, erişim tarihi :Mayıs 2023

# PSİKOSOSYAL GELİŞİMİN EGZERSİZE DAYALI ETKİLERİNİ DEĞERLENDİRME; GENÇLİK VE SPOR ETKİNLİK ÖLÇEĞİ (GSEÖ) TÜRK KÜLTÜRÜNE UYARLANMASI

Mehmet Bilgi Medeni<sup>1\*</sup>, Zekeriya Göktaş<sup>2</sup>

**Özet:** Bu çalışmanın amacı Enrique Garcia Bengoechea tarafından (2017) spor çalışmaları boyunca gençlerin yer aldığı etkinlikleri kapsamlı bir değerlendirmeye olanak sağlamak amacıyla tasarlanmış bir araç olan Psikososyal Gelişimin Egzersize Dayalı Etkilerini Değerlendirme Gençlik Spor Etkinlik Ölçeği İçeriğinin (GSEÖ) Türk kültürüne uyarlanması, geçerliliğinin ve güvenilirliğinin belirlenmesidir. Araştırmanın çalışma grubunu Balıkesir ilinde öğrenim gören 13-18 yaş arası 182 kadın, 156 erkek toplam 338 genç birey oluşturmaktadır. Ölçek, alanında uzman kişiler tarafından çeviri-geri çeviri yöntemiyle Türkçeye uyarlanmıştır. Faktör yapısı, açıklayıcı faktör analizi (AFA) kullanılarak belirlenmiş ve ardından uygun bir model AMOS programıyla çizilmiştir. Modelin uygunluğu, doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile test edilerek değerlendirilmiştir. Ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik değerlendirmeleri, Cronbach's Alpha ve Split-Half yöntemleri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. AFA analizi sonucunda, toplam varyansın %5'ten fazlasına etki eden üç faktör tespit edilmiş ve bu faktörler dışında kalan beş madde (3, 4, 8, 13, 16) ölçek dışı bırakılmıştır. Böylelikle, toplam varyansın %62.057'sini açıklayan 3 faktör ve 15 madde içeren bir ölçek elde edilmiştir. DFA analizi ise 10, 18 ve 20. maddelerin standardize edilmiş yol katsayılarının 0.40'ın altında olduğunu göstermiş ve bu maddeler çıkarılarak yeni bir model oluşturulmuştur. Yeni model, 3 faktör ve 12 madde içermektedir. Bu modelin uyum indeksi değerleri incelenmiş ve “CMIN/DF=2.77”, “GFI=0.91”, “CFI=0.98” ve “RMSEA=0.07” olarak belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Biyoekoloji , Gençlik, Psiko-sosyal, Spor

## ASSESSMENT OF EXERCISE-BASED EFFECTS OF PSYCHOSOCIAL DEVELOPMENT YOUTH AND SPORTS ACTIVITY SCALE (GSEO) ADAPTATION TO TURKISH CULTURE

**Abstract:** The aim of this study is to adapt the “Content of Youth Sports Activity Scale (GSES) to Turkish culture”, to determine its validity and reliability, which is a tool designed by Enrique Garcia Bengoechea (2017) to enable a comprehensive evaluation of the activities in which young people participate during sports activities. The study group of the research consists of 338 young individuals, 182 women and 156 men, aged 13-18, studying in Balıkesir. The scale was adapted into Turkish by experts in the field, using the translation-back translation method. The factor structure of the scale was determined by applying exploratory factor analysis (EFA). A suitable model was drawn using the AMOS program for the scale determined by EFA, and the model suitability was tested by making confirmatory factor analysis (CFA). The validity and reliability of the model, whose suitability was tested, were evaluated with “Cronbach's Alpha” and “Split-Half” methods. Three factors with a total variance effect above 5% were determined by EFA. Five items were excluded from these factors (3,4,8,13,16) and were removed from the scale. Thus, a 3-factor, 15-item scale has emerged, which explains 62,057 % of the total variance. 10-18-20 with DFA. It was determined that the standardized path coefficients of the items were below .40, and a new model was created by removing these items. The fit index of this model, which consists of 3 factors and 12 items, was examined and “CMIN/DF=2.77”, “GFI=.91”, “CFI=.98” and “RMSEA=.07” values were determined.

**Keywords:** Bioecological, Youth, Psychosocial, Sport.

<sup>1</sup>**Adres:** Balıkesir Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor, Balıkesir, Türkiye.

<sup>2</sup>**Adres:** Balıkesir Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Beden Eğitimi Ve Spor Bölümü, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği, Balıkesir, Türkiye.

**\*Sorumlu Yazar:** medenimehmetbilgi@gmail.com

**Atıf:** Medeni, M. B., Göktaş, Z. (2023). Psikososyal Gelişimin Egzersize Dayalı Etkilerini Değerlendirme; Gençlik ve Spor Etkinlik Ölçeği (Gseö) Türk Kültürüne Uyarlanması. Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(2): 81-90.

## 1. GİRİŞ

İnsanoğlunun doğumdan itibaren hayatı boyunca, çeşitli gelişimsel görevleri başarıyla tamamlaması ve fiziksel ile ruhsal olgunluğa ulaşarak üretken ve yetkin bir birey olarak devam etmesi gerekmektedir. Bu süreçte, düzenli egzersiz yapmak bireyin fizyolojik gelişimini desteklemekle kalmaz, aynı zamanda beyin gelişimini, bilişsel işlevlerini, ruhsal dayanıklılığını, stresle başa çıkma mekanizmalarını, özgüvenini, benlik saygısını ve kimlik gelişimini olumlu yönde etkiler. Ne var ki, modern dünyada teknolojinin ilerlemesiyle birlikte hareketsiz yaşam tarzının yaygınlaştığı ve bu durumun obezite, kardiyovasküler hastalıklar, kanser, anksiyete ve depresyon gibi ruhsal bozukluklarla yaşam kalitesini düşürerek ayrıca erken ölüm riskini artırdığı gözlenmektedir. Bu nedenle, düzenli egzersizin bu sağlık sorunlarını önlemede ve tedavi etmede önemli bir rol oynayabileceği sağlık bilimciler tarafından öngörülmektedir. Sonuç olarak, çocuk ve gençlerin sağlıklı bir yaşam sürdürebilmeleri için egzersizin düzenli olarak hayatlarının bir parçası olması gerektiği düşünülerek, ilgili uzmanların iş birliği içinde uygun politikalar geliştirilmesi önemlidir (Eyüboğlu, 2022).

Son dönemlerde spor, toplumların sosyo-kültürel yapısında bulunan her kesimi kapsayan evrensel bir yapı oluştururken, büyük bir hızla değişim göstermiştir. Spor ile insan arasındaki bağ, tarihsel süreçte sürekli ve sağlam bir şekilde gelişerek, sporu bireysel bir olgudan çok daha geniş kapsamlı bir sosyal yapıya dönüştürmüştür, toplumu içine alan bir yapıya dönüşmüştür (Yıldırım ve ark., 2006).

Düşük yaşam kalitesine sahip gençler, normal gelişim ve sağlıklı yetişkin olma avantajlarını da kaybetmektedirler. Gelişmiş birçok ülkedeki gençler, sportif ve sosyal etkinliklerin azalması ve sedanter yaşam tarzının benimsenmesiyle birlikte yaşam kalitesinde düşüşler yaşamaktadır. Hareketsiz yaşam, özellikle elektronik cihazların aşırı kullanımına dayalı bir yaşam tarzı, obezite riskini artırırken, fiziksel sağlıkta olumsuz etkiler ortaya çıkarır ve benlik saygısını düşürerek sosyal davranışlarda azalmaya neden olmaktadır (Biddle, 2011).

Genç bireyin kendini bir uğraşa adamadaki istikrar, genellikle ergenlik dönemindeki kimlik mücadelesinin sonucuna bağlıdır. Epigenetik açıdan incelendiğinde, hiçbir insan kim olduğunu iş ya da özel hayatında kendini

deneyimlemeden bilemez. Aynı zamanda, kimliğin temeli iki temel olguya dayanmalıdır. Birincisi, bireyin çocukluk döneminde seçici bir şekilde bağlandığı ve reddettiği özdeşimlerdir. İkincisi ise, genç bireylerin yaşadıkları sosyal evreleri nasıl algıladıklarına bağlıdır. Bu durum, onları oldukları gibi kabul etmek ve onlara güvenmek anlamına gelir (Erikson, 2019).

Spora katılım gençlik gelişimi açısından olumlu bir etki sağlamaktadır. Batı kültüründe gençlerin gelişimi açısından pozitif kalite adına beden eğitimi ve spor faaliyetlerinin temel esas olduğu iddia edilmiştir. Bu durumda spor gibi yerinde serbest zaman faaliyetleri deneyimlerle beslenerek bireylerin gelişimine pozitif katkı sağlamış olacaktır. Uygun gençlik spor programlarının zamanın yapıcı kullanımı ve pozitif sosyal ilişkiler gibi insan gelişimi için pek çok içten ve dıştan gelişimsel kazançlara katkıda bulunma potansiyeline sahip oldukları belirlenmiştir. Fakat spora ender katılım ciddi oranda pozitif sonuçlar vermez (Bengoechea, 2017).

Beden eğitimi ve spor etkinlikleri, bireye sosyal ve kişisel kimlik hissi ile ortak yaşam bilinci kazandırarak insanları bir araya getirir. Bu etkinlikler, sınıf, ırk, cinsiyet, yaş gibi ayrımları önemsemeyen bir olgu olması sayesinde bireyin sosyal rollerini kolaylıkla yerine getirmesine yardımcı olur. Ayrıca beden eğitimi ve spor faaliyetleri, bireyler ve toplumlar arasında sağlıklı iletişimin kurulmasına katkı sağlar (Parks, 2007).

Eğitimin en önemli amacı, bireyleri sadece akademik başarıya yönlendirmek değil, aynı zamanda bireyin kendini keşfetmesine, insanlarla iletişim kurmasına teşvik etmek ve güçlü bir karakter ile sağduyulu bir kişilik geliştirmesine rehberlik etmektir. Bu nedenle, eğitimin temel hedefi mutluluktur. Bu bağlamda iyi bir eğitim bireysel ve toplumsal mutluluğa katkıda bulunmalıdır (Noddings, 2006). Ayrıca beden eğitimi ve spor etkinlikleri, fiziksel ve kişisel gelişimi birçok yönden desteklemektedir. Beden eğitimi ve spor, mücadele, beceri gelişimi ve sosyal değişimleri kapsayan etkileşimli bir ortam sunmaktadır. Bu da beden eğitimi ve sporun, sosyal deneyimleri içeren kişisel gelişime katkı sağlayan bir ortam sunduğunu göstermektedir (Laker, 2000).

Gençlerin spor aktivitelerine katılımı, yetişkinlerin uygunsuz davranışlarının rol model olması stres, kaygı ve moral



yıkıntısı gibi negatif deneyimler ve sonuçlarla bağdaştıran kanıtlar vardır. Genç bireylerin spora katılımının ve potansiyel gelişimlerine faydaları gerçek yaşamlarındaki psikososyal gelişimleri izlenerek açık bir şekilde tespit edilmektedir. Bronfenbrenner ve Morris biyolojik model ve etkinlik teorisinde; insan gelişimine dair “etkili ve ilgili yaklaşımlar insanların çoğunlukla etkinliklerle uğraşırken diğer insanlarla, nesnelere ve sembollerle etkileşime girerek bireyler gelişirler” fikrini öne sürmektedir ((Bronfenbrenner, 2005; Bronfenbrenner & Morris, 1998). Ayrıca bu yaklaşımlar zamanla meydana gelen içeriklerdeki etkileşimleri veya yakın süreçlerin incelemesi gerektiğini öne sürmektedir. Biyoekolojik model etkinlik teorisinden daha işlevsizleştirilmiş olmasına rağmen her iki yaklaşımında farklı yönlerdeki gelişimi sağlayan insan-çevre etkileşiminin anahtar mekanizmaları olarak etkinliklerin bireyin gelişimine etkilerini anlatmaktadır. Bu bağlamda Deci ve Ryan (1985), bireyin gelişiminin "etkinlik teorisi" ile izah edilebileceğini öne sürmektedir. Şöyle ki buldukları ortamda hareket ederek, keşfederek, test ederek başarılar ve başarısızlığa uğrayarak genç insanlar kendi kapasitelerini geliştirirler, detaylandırır, gelecek etkinliklere temel olacak olan içsel yapıları düzeltirler. Böylelikle gençlerin bireyler arasında etkileşimin süreçlerini araştırarak öğrenmeyi ve performansı güçlendirmek amacıyla tasarlanmış spora özgü aktiviteler ve görevlerle katılımcı bağlılığa odaklanmaları faydalı olabilir (Bengochea,2017).

Spor Katılımının Kalkınmacı Modeli (DMSP) (Cote, Baker, & Abernethy, 2007) tasarlanmış oyun ve tasarlanmış etkinlik bakımından alıştırma etkinliklerinin rolünü incelemiştir. Sporda kurgulanmış oyun etkinlikleri eğlenceyi üst düzeye çıkarmak için tasarlanmış olanlardır. Bu tür aktivitelerde genellikle oyunun kurallarında değişiklik yapılabilen ve bireyler kendi davranışlarına odaklanarak davranışın sonucu ile daha az ilgilidirler (Cote & Fraser Thomas, 2016). Tasarlanmış alıştırma etkinlikleri çaba sarf etmeyi gerektiren, anında ödül oluşturmayan ve eğlenceyi beslemekten ziyade performansı geliştirmek amacıyla tasarlanmış oldukça iyi şekillendirilmiş olanlardır (Cote & Fraser-Thomas, 2016; Ericson, Krampe, & Tesch-Romer, 1993) uyarısı bu bağlamda dikkate alınmalıdır. Genel olarak, Spor Katılımı Kalkınmacı Modeli çatısı altında yürütülen çalışma çocukluk süresince düşük miktarda tasarlanmış etkinlik ve yüksek miktarda oyun ile genç, rekabetçi seviyede belirli bir spor alanına yatırım yapmayı seçerse gençlik döneminde ise tasarlanmış etkinlikte ilerleyici bir artış ile ideal gelişime (performans ve kişisel deneyim bakımından) teşvik edilmiş olur (Cote, Erickson, & Abernethy, 2013).

Spor, çeşitli yollarla toplum hayatında ilerleyerek bireyleri doğrudan veya dolaylı olarak kendine bağımlı hale getirmiş ve her zaman insanların ilgisini canlı tutmayı başaran bir sosyal olgudur. Spor, insanların temel zevklerini ve ihtiyaçlarını karşılayarak onlara bağlı kalmalarını sağlayarak

günümüz dünyasında önemli bir sosyal kurum olarak kabul edilmiş ve toplumda belirli davranışlar, düşünceler, inançlar ve semboller geliştirmiştir. Hızla gelişen modern teknoloji, insan gücüne olan gereksinimi azaltmış ve sonucunda insanların doğal yapısına uygun olmayan bir yaşam tarzıyla birlikte iş ve sosyal çevreden kaynaklanan baskılar ve stres, insanları psikolojik açıdan sıkıntıya sokmaktadır. İşte bu noktada, sporun rahatlatıcı ve monotonluktan kurtarıcı işlevi devreye girerek insanların psiko-sosyal gelişimlerine katkıda bulunacaktır (Küçük, 2004).

Beden eğitimi ve spor faaliyetlerinin birleştiren ve sosyal yapısından faydalanma, genç bireylerin kendileriyle ve çevreleriyle ilişkilerinin gelişmesine katkıda bulunarak, gençlik döneminin fiziksel ve sosyal açıdan sağlıklı bir şekilde sonuçlanmasına yardımcı olur. Bu durum, genç bireylerin spor etkinliklerine katılımının sosyal toplumlar için bir gereklilik olduğunu göstermektedir (Ekinci ve ark., 2015)

Spor etkinlikleri, ergen bireyleri kendi dünyalarının dışına çıkararak akranları ve yetişkinlerle iletişim kurmalarını teşvik eder ve yeni ilişkiler kurmalarını sağlar. Bu deneyimler sonucunda birey, yeni düşünceler edinir ve farklı bakış açıları geliştirir. Ayrıca, ergenlik döneminde artan beden enerjisi spor etkinliklerine katılım ile kontrol altına alınır (Koçak, 2020).

Sosyal etkileşimler, çağdaş toplum yapısında büyük bir öneme sahiptir, çünkü insanlar hayatlarının önemli bir bölümünü diğer bireylerle iletişim halinde geçirmektedir. Bu nedenle, sosyal beceri seviyesi yüksek olan bireylerin, sosyal yaşamdaki diğer insanlarla daha kolay etkileşim kurabildiği ifade edilmektedir. İyi sosyal ilişkiler kurabilme yeteneği, çocukluk döneminde kazanılan sosyal becerilerin önemli bir rol oynadığı ileri sürülmektedir. Ayrıca, çocukluk döneminde edinilen sosyal yetenekler, bireyin yetişkinlik döneminde topluma uyum sürecini olumlu yönde etkilemektedir (Kabasakal ve Çelik, 2010).

Çağdaş toplumlarda spor etkinliklerinin kolektif bir faaliyet olduğu göz önüne alındığında, sporun içinde yer alan bireylerin farklı insan gruplarıyla sosyal etkileşim içinde olması beklenir. Ergenlik döneminde spor etkinlikleri, bireyi kendi sınırlı dünyasından çıkararak, farklı kişiliklerden, inançlardan ve düşüncelerden insanlarla iletişim kurmasını sağlar. Bu sayede, birey hem etkilenir hem de diğer insanları etkiler. Sporun yeni arkadaşlıkların kurulmasına ve sosyal iletişime katkı sağladığı söylenebilir. Sosyalleşmenin erken yaşlarda başlaması ve beden eğitimi ile spor faaliyetlerine katılımın çocukluk ve gençlik çağlarında gerçekleşmesi, sporun sosyalleşmeyle birlikte ele alınmasını gerektirir. Oyunlar ve spor, farklı toplumun yansımalarını içerir. Bu durum, sosyalleşme süreçlerinin oyun ve spor ortamlarında bulunmasından kaynaklanmaktadır. Rol oynama, statü, tabakalaşma, liderlik, disipline uyum, rekabet ve işbirliği gibi sosyalleşme alanları, bireyler için oyun ve spor

aktivitelerinin verimli bir eğitim alanı haline gelmesini sağlar (Akıncı, 2007).

Yenilik ve uygun mücadeleler sunarak katılımcıları güdüleyen ve ilgilerini tutan çeşitli alıştırma etkinlikleri sunmanın gençlik sporunda uzun süreli motivasyon için önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Aynı şekilde, öğrencilerin beceri gelişimleri için faydalı ve önemli gördükleri ve katılımcıların becerilerini gerçek ortamlarda çalışabileceği ve uygulayabileceği etkinlikler planlamanın spor aracılığıyla psikomotor ve psikososyal gelişimlerini güçlendirmek adına umut vadeden bir yol olduğu görülmektedir. Diğer taraftan etkinliklerin aşırı tekrarı bilhassa adı geçen özellikten yoksun iseler bıkkınlığa ve salıvermeye/kopuşa neden olabilmektedir (Bengoechea, 2017).

Sportif faaliyetler, çeşitli yollarla bireylerin yaşamlarına dahil olmakta, onlarla doğrudan ya da dolaylı olarak bağ kurmakta ve her zaman canlılığını koruyan etkinliklerdir. Spor faaliyetleri, insanların ilgisini her dönemde çekmeyi başarmış olup, toplumsal gereksinimlerin karşılanmasında da görev üstlenmektedir. Spor ortamında, bireylerin düşünceleri, davranışları, görüşleri ve inançlarıyla ilişkili semboller bulunması, sporun toplumsal bir boyuta sahip olduğunu göstermektedir. Bu özellikleriyle spor, bireylerin sosyalleşmesine yardımcı olan önemli bir araçtır (Şahin, 2020).

Gençlik sporu, etkinlikler için katılımcılara yeterli zaman verilirse ve ayrıca rekabet edilebilir bir seviyede bir spor branşına yatırım yapma seçilirse, dahil oldukları etkinlik ve rollerin gelişimsel içerim etkisini tespit etmek için uygun ölçeklerin yeterli olmamasından dolayı sorun yaşanmaktadır. Şöyle ki oyun kurgusu içerisinde yer alan sportif alıştırma süreleri yer aldıkları etkinliklerin ilgili özelliklerini gençlik spor katılımcısının kavramasını değerlendirmek için ölçek gelişimi sporda gençlik ilerlemesi üzerinde çalışmak adına önemli bir ilerleme kaydedecek bunun sonucunda da genç nesil psikososyal ve biyoekolojik olarak kendini geliştirmiş olacaktır.

## 2. MATERYAL VE YÖNTEM

Nicel bir araştırma deseni temel alınarak gerçekleştirilen bir araştırma, bir evren içinde bulunan birçok bireyden oluşan bir örneklem veya evrenin tamamı üzerinde taranarak genel bir yargıya ulaşma amacı güden genel tarama modelini uygulamıştır. (Karasar, 2012).

### 2.1. Evren-Örneklem

Araştırmanın örneklemini Balıkesir ilinde Milli Eğitim Bakanlığına bağlı ortaokul ve liselerde öğrenim gören 13-18 yaş arası ergen bireyler oluşturmaktadır. Araştırmamızda 346 kişiye ulaşılmış, yapılan analizler sonucunda eksik ve fazla veriler çıkarıldıktan sonra 338 kişinin anketleri incelenmiştir. Araştırmamıza 13-18 yaş arası 182 kadın, 156 erkek toplam 338 genç birey katılmıştır.

Örneklem büyüklüğü belirlenirken 0,05 hata payına göre 2500 evren için 333 kişilik örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu belirtilmiştir. Bu doğrultuda mevcut çalışmanın örneklem büyüklüğü (338) literatürde belirtilen örneklem büyüklüğünü karşılamaktadır (Yazıcıoğlu, 2004).

### 2.2. Veri Toplama Araçları

Gençlik ve spor etkinlik ölçeği (GSEÖ) Bengoechea, 2017 tarafından güdülenme (5 madde), değer/kullanışlılık (4 madde), otantiklik (3 madde), tekrar/bıkkınlık (4 madde), verimsizlik (4 madde) olmak üzere 5 alt boyut ve toplam 20 madde olarak geliştirilmiştir. Ölçek beşli likert tipinde oluşturulmuştur.

Gençlik ve spor etkinlik ölçeği'nin (GSEÖ) çeviri aşaması Bengoechea'nın (2017) belirttiği hususları dikkate alarak, çeviri ve geri çeviri yöntemleri kullanılarak çalışma gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin İngilizce orijinal versiyonu öncelikle, spor bilimleri alanında akademik çalışmalar yapan bir yazar ve uzman tarafından Türkçe'ye çevrilmiştir. İki çevirmen, bir yazar ve bir uzmanın işbirliğiyle, öncelikle birleştirilmiş ve ardından akademik çalışmalar yürüten bir dilbilimciye sunulmuş ve ardından İngilizce'ye tekrar çevrilen bir ölçek oluşturulmuştur. Spor bilimleri alanında yazan bir yazar, dilbilimci bir uzman ve yabancı diller bölümü uzmanı, Türkçe versiyonunu orijinal versiyonla karşılaştırarak en uygun çevirilerle oluşturmuşlardır.

Verilerin analiz aşamasında, "SPSS 25 ve SPSS AMOS 23" programları kullanılarak işlemler gerçekleştirilmiştir. GSEÖ'nün faktör yapısını incelemek amacıyla açımlayıcı faktör analizi (AFA) gerçekleştirilmiş ve faktör yükleri 0.40'dan düşük olan maddeler dikkate alınmamıştır (DeVellis, 2014). Ardından, belirlenen faktörlerin ve ölçeğin yapısını değerlendirmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmış ve oluşturulan modelin yeterliliğini değerlendirmek için "RMSEA, CFI, GFI ve  $\chi^2$ " değerleri kullanılmıştır. Bu değerlendirme, oluşturulan modelin uygunluk düzeyini göstermektedir.

## 3. BULGULAR

### 3.1. Yapı Geçerliliği

#### Açımlayıcı Faktör Analizi:

Açımlayıcı faktör analizi, sosyal bilimlerde, ölçeklerin geliştirilmesi veya farklı bir dile uyarlanması sırasında, kavramsal geçerliliğin kanıtlanması için en yaygın kullanılan tekniklerden biridir ("Çokluk, Şekercioğlu & Büyüköztürk", 2018).

GSE "Ölçeği verilerinin faktör analizi için uygunluğunu belirlemek için" "Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)" ve "Bartlett" küresellik testine başvurulmuştur (Tablo 1). Elde edilen sonuçlara göre, "KMO değeri 0.82 ve Bartlett testi değeri 2275.713 ( $p<0.05$ )" olarak bulunmuştur. "KMO ve Bartlett" analizleri sonucunda, verilerin faktör analizi için uygun olduğu sonucuna varılmıştır.

KMO değerinin yüksek olması, verilerin analiz yapılmaya uygunluk düzeyini gösterir. KMO değeri ,90 üzerinde ise “mükemmel” ,80 üzerinde ise “çok iyi” yorumu yapılmaktadır (Çokluk vd., 2018; Sharma, 1996). Tablo 1’e göre GSEÖ verileri faktör analizi yapabilmek için çok iyi düzeydedir.

Barlett testinde anlamlılık değerinin ,05’den küçük olması, değişkenler arasında yüksek korelasyonlar olduğunu ve korelasyon matrisine göre faktörler oluşturulabileceği anlamına gelmektedir (Şencan, 2005; Hair ve ark., 1998). Tablo 1’e göre Barlett testi sonucu incelendiğinde ( $p=,00 < ,05$ ) olduğundan dolayı veriler arasındaki korelasyondan dolayı faktörlerin oluşturulacağı dolayısı ile verilerin faktör analizi için uygun olduğu görülmektedir.

Sipahi ve arkadaşlarına göre (2008), KMO tüm soruların faktör analizine uygunluğunu ölçerken, örneklem uygunluk ölçüsü (Measure of Sampling Adequacy-MSA) değeri her bir sorunun faktör analizine uygunluğunu ölçmekte ve bu değerleri ters imaj korelasyon matrisinde (anti-image correlation matrix) belirtmektedir. Ters imaj korelasyon matrisinde ,50’den küçük değere sahip soruların analizden çıkarılması gerekmektedir (Aktaran: Arslan, 2011). Bu matristeki hiçbir değer ,50’nin altında olmadığı için hiçbir soru ölçekten çıkarılmamıştır.

Çalışmada toplam varyansın %64,194’ünü açıklayan ve öz değeri 1’in üzerinde olan 6 faktör önerildiği belirlenmiştir (Tablo 2).

**Tablo 2.** Açıklanan Toplam Varyans

Faktör	Başlangıç Öz Değerleri			Yük Kareleri Toplamı		
	Toplam Özdeğer	Varyans %'si	Birikimli %	Toplam Özdeğer	Varyans %'si	Birikimli %
1	5,617	28,085	28,085	5,617	28,085	28,085
2	2,032	10,158	38,243	2,032	10,158	38,243
3	1,623	8,116	46,359	1,623	8,116	46,359
4	1,380	6,898	53,257	1,380	6,898	53,257
5	1,167	5,836	59,093	1,167	5,836	59,093
6	1,020	5,101	64,194	1,020	5,101	64,194

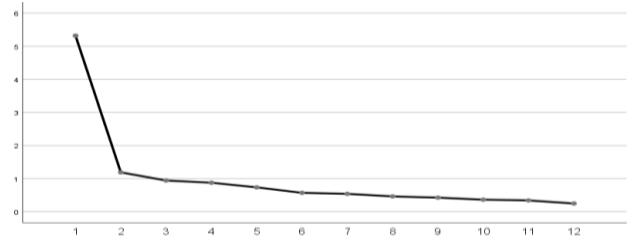
Faktör sayısını belirleme sürecinde, Dunteman'a (1989) göre, ölçek için dahil edilebilmeleri için elde edilen faktörlerin “toplam öz değerlerinin 1’den büyük olması ve öz değeri 1’den büyük her faktörün toplam varyansın” %5’ten fazlasına katkıda bulunması gerekmektedir (Aktaran: Kilci, 2020). Tablo 2’de görüldüğü gibi, bu koşulu sağlayan 3 faktörün Analitik Faktör Analizi (AFA) için kullanılacağı tespit edilmiştir.

Eğim-birikinti grafiği kullanılarak faktör sayısını belirlemek için ikinci bir yöntem uygulanmış ve grafikte eğimin beşinci noktadan sonra istikrarlı bir şekilde seyrettiği tespit edilmiştir. Faktör sayısı için belirleyici olan kesme noktası, platonun olduğu nokta olan üç olarak belirlenmiştir (Kilci, 2020).

**Tablo 1.** KMO ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları

“Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.”		Approx. Chi-Square	2275,713
“Bartlett's Test of Sphericity”	Test of df		190
	“Sig.”		“,000”

Faktör sayısını belirlemek için öz değerlerden faydalanarak varimax döndürme yöntemi uygulanmış ve temel bileşenler analizi kullanılmıştır. Bu yöntemler, en uygun faktör sayısını belirlemek için kullanılan yöntemlerdir ve temel bileşenler analizi, faktör sayısını tahmin etmek için kullanılan bir yöntemdir ve 1’den büyük sayıda öz değer üreten bileşenlerin az sayıda olması, faktör sayısını kestirmek için mantıklı bir alternatif oluşturur (Tabachnick & Fidell, 2013). Şekil 1’de görüldüğü gibi, eğim üçüncü noktadan sonra düzlük oluşturmaya başlamaktadır. Faktör sayısı için belirleyici olan kesme noktası, eğimin düzlük oluşturmaya başladığı üçüncü nokta olarak belirlenmiştir. Eğim, üçüncü noktadan sonra yatay bir şekilde seyretmektedir, bu da faktörlerin varyansa olan katkılarının azalmaya başladığını gösterir.



**Şekil 1.** GSEÖ Yamaç Birikinti Grafiği

Faktör sayısı üç olarak belirlendikten sonra, faktörlerde yer alan faktör yük değerleri incelenmiştir. Literatürdeki bazı kaynaklara göre, faktör yükü için kabul edilebilir değerler Tabachnick ve Fidell'e (2013) göre en az 0.32, DeVellis'e (2012) göre 0.40 ve Kalaycı'ya (2018) göre 0.30'dur. Bu çalışmada, Analitik Faktör Analizi (AFA) için faktör yük değerlerinin kabul düzeyi en az 0.40 olarak belirlenmiştir.

AFA yöntemi kullanılarak, toplam varyansın %5'ten daha fazlasına etki eden üç faktör belirlenmiştir. Bu faktörler dışında kalan beş madde (3, 4, 8, 13, 16) ölçekten çıkarılmıştır. Bu maddeler çıkarıldıktan sonra, tekrar varimax döndürme işlemi uygulanmıştır. Faktör analizi yeniden yapılmış ve toplam öz değeri 1'in üzerinde ve varyansa katkısı %5'ten fazla olan, 15 maddeye sahip üç faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu yapı, toplam varyansın %62,057'sini açıklamaktadır (Tablo 3).

**Tablo 3.** Varimax Döndürme Sonrası Açıklanan Toplam Varyans

Faktör	“Başlangıç Öz Değerleri”			“Yük Kareleri Toplamı”		
	Toplam Özdeğer	Varyans %'si	Birikimli %	Toplam Özdeğer	Varyans %'si	Birikimli %
1	5,317	44,311	44,311	5,317	44,311	44,311
2	1,188	9,904	54,214	1,188	9,904	54,214
3	1,941	7,843	62,057	1,941	7,843	62,057

DeVellis'in (2012) ifadesine göre, ölçek geliştirme çalışmalarında açıklanan varyansın en az %40 olması önerilmektedir" (Arslan, 2018). Bu bağlamda, faktör sayısı belirlendikten ve maddeler çıkarıldıktan sonra yapılan döndürme işlemi sonucunda elde edilen %62.057'lik açıklanan varyans değeri, ölçeğin yeterli bir şekilde varyansı açıkladığını göstermektedir.

Faktör ve madde sayıları belirlendikten sonra, oluşan faktörlerin isimlendirilmesi sürecine geçilmiştir. Bu süreçte, orijinal ölçekteki faktör isimleri dikkate alınarak isimlendirmeler yapılmıştır. Buna göre, 1. faktör "Güdülenme", 2. faktör "Kullanışlılık" ve 3. faktör ise "Öğrenme" olarak isimlendirilmiştir, bu şekilde faktörlerin anlamlarını yansıtan isimler verilmiştir.

Tablo 4'te, isimlendirilen faktörler ve ölçekte yer alan 15 maddenin faktörlere göre 62-78 değişen madde yükleri, faktörlerin öz değerleri ve varyans açıklamalarına ilişkin bulgular sunulmuştur. Bu tabloda, her bir faktörle ilişkili olarak maddelerin yük değerleri görülebilir. Ayrıca, faktörlerin öz değerleri ve varyans açıklamaları da tabloda yer almaktadır, bu da faktörlerin önem düzeyini ve ölçeğin ne kadar açıklayıcı olduğunu gösterir.

**Tablo 4.** Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktör Adı	Maddeler	Faktörler		
		1	2	3
Güdülenme	G-1	,752		
	G-2	,783		
	G-3	,700		
	G-4	,724		
	G-5	,675		
	G-6	,642		
Kullanışlılık	K-1		,719	
	K-2		,629	
	K-3		,755	
	K-4		,692	
	K-5		,630	
Öğrenme	Ö-1			,762
	Ö-2			,650
	Ö-3			,734
	Ö-4			,640
<b>ÖZ DEĞER</b>		5,317	1,188	1,941
<b>AÇIKLANAN VARYANS</b>	62,057	44,311	9,904	7,843

### 3.2. "Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA):"

DFA, ölçek geliştirme ve geçerlilik çalışmalarında yaygın olarak tercih edilen bir analiz yöntemidir. Bu analiz yöntemi, açıklayıcı faktör analizi (AFA) sonucunda oluşturulan modelin doğruluğunu test etmek veya doğrulamak amacıyla yapılır (Yaşlıoğlu, 2017). Genel olarak, DFA, oluşturulan yapının, önceden hipotez edilen modele ne kadar uygun olduğunu değerlendirerek, ölçeğin geçerliğini ve doğruluğunu belirlemeye yardımcı olur.

Elde edilen veriyi açıklama yeteneği, belirlenen modele dayalı olarak analiz sonucunda ortaya çıkan uyum indeksleri ile değerlendirilir. Uyum indeksleri, modelin kabul edilip edilmemesi kararını vermede yardımcı olur (Ayyıldız & Cengiz, 2006). "Çoklu grup modellerinde uyum indeksini test etmek için en yaygın kullanılan istatistikler arasında ki-kare uyum testi, GFI, CFI ve RMSEA değerleri bulunmaktadır" (Schumacker & Lomax, 2016).

DFA analizi sonucunda, Gençlik ve Spor Etkinlik Ölçeği'nin 15 madde ve 3 alt boyuttan oluştuğu belirlenmiştir ve ölçek, yeterli uyum indekslerini göstermiştir. Bununla birlikte, "Başar'a (2016) göre, regresyon katsayılarının 0.40'ın üzerinde olması, maddelerin ait oldukları alt faktöre iyi derecede uyum sağladığını gösterir." Bu bağlamda, regresyon katsayısı 0.40'dan düşük olan üç madde (10, 18, 20. maddeler) teker teker çıkarılmış ve analiz yeniden yapılmıştır.

12 madde ve 3 alt boyuttan oluşan yeni modelin uyum indekslerine ait değerlerin yükseldiği görülmüş ve ki-kare ( $\chi^2$ )=196,262; serbestlik derecesi (df)=76; CMIN/DF=2,774; GFI=,913; CFI=,987; RMSEA=,078 ve SRMR=,038 olarak bulunmuştur (Tablo 5).

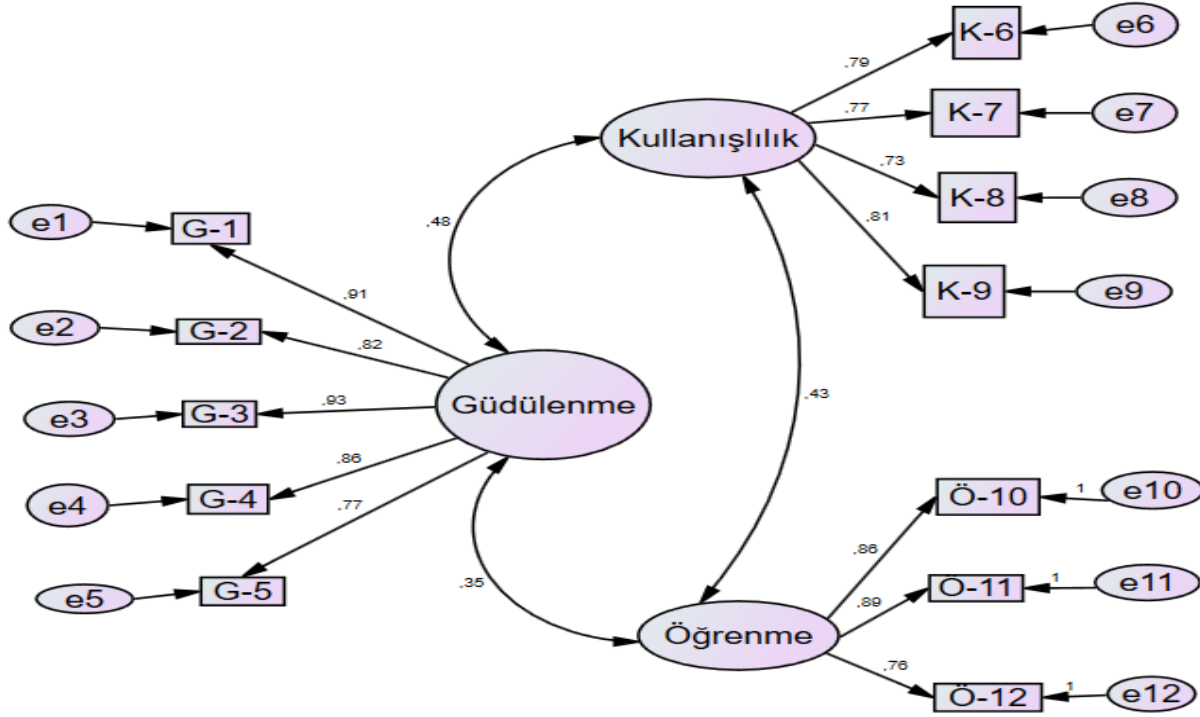
**Tablo 5.** Ölçülen Modelin Uyum İndeksleri

Uyum İndeksi	Model Sonucu	Kabul Edilir Uyum Aralığı	Kaynak
Ki-kare ( $\chi^2$ )	196,262	-	-
Serbestlik Derecesi (df)	76	-	-
CMIN/DF ( $\chi^2/df$ )	2,774	$\chi^2/df \leq 3$	(Hair, Black, Babin Anderson & Tatham, 2006)
Uyum İyiliği İndeksi (GFI)	,913	$\geq ,90$	(Schumacher ve Lomax, 2016)
Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI)	,987	$\geq ,90$	(Tabachnick ve Fidell, 2013)
Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (RMSEA)	0,78	$\leq ,08$	(Schumacher ve Lomax, 2016)
Standartlaştırılmış Hata Kareleri Ortalamasının Karekökü (SRMR)	0,38	$< ,05$	(Ulman, 1996; Akt; Adiloğulları ve Görgülü, 2015)

Gençlik ve Spor Etkinlik Ölçeği'nin path diyagramını gösteren Şekil 2'ye göre, ölçekte yer alan maddelerin standardize edilmiş yol katsayıları, 0.73 ile 0.93 "arasında değişmektedir. Bu katsayılar, gözlenen değişkenlerin gizli (örtük) değişkenlere olan etkisini" göstermektedir. Yüksek katsayı değerleri, maddelerin ilgili faktörlere iyi bir uyum

sağladığını ifade etmektedir (Başar, 2016). Ayrıca, bu katsayıların 0.10'dan küçük olması "küçük etki", 0.11 ile 0.49 arasında olması "orta etki" ve 0.50'nin üzerinde olması

ise "büyük etki" olarak kabul edilir (Aksu, Eser & Güzeller, 2017).



Şekil 2. Gençlik ve Spor Etkinlik Ölçeği (GSEÖ) Path Diyagram

### 3.3. Güvenirlilik

Faktör analizi tamamlandıktan sonra, ölçeğin ve belirlenen alt boyutların (faktörlerin) güvenilirliklerinin değerlendirilmesi önemlidir. Güvenirlilik, "bir ölçekte yer alan soruların birbirleriyle tutarlılığını ve kullanılan ölçeğin ilgili sorunu ne ölçüde yansıttığını ifade eder." Bu nedenle, güvenilirlik analizleri ölçeğin sağlamlığını ve güvenilirliğini belirlemek için kullanılır (Kalaycı, 2018).

"DeVellis (2012) ölçeklerin güvenilirliğini değerlendirirken, çok boyutlu likert tipi ölçekler için temel bileşenler faktör analizi ve iç tutarlılık analizlerinin sıklıkla kullanılmasını önermektedir. İç tutarlılık güvenilirlik analizleri, ölçek maddeleri ile gizli değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla kullanılır." Ölçekteki maddeler ile gizli değişken arasındaki yüksek korelasyon ne kadar güçlüyse, ölçeğin iç tutarlılığı da o derecede yüksek olacaktır. Bu analizler, ölçeğin güvenilirliğini ve tutarlılığını belirlemek için önemli araçlardır. Bu çalışmada, iç tutarlılık güvenilirlik düzeyini hesaplamak için, ölçek geliştirme çalışmalarında yaygın olarak kullanılan "Cronbach's Alpha" (Karagöz, 2016) yöntemi ile ölçekteki soruların bir yapıyı oluşturup oluşturmadığını belirleyen ve soruları iki eşit parçaya ayırarak aralarındaki korelasyonu hesaplayan "Split Half" (yarıya bölme) yöntemi (Kalaycı, 2018) kullanılmıştır.

Yapılan analizlerin değerlendirilmesi sırasında, Cronbach's Alpha katsayısı 0.60 ile 0.80 arasında ise oldukça güvenilir, 0.80 ile 1.00 arasında ise yüksek derecede güvenilir olarak kabul edilir (Kalaycı, 2018'ye göre). Hinkin'in (1995) belirttiğine göre, bir ölçeğin güvenilir kabul edilebilmesi için

split-half güvenilirlik analizinde korelasyon katsayısının 0.20 ile 0.90 arasında olması ve Spearman Brown katsayısının ise 0.70'den yüksek olması gerekmektedir.

Tablo 6. Cronbach's Alpha Güvenirlilik Analizi

Faktör Adı	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha
Güdülenme	5	,778
Kullanışlılık	4	,716
Öğrenme	3	,856
ÖLÇEK	12	,845

Verilere dayanarak yapılan analizler sonucunda, 3 faktörlü ve 12 maddeden oluşan ölçeğin "Cronbach's Alpha" iç tutarlılık katsayısı 0.845 olarak hesaplanmıştır. Ayrıca, AFA sonucunda elde edilen 3 faktör için güvenilirlik analizi yapılmıştır. Bu analizde, Güdülenme faktörü için "Cronbach's Alpha" değeri 0.778, Kullanışlılık faktörü için 0.716 ve Öğrenme faktörü için 0.856 olarak bulunmuştur. Bu değerlere göre, "Güdülenme" ve "Kullanışlılık" faktörlerinin oldukça güvenilir olduğu, "Öğrenme" faktörünün ise yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir.

**Tablo 7.** Split-Half Güvenilirlik Analizleri

Faktörler	Korelasyon Katsayısı	Spearman-Brown Katsayısı		Guttman Split-Half Katsayısı
		Eşit Uzunluk	Eşit Olmayan Uzunluk	
Güdülenme	,720	,837	,842	,798
Kullanışlılık	,568	,724	,724	,724
Öğrenme	,551	,711	,729	,608
Ölçek	,637	,778	,795	,698

Güdülenme” faktörü; spor etkinliklerine katılan genç bireylerin bu etkinlikleri kendi istekleri doğrultusunda ve istekli bir şekilde yapma düzeylerini açıklamaktadır.

Bu faktördeki beş madde üzerinden gerçekleştirilen ikiye bölme analizi sonuçlarına göre, formlar arası korelasyon katsayısı 0.720, eşit uzunlukta “Spearman-Brown” katsayısı 0.837, eşit olmayan “Spearman-Brown” katsayısı 0.842 ve “Guttman Split Half” katsayısı ise 0.798 olarak belirlenmiştir. Bu değerler, ölçeğin iç tutarlılığının ve güvenilirliğinin değerlendirilmesi için önemli göstergelerdir.

Kullanışlılık” faktörü; egzersiz etkinliği katılımcıların spor alanında öğrenmesine ve geliştirmesine yardım etkisini açıklamaktadır. Bu faktörde yer alan dört madde üzerinden yapılan “Split Half” analizine göre; formlar arası korelasyon katsayısı ,568, “eşit uzunluk Spearman-Brown” katsayısı ,724, eşit olmayan “Spearman-Brown” katsayısı ,842 ve “Guttman Split Half” katsayısı ise ,724 olarak tespit edilmiştir.

Öğrenme” faktörü; spor aktiviteleri sırasında genç bireylerin hem yapılan etkinlik hem de grup içerisinde farklı bireylerden elde ettikleri bilgileri açıklamaktadır. Bu faktörde yer alan üç madde üzerinden yapılan “Guttman Split Half” analizine göre; formlar arası korelasyon katsayısı ,551, “eşit uzunluk Spearman-Brown” katsayısı ,711, eşit olmayan “Spearman-Brown” katsayısı ,729 ve “Guttman Split Half” katsayısı ise ,608 olarak tespit edilmiştir.

Ölçekteki her bir maddenin tek-çift olarak gruplandığı “Split Half” analizine göre formlar arası korelasyon katsayısı ,637, “eşit uzunluk Spearman-Brown” katsayısı ,778, eşit olmayan “Spearman-Brown” katsayısı ,795 ve “Guttman Split Half” katsayısı ise ,698 olarak belirlenmiştir. Yapılan analiz sonuçları, elde edilen değerlerin faktörlerin son derece güvenilir olduğunu gösterdiğini işaret etmektedir.

#### 4. TARTIŞMA VE SONUÇLAR

Bu çalışma, Gençlik ve Spor Etkinlik Ölçeği'nin (GSEÖ) Türk araştırmacılarının kullanımına sunulması amacıyla Bengochea (2017) tarafından geliştirilen ölçeğin Türkçe'ye uyarlanması içeriktedir. Elde edilen verilerin faktör analizi için uygun olup olmadığını belirlemek amacıyla “KMO ve Bartlett Küresellik Testleri” uygulanmıştır. “KMO” değeri 0.826 olarak bulunmuş ve “Bartlett” testi sonucunda anlamlı bir ilişki saptanmıştır ( $p=0.00 < 0.50$ ). Bu bulgulara göre, veriler arasındaki korelasyonun faktörlerin oluşumuna uygun olduğu ve verilerin faktör analizine uygun olduğu görülmektedir. Açımlayıcı faktör analiziyle GSE

Ölçeği'nin faktör sayısını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen analizde, toplam varyansa katkısı %5'in altında olan 4., 5. ve 6. faktörlerdeki maddeler (3-4-8-13-16. madde) ölçekten çıkarılmış ve sonuç olarak toplam varyansın %62.057'sini açıklayan 15 maddelik 3 faktör (Güdülenme, Kullanışlılık ve Öğrenme) elde edilmiştir. Bu faktörlerin, toplam varyansa yeterli bir katkıda bulunduğu gözlemlenmektedir. Faktör yük değerleri incelendiğinde, birinci faktör için 0.64 ile 0.78 arasında, ikinci faktör için 0.62 ile 0.75 arasında ve üçüncü faktör için 0.64 ile 0.76 arasında değiştiği gözlemlenmektedir.

Faktör yük değerlerinin büyüklük açısından değerlendirildiğinde, tüm maddelerin mükemmel düzeyde olduğu söylenebilir (Comrey ve Lee, 1992; akt. Çokluk vd., 2018). Bu bağlamda, belirlenen faktörlerin toplam varyansa katkısının iyi bir seviyede olduğu gözlenmektedir.

Açımlayıcı faktör analizi sonucunda, "Gençlik ve Spor Etkinlik Ölçeği" (GSEÖ) kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi (DFA) modeli oluşturulmuştur. GSE Ölçeği, Güdülenme, Kullanışlılık ve Öğrenme gibi gizli değişkenlerden ve bu gizli değişkenleri açıklayan gözlenen değişkenlerden oluşan bir modele dönüştürülmüştür.

İlk oluşturulan model iyi bir uyum indeksine sahip olsa da, daha geçerli bir modelin oluşturulabileceği düşünülmüştür. DFA'da standartlaştırılmış regresyon katsayıları incelenmiş ve 0.40'tan düşük olan üç madde (10-18-20. madde) sırasıyla çıkarılmıştır (Başar, 2016). Analiz yeniden yapılmış ve 12 madde ve 3 alt boyut içeren yeni bir model oluşturulmuştur, bu model daha iyi uyum indekslerine sahiptir. Ki-kare uyum testi sonucunda ( $\chi^2/df=2.774$ ), uyumun kabul edilebilir olduğu söylenebilir. “Uyum iyiliği indeksi (GFI=0.91), karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI=0.98) ve yaklaşık hataların ortalama karekökü (RMSEA=0.07) değerleri, uyumun kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir.” Bu indeksler, modelin doğrulandığını göstermektedir. Ayrıca, gizli faktörlerin her biri ve onları ayrı ayrı gözlenen maddeleri arasında güçlü ilişkiler bulunduğu gözlemlenmektedir. (,62-,78 arası). GSE Ölçeği, 12 madde ve 3 alt boyuttan oluşmaktadır ve güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin iç güvenilirlik katsayısı olan Cronbach Alpha katsayısı 0.84 olarak bulunmuştur. Ayrıca, ölçekte yer alan diğer üç alt boyutun “Cronbach Alpha” katsayısı değerleri 0.77 ile 0.85 arasında değişmektedir. Güvenirliğin daha da test edilmesi amacıyla yarıya bölme (split-half) analizi uygulanmıştır. Bu analiz sonucunda ölçeğin kendisiyle ve alt boyutlarıyla olan korelasyon katsayısı 0.63, “Spearman-Brown” “eşit uzunluk katsayısı 0.77 ve eşit olmayan uzunluk katsayısı 0.79” olarak bulunmuştur. Alt boyutlar için ise korelasyon katsayıları 0.55 ile 0.72, “Spearman-Brown” “eşit uzunluk katsayıları 0.71 ile 0.83 ve eşit olmayan uzunluk katsayıları 0.72 ile 0.84” arasında değişmektedir. Bu bulgular, ölçeğin ve tüm alt boyutların güvenilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Bu bulgulara dayanarak, “12 madde” ve “3 alt boyuttan” oluşan “Gençlik ve Spor Etkinlik Ölçeği'nin (GSEÖ)” geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu, her bir faktörün soruları doğru şekilde temsil ettiği ve spor etkinliklerine katılan bireylerin psikosozyal ve biyoekolojik gelişim düzeylerini belirlemek için kullanılabilirliği söylenebilir. GSEÖ'den elde edilen verilerin değerlendirilmesi yapılırken, alt boyutlardan elde edilen toplam puanlar göz önünde bulundurulur. Herhangi bir alt boyuttan alınan puanın

artması, bireyin spor etkinliklerine katılımı ile birlikte psikososyal gelişim düzeyinin de yükseleceği sonucuna varılabilir. Örneğin, güdülenme alt boyutu beş maddeden oluşmakta ve her bir madde 1 ile 5 arasında derecelendirilmektedir. Bu nedenle, bir alt boyuttan elde edilebilecek toplam puanlar güdülenme için 5-25, kullanışlılık için 4-20, öğrenme için ise 3-15 aralığında değişiklik gösterecektir. Bu araştırmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Çalışma grubu çoğunlukla 13-18 yaş arasındaki beden eğitimi ve spor derslerine katılan genç ergenlerden oluşmaktadır. Bu nedenle, ölçeğin hem beden eğitimi ve spor derslerine devam eden hem de okul dışında spor etkinliklerine katılan bireylere uygulanması, genç bireylerin psikososyal düzeylerini ölçme kabiliyetini daha kapsamlı bir şekilde değerlendirebilmek için uygun araştırmalarla gerçekleştirilebilir. Bu araştırma, egzersiz yapan ve spor faaliyetlerine katılan bireylerin özgüven gelişimini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, sporun bireyin toplum içindeki konumu üzerindeki etkisini inceleyerek, sporu yalnızca sosyal bir aktivite olmanın ötesinde, bireyin kendi yeteneklerini keşfetme amacıyla bir amaç haline getirip getirmediğini anlamaya yönelik beden eğitimi ve spor alanına sunulmuştur. Yapılan geçerlik ve güvenilirlik analizleri, GSEÖ'nün spor etkinliklerine katılan bireylerin psikososyal ve biyolojik düzeylerini ölçmede kullanılabilir geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, GSEÖ araştırmacılar tarafından güvenilir ve geçerli veri toplama aracı olarak tercih edilebilir. (Ek-1)

## TEŞEKKÜR

Gençlik ve spor etkinlik ölçeği'nin (GSEÖ) çeviri aşaması Enrique Garcia Bengochea'nın 13.06.2023 tarihinde kendisinden mail yolu ile izin alınarak, belirttiği hususlar çerçevesinde yapılmıştır.

## KAYNAKLAR

AKINCI, A. Y. (2007). *Ortaöğretim kurumlarında beden eğitimi ve spor etkinliklerinin, sosyalleşme süreci ve şahsiyetin oluşmasında katkısı*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi] Dumlupınar Üniversitesi.

AKSU, G., ESER, M.T., GÜZELLER, C. O. (2017). *Açımlayıcı ve Doğrulayıcı Faktör Analizi ile Yapısal Eşitlik Modeli Uygulamaları*, Detay Yayıncılık, Ankara.

ARSLAN, S. (2011). Serbest Zaman Kullanımı: Sıradan Serbest Zaman Etkinlikleri ve Sistemli Serbest Zaman Etkinlikleri. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(2), 1-10.

AYYILDIZ, H., CENGİZ, A. G. E. (2006). *Pazarlama Modellerinin Testinde Kullanılabilir Yapısal Eşitlik Modeli (Yem) Üzerine Kavramsal Bir İnceleme*. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 11(2), 63-84.

BAŞAR E.E. (2016). *Hane Halklarının Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Ölçülmesine Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması*, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı. Doktora Tezi, Erzurum.

BİDDLE SJH, ASARE M. (2011). *Physical activity and mental health in children and adolescents: a review of reviews* *British Journal of Sports Medicine*.

BRONFENBRENNER, U., MORRIS, P. A. (1998). *The Ecology Of Developmental Processes*. In W. Damon (Series Ed.) & R. M. Lerner (Vol. Ed.), *Handbook Of Child Psychology*. Vol 1. Theoretical Models Of

CÔTÉ, J., BAKER, J., ABERNETHY, B. (2007). *Practice And Play In The Development Of Sport Expertise*. In R. Eklund & G. Tenenbaum (Eds.), *Handbook Of Sport Psychology* (3rd Ed., Pp. 184–202). Hoboken, NJ: Wiley.

CÔTÉ, J., ERİCKSON, K., ABERNETHY, B. (2013). *Practice And Play In Sport Development*. In J. Côté & R. Lidor (Eds.), *Condition Of Children's Talent Development In Sport* (Pp. 9–20). Morgantown, WV: Fitness Information Technology.

CÔTÉ, J., FRASER-THOMAS, J. (2016). *Youth Involvement And Positive Development In Sport*. In P. R. E. Crocker (Ed.), *Sport And Exercise Psychology: A Canadian Perspective* (3rd Ed., Pp. 256–287). Toronto, ON: Pearson.

ÇOKLUK, Ö., ŞEKERCİOĞLU, G., BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2018). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve LISREL Uygulamaları*, 5. Baskı, Ankara: Pegem Akademi.

DE VELLIS, R.F. (2012). *Ölçek Geliştirme: Kuram Ve Uygulamalar* (Ed.Tarık Totan), Ankara: Nobel Yayıncılık.

DECI, E. L., RYAN, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation And Self-Determination In Human Behavior*. New York, NY: Plenum.

EKİNCİ, N. E., DEMİREL, M., HARMANDAR DEMİREL, D., VE IŞIK, U. (2015). *Lise öğrencilerinin yalnızlık algılarının rekreasyonel etkinliklere katılımları ve bireysel değişkenlere göre incelenmesi*. *Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2(2),

ERİCSON, K. A., KRAMPE, R. T., TESCH-ROMER, C. (1993). *The Role Of Deliberate Practice In The Acquisition Of Expert Performance*. *Psychological Review*, 100, 363–406.

ERİKSON, E.H. (2019)., *İnsanın 8 Evresi*, (G. Akkaya, Çev.). Okyanus Yayınevi. 18-56.

EYÜBOĞLU D, EYÜBOĞLU M. (2022). *Egzersiz çocukların psikososyal gelişimi üzerine etkileri*. *Atalay E, editör. Egzersiz ve Çocuk Gelişimi*. 1. Baskı. Ankara: Türkiye Klinikleri; p.8-14.

GARCÍA BENGOCHEA, E., SABİSTON, C. M., WILSON, P. M. (2017). *Assessing Practice-Based Influences On Adolescent Psychosocial Development In Sport: The Activity Context In Youth Sport Questionnaire*. *Journal Of Sports Sciences*, 35(1), 56-64.

HAİR, J.F., BLACK, W.C., BABİN, B., ANDERSON, R. E., TATHAM, R.L. (2006). *Multivariate Data Analysis (Sixth Edition)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

HİNKİN, T. R. (1995). *A Review Of Scale Development Practices In The Study Of Organizations*. *Journal Of Management*, 21(5), 967-988. *Human*

Development (5th Ed., Pp. 993–1029). New York, NY: John Wiley & Sons.

KABASAKAL, Z., ÇELİK, N. (2010). *Sosyal beceri eğitiminin ilköğretim öğrencilerinin sosyal uyum düzeylerine etkisi. İlköğretim Online*, 9(1), 203-212.

KALAYCI, Ş. (2018). Faktör Analizi, Kalaycı Ş. (Ed.) İçinde *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 8. Baskı. Ankara: Dinamik Akademi.

KARAGÖZ Y. (2016). *SPSS Ve AMOS Uygulamalı İstatistiksel Analizler*. Nobel Akademik Yayıncılık, Birinci Baskı, Ankara.

KARASAR, N. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. (24. Basım). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

KİLCİ, A. K. (2020). *Dijital Spor Oyunları Motivasyon Ölçeği (DSOMÖ): Türkçeye Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması*. Uluslararası Spor Egzersiz ve Antrenman Bilimi Dergisi, 6(1), 6-18.

KOÇAK, Ç. V. ve ÇAKIR, F. (2020). Ergenlerde spor, sosyal kaygı ve okul tükenmişliği ilişkisi. *Sportmetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 18(4).

KÜÇÜK, V., HARUN, K. O. Ç. (2004). Psiko-sosyal gelişim süreci içerisinde insan ve spor ilişkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (9).

LAKER, A. (2000). Beyond the boundaires of physical education. 1.st publised. Routledge Falmer. 77-88. <https://doi.org/10.4324/9780203135792>

NODDİNGS, N. (2006). Eğitim ve Mutluluk. (Z. Bilgin, Çev.). Kitap Yayınevi. 28-32.

PARKS, J. B., QUARTERMAN, J. VE THİBAULT, L. (2007). Contemporary sport management. Human Kinetics Publishers. 110-126.

SCHUMACKER, R. E., LOMAX, R. G. (2016). *A Beginner's Guide To Structural Equation Monitoring. Fourth Edition*, New York: Routledge.

SHARMA, S. (1996) Applied Multivariate Techniques. John Wiley And Sons Inc., New York.

ŞAHİN, A., ŞAHİN, F. (2020). *Erken Çocukluk Döneminde Spora Katılımın Sosyal Gelişim Üzerindeki Etkileri*. Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi, 3(2), 243-248.

ŞENCAN, H. (2005). *Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlilik*, Ankara: Seçkin Yayıncılık

TABACHNİCK, B. G. & FİDELL, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics. Sixth Edition*. Boston Pearson. Türk Dil Kurumu. (2019). Türkçe Sözlük. Erişim Adresi: [Http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=Gts&Kelime=Oyun](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=Gts&Kelime=Oyun).

YVGOTSKY, L. S. (1981). The Genesis Of Higher Mental Functions. In J. S. Wertsch (Ed.), *The Concept Of Activity İn Soviet Psychology* (Pp. 144–188). Armonk, NY: Sharpe.

WELLS, G. (2004). *El Papel De La Actividad En El Desarrollo Y La Educación* (The Role Of Activity İn Development And Education). *Infancia Y Aprendizaje*, 27(2), 165–187. Doi:10.1174/021037004323038824

YAŞLIOĞLU, M. M. (2017). *Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi Ve Geçerlilik: Keşfedici Ve Doğrulamalı Faktör Analizlerinin Kullanılması*. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 46, 74-85.

YAZICIOĞLU Y, ERDOĞAN S. (2004). *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

YILDIRIM DA, YILDIRIM E, RAMAZANOĞLU F, UÇAR Ü, TUZCUOĞULLARI ÖT, DEMİREL ET. (2006). *Üniversite Öğrencilerinin Spora Bakış Açuları Ve Spor Yapma Durumu, Doğu Anadolu Araştırmaları* 4(3):49-53.



# TÜRK HUKUKU VE İNGİLİZ İÇTİHAT HUKUKUNDA ANONİM ŞİRKETLERDE FİİLİ ORGAN SORUMLULUĞUNUN TESPİTİNDE KULLANILAN UNSURLAR

Rasim Can ÇAKIR<sup>1\*</sup> 

**Özet:** Tüzel kişilerde kanun ve kuruluş belgeleri uyarınca bulunması zorunlu organlar, tüzel kişinin fiil ehliyetini kazanması için gerekli unsurlarıdır. Kuruldukları anda hak ehliyetini kazanan tüzel kişiler, bu organlarının teşekkül etmesiyle de fiil ehliyetine sahip olurlar. Nitekim tüzel kişiler iradelerini organları vasıtasıyla oluştururlar ve dış dünyaya karşı yine organları aracılığıyla iradelerini tecelli ettirirler. Ancak kimi hallerde kanunen organ vasfı olmayan kişiler, tüzel kişi organı olarak hareket ederek tüzel kişi adına hukuki işlemler ve eylemler gerçekleştirmektedir. Bu durumda meydana gelecek hukuki sorumluluğun tartışılması ve boyutlarının tespiti için “fiili organ” kavramına ihtiyaç duyulmuştur. Çalışmada tüzel kişiler bakımından organ kavramı izah edildikten sonra anonim şirket yönetim kurulunun niteliği ele alınmıştır. Sonrasında fiili organ kavramı ve ortaya çıkış sebeplerine değinilmiştir. Çalışmanın son bölümünde ise Türk hukukunda fiili organ kavramı ve fiili organ sorumluluğunun tespitinde kullanılan unsurlar tartışılarak İngiliz içtihat hukukunun fiili organ kavramına bakışı sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Fiili organ, anonim şirket, tüzel kişi, fiili organın hukuki sorumluluğu

## ELEMENTS USED IN THE DETERMINATION OF RESPONSIBILITY OF THE DE FACTO ORGAN IN JOINT STOCK COMPANIES IN TURKISH LAW AND ENGLISH CASE LAW

**Abstract:** Obligatory organs of legal persons foreseen in the relevant legislation and articles of association are the necessary elements for a legal person to acquire the capacity to act. Legal entities acquire legal capacity at the moment of their establishment and they acquire the capacity to act upon formation of these organs. As a matter of fact, legal entities form their will through their organs and manifest their will against the outside world again through their organs. However, in some cases, persons who are not legally qualified as an organ acts as one and carry out legal transactions and actions on behalf of that legal person. The necessary term to discuss the legal liabilities and their different aspects in such cases is the “de facto body”. This study examines the nature of the board of directors of joint stock companies after elaborating on the concept of organs in the context of legal persons. In the ensuing chapters, the concept of actual organ and the reasons for its emergence are explored. Finally, the study discusses the concept of de facto organ and the elements used in the determination of their responsibilities under Turkish law and presents the view of English case law on the concept of de facto organ.

**Keywords:** De facto organ, joint stock company, legal entity, legal responsibility of de facto organ

<sup>1</sup> **Adres:** İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye.

\* **Sorumlu Yazar:** rasimcancakir@gmail.com

**Atıf:** Çakır, R.C. (2023). Türk Hukuku ve İngiliz İçtihat Hukukunda Anonim Şirketlerde Fiili Organ Sorumluluğunun Tespitinde Kullanılan Unsurlar. Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(2): 91-104.

## 1. TÜZEL KİŞİLERDE ORGAN KAVRAMI

### 1.1. Tanım

Toplumda dağınık halde bulunan bireylerin güçlerini bir arada toplayan ve böylelikle tek başlarına gerçekleştiremeyecekleri birey-üstü amaçları gerçekleştiren tüzel kişiler, günümüz hukuk düzeninde hak ve fiil ehliyetine sahip varlıklar olarak kabul edilmektedir (Dural ve Ögüz, 2021: 215; Oğuzman vd., 2021: 290; Hatemi ve Kalkan Oğuztürk, 2013: 1; Özsunay, 1978: 3). Tüzel kişiler, insana özgü niteliklere bağlı olan haklar hariç olmak üzere tam bir şekilde hak ehliyetini haizdirler (4721 sayılı Türk Medeni Kanunu (TMK) md. 48). Tüzel kişilerin hak ehliyeti kuruldukları an itibarıyla doğar. Tam fiil ehliyetine sahip olmaları için ise sadece kurulmuş olmaları yeterli değildir. Bunun yanı sıra kanunda ve kuruluş belgelerinde yer alan gerekli organların da varlığı aranmaktadır (TMK md. 49). Zira tüzel kişi, varlığıyla tek başına bir irade ortaya koyamaz; onun iradesinin oluşmasını ve dış dünyaya yansıtılmasını sağlayacak organlara ihtiyaç duyar. Tüzel kişinin iradesinin oluşması ve bu iradenin icrası için organlarını oluşturan kişilerin bir irade ortaya koymaları şarttır (Dural ve Ögüz, 2021: 217; Oğuzman vd., 2021: 316; Öztan, 1994: 31; Soykan, 2012: 5). Organlar, yaptıkları hukuki işlem ve fiilleri vasıtasıyla tüzel kişiyi borç altına sokarlar (TMK md. 50).

Organ kavramının ortaya çıkışı ise tüzel kişiliğin tanımlanmasına ilişkin sorunlara çözüm arayışlarına dayanmaktadır. 19. yy'da Kara Avrupası hukukçuları tüzel kişinin niteliğini açıklamak için farklı teoriler geliştirmişti. Bunlardan ilki varsayım (fârâziye) teorisidir. Teoriye göre sadece insanlar hak sahibi olabilir (Dural ve Ögüz, 2021: 228; Oğuzman vd., 2021: 293; Özsunay, 1978: 48; Öztan, 1970: 3-4; Öztan, 1994: 7). Kişi ve mal topluluklarının hak sahibi olabilmesi ise kanun koyucunun onları hukuki düzlemde insan "gibi" değerlendirmesine bağlı kılınmıştır (Dural ve Ögüz, 2021: 228; Oğuzman vd., 2021: 293; Özsunay, 1978: 48; Öztan, 1994: 7). Böylelikle hakkın belirli bir insana ait olmadığı durumlarda, hak kavramının kullanılabilmesi için bu tür bir varsayıma gidilmektedir (Friedmann, Çev.Ansay, 1958: 50-51; Oğuzman vd., 2021: 293; Özsunay, 1978: s. 48; Öztan, 1994: 7). Kanun koyucu, kişi ve mal topluluklarını karmaşıklaşan toplum hayatının getirdiği sosyal ve ekonomik nedenlerden ötürü *kişi* olarak görmekte, özünde gerçek kişilere ait iradelerin yansımaları bulunan bu yapay varlıkların iradelerine hukuk düzeninde kabul edilebilirlik atfetmektedir (Dural ve Ögüz, 2021: 228; Ergün, 2010: 20; Oğuzman vd., 2021: 293; Özsunay, 1978: s. 48; Öztan, 1994: 7). Tüzel kişi kendi iradesine sahip değildir ve bu nedenle de fiil ehliyetinden söz edilemez (Dural ve Ögüz, 2021: 228; Kırca vd., 2013: 293; Oğuzman vd., 2021: 293; Özsunay, 1978: 48; Öztan, 1994: 7). Tüzel kişi, hukuki işlemlerini ancak bir "temsilci" aracılığıyla yapabilir (Dural ve Ögüz, 2021: 228; Oğuzman vd., 2021: 293; Özsunay, 1978: 48; Öztan, 1994: 7). Diğer bir deyişle tüzel kişinin kendi iradesi olmadığı için hukuka aykırı, kusurlu bir fiili de olamaz ve başkalarını zarara uğratması mümkün değildir (Dural ve Ögüz, 2021: 228; Oğuzman vd., 2021: 293; Özsunay, 1978: 48-49; Öztan, 1994: 7; Serozan, 1994: 23). Diğer bir ifadeyle; tüzel kişilerin iradelerini kanuni temsilcileri açıkladığından ve temsil kurumu da sadece hukuki işlemlerde söz konusu olduğundan dolayı,

tüzel kişiler sadece temsilcilerinin yapmış olduğu işlemlerle bağlı tutulabileceklerdir ve haksız fiil sorumlulukları ise gündeme gelmeyecektir (Dural ve Ögüz, 2021: 228; Oğuzman vd., 2021: 293; Özsunay, 1978: 48-49; Öztan, 1994: 8). Varsayım teorisinde tüzel kişi için organ kurumuna ihtiyaç yoktur.

Gerçeklik teorisi ise varsayım teorisinin aksine, tüzel kişileri gerçekte var olan, canlı sosyal varlıklar olarak kabul etmektedir (Dural ve Ögüz, 2021: 229; Ergün, 2010: 22; Oğuzman vd., 2021: 293; Özsunay, 1978: 49; Öztan, 1970: 7-8; Öztan, 1994: 9). Kanun koyucu iradesiyle tüzel kişileri meydana getirmez, sadece varlıklarını tanıır; yani tüzel kişiler kanun koyucunun iradesi ile ortaya çıkmış varlıklar değildir (Dural ve Ögüz, 2021: 229; Oğuzman vd., 2021: 294; Özsunay, 1978: 49; Öztan, 1970: 8; Öztan, 1994: 9). Kişilikleri varsayımdan ibaret olmayan tüzel kişiler böylece fiil ehliyetini haiz olmakta, dış dünyayla iş ve işlemler gerçekleştirebilmekte, iradelerini açıklayabilmekte ve bunların sonuçlarından sorumlu olmaktadır (Dural ve Ögüz, 2021: 229; Oğuzman vd., 2021: 294; Özsunay, 1978: 49; Öztan, 1970: 8; Öztan, 1994: 9). Tüzel kişiler fiil ehliyetine sahip oldukları ve kendi iradelerini ortaya koydukları için organa ihtiyaç duymaktadır. Zira organ, temsilci konumunda bulunmamaktadır. Organ kendi iradesini değil tüzel kişinin iradesini açıklamakta ve bu sebeple yaptığı işlemler ve fiiller doğrudan doğruya tüzel kişiyi bağlamaktadır. Temsilci kurumu hukuk düzeninde mevcutken, organ kurumuna ihtiyaç duyulmasının sebebi; temsilcinin sadece hukuki işlemler bakımından tüzel kişiyi bağlaması karşısında, sorumluluk atfedilmesi gereken durumlarda tüzel kişiyi bağlayabilecek bir hareket mekanizması gereksinimi olması ve bunun da organ kavramıyla sağlanabilmiş olmasıdır (Serozan, 1994: 41).

Konu hakkındaki bir diğer teori ise amaç (gaye) teorisidir. Varsayım ve gerçeklik teorisinin bir birleşimi olan bu teoriye göre tüzel kişiler canlı varlıklar değil; örgütlenmiş amaç birlikleridir (Oğuzman vd., 2021: 294). Doğal bir iradeye sahip değillerdir. Ancak belirli bir amaç yönünde hareket eden organların gösterdikleri ortak irade ile hareket ederler (Oğuzman vd., 2021: 294). Organların iradesi, tüzel kişiye izafe edilmektedir (Oğuzman vd., 2021: 294).

Soyutlama teorisi ise tüzel kişileri insan fikrinin neticesinde ortaya çıkan varlıklar olarak görmekte ve doğrudan doğruya gerçek birer varlık olduklarını kabul etmemektedir (Oğuzman vd., 2021: 294). Ancak bu teori tüzel kişi kavramını varsayım teorisinde olduğu gibi bir "fiksiyon" olarak da görmemektedir. Tüzel kişi bir soyutlamanın sonucunda ortaya çıkan, kendini oluşturan kişi ve mal topluluğundan ayrı bir varlık olarak kabul edilmektedir (Oğuzman vd., 2021: 294; Özsunay, 1978: 50; Öztan, 1994: 10).

Günümüz Türk hukuku bakımından konu ele alındığında, yukarıda kısaca izah edilen teorilerden herhangi birinin Türk kanun koyucu bakımından doğrudan benimsendiğini söylemek pek mümkün değildir. Yine de TMK'da yer alan tüzel kişinin kuruluşu ve fiil ehliyetini kazanmasına ilişkin hükümleri düzenleyen hükümler göz önüne alındığında, kanun koyucunun gerçeklik teorisi ağırlıklı bir yaklaşımı kabul ettiği görülmektedir.

## 1.2. Organ Kavramının Temsilci ve Yardımcı Kişi Kavramlarından Farkı

Organ tüzel kişinin bir unsuru, hatta fiil ehliyetini haiz olması bakımından zorunlu bir parçasıdır. Organ bir işlem veya fiil gerçekleştirirken tüzel kişinin temsilcisi konumunda olmaz. Tüzel kişi, organının davranışlarıyla aslında kendi iradesini oluşturmaktadır ve ortaya koymaktadır (Dural ve Öğüz, 2021: 256; Oğuzman vd., 2021: 320; Soykan, 2012: 16). Temsilci ise kendi davranışları ve kendi iradesini ortaya koyar; ancak temsilcinin kendi iradesi temsil olunana hukuken bağlar (Dural ve Öğüz, 2021: 257; Oğuzman vd., 2021: 320; Öztan, 1970: 86; Soykan, 2012: 17). Öte yandan; organın kanunda çoğu yerde tüzel kişinin temsilcisi olarak da anılması bu iki kurumun farklı olup olmadığı noktasında bir kafa karışıklığı oluşturabilir. Örneğin kollektif şirketler bakımından 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu (TTK) md. 233; anonim şirketler bakımından TTK md.365; limited şirketler bakımından ise TTK md. 629 bu şirketlerin organ tarafından temsilini düzenlemektedir (Eminoğlu, 2022: 67; Oğuzman vd., 2021: 320). Bahsedilen düzenlemelerde yer alan temsil yetkisi, borçlar hukuku anlamında bir iradi temsil ilişkisini ifade etmemektedir. Buradaki temsil ilişkileri korporasyonlara özgü, şirketler hukukundan doğan, organ sıfatından kaynaklanan ve organ var oldukça devam eden, tüzel kişi tarafından dahi ortadan kaldırılamayan ve geri alınamayan bir yetkidir (Dural ve Öğüz, 2021: 257; Eminoğlu, 2022: 67; Oğuzman vd., 2021: 320; Soykan, 2012: 18). Tüzel kişi organının temsilinde organ kendi iradesini değil, tüzel kişinin iradesini ortaya koymaktadır. Ancak iradi temsilde olduğu gibi organın temsilinde de ortaya konulan irade tüzel kişiyi bağlamaktadır. Organın tüzel kişinin bir parçası olmasının diğer sonucu da organ tarafından işlenen haksız fiillerden tüzel kişinin de ayrıca sorumlu olmasıdır.

Tüzel kişiler faaliyetlerinin tamamını kendileri yerine getirmek zorunda değildir. Tıpkı gerçek kişilerde olduğu gibi tüzel kişiler de işlerini gördürmek üzere üçüncü kişileri kullanabilir. Bu halde tüzel kişi ile onun işini gören yardımcı kişi arasında sözleşmesel bir ilişki meydana gelir (Dural ve Öğüz, 2021: 266; Eminoğlu, 2022: 68; Oğuzman vd., 2021: 321; Özsunay, 1978: 76; Öztan, 1994: 34). Tüzel kişinin iş tevdi ettiği yardımcı kişiler onun organı konumuna gelmez. Bu durumda taraflar arasında borçlar hukukundan kaynaklı bir ilişki bulunmaktadır. Öte yandan, tüzel kişi organı dışında iradi temsilci de atayabilir. Bu halde tüzel kişi ile iradi temsilci arasında 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu (TBK) md. 40 vd. hükümlerinde yer alan iradi temsile dayalı bir ilişki meydana gelir. Bu halde de iradi temsilci tüzel kişinin organı konumunda bulunmaz. Öte yandan tüzel kişi organı da tüzel kişiye karşı bir yardımcı kişi konumunda değildir. Zira organ, tüzel kişinin bir parçası ve fiil ehliyetinin varlığı için tüzel kişinin kendi bünyesinde bulunması gereken bir "unsuru" konumundadır. Tüzel kişinin yardımcı kişilerin fiillerinden kaynaklı sorumluluğu ise organ sorumluluğundan farklıdır. Tüzel kişi TBK md. 66'daki adam çalıştırma sorumluluğu veya TBK md. 116'daki yardımcı kişilerin fiillerinden sorumluluk hükümleri çerçevesinde bu kimselerin üçüncü kişilere verdikleri zararlardan sorumlu olacaktır. Yine tüzel kişiler, söz konusu maddelerde yer alan sorumluluktan kurtulma durumlarının varlığı halinde, yardımcı kişilerin faaliyetleri

enasında verdikleri zararlar bakımından hukuki sorumluluktan kaçınabilecektir.

## 2. ANONİM ŞİRKET YÖNETİM KURULUNUN ORGAN NİTELİĞİ

Tüzel kişi organları nitelikleri uyarınca bazı ayrımlar altında incelenebilir. Bunlardan ilki organın kanunen zorunlu olup olmadığıdır. Zorunlu organ, tüzel kişinin fiil ehliyetini kazanabilmesi için gerekli olan organdır (Dural ve Öğüz, 2021: 260; Oğuzman vd., 2021: 322; Öztan, 1970: 96; Öztan, 1994: 33). Anonim şirket yönetim kurulu, kanun ve esas sözleşme ile kendisine verilen görev ve yetkiler çerçevesinde şirketin iç ve dış işlerini yürüten, üçüncü kişilerle yapılan işlemlerde şirketi temsil eden organdır. Yönetim kurulu, şirketin fiil ehliyetini kazanabilmesi ve kullanılabilmesi için zorunlu organdır. Yönetim kurulu şirketin kanuni organdır ve yokluğu anonim şirket için fesih sebebidir (Bilgili ve Demirkapı, 2013: 362; Pulaşlı, 2011: 886; Tekinalp, 2013: 182; Üçışık ve Çelik, 2013: 375). Buna bağlı olarak yönetim kurulu, şirketin kuruluşundan sona ermesine kadar -hatta belirli bir ölçüde tasfiye süresince de- var olması gereken daimi organdır (Bilgili ve Demirkapı, 2013: 362; İmregün, 1970: 145; Pulaşlı, 2011: 888; Üçışık ve Çelik, 2013: 375).

Konu bakımından ikinci ayırım, organın karar organı mı yoksa yürütme organı mı olduğu noktasındadır. Karar organı, tüzel kişinin iradesinin oluşmasını sağlarken yürütme organı ise bu iradenin hayata geçirilmesini sağlar (Dural ve Öğüz, 2021: 260; Oğuzman vd., 2021: 322; Özsunay, 1978: 74; Öztan, 1970: 95; Öztan, 1994: 32). Bu bakımdan anonim şirket yönetim kurulu bir yürütme organdır (Üçışık ve Çelik, 2013: 375). Buna göre; anonim şirketin gerek iç gerekse dış ilişkide, diğer bir ifadeyle hem üçüncü kişilerle yapılan iş ve işlemlerde hem de şirketin kendi organizasyon yapısı içerisinde nasıl davranacağını belirleyen yönetim kurulu; hem karar organı olan genel kurulun aldığı kararların yerine getirilmesini sağlamakta hem de şirketin iç ve dış işlerinin yürütmektedir.

Üçüncü ayırım, iç organ dış organ vasfına ilişkindir. İç organ, tüzel kişinin teşkilatı ile ilgili iç işlerini görürken dış organ ise tüzel kişiyi dış dünyaya karşı temsil eden ve hukuki ilişkilerin kurulmasını sağlayan organ konumundadır (Dural ve Öğüz, 2021: 260-261; Oğuzman vd., 2021: 322; Özsunay, 1978: 75; Öztan, 1970: 103-104; Öztan, 1994: 34). Anonim şirket yönetim kurulu hem iç hem de dış organ vasfındadır (Bilgili ve Demirkapı, 2013: 362-363; Tekinalp, 2013: 183; Üçışık ve Çelik, 2013: 375). Yönetim kurulu sahip olduğu temsil yetkisi ile şirketi üçüncü kişilere karşı temsil edip hukuki ilişkilerde bulunabilmesinin yanı sıra, şirketin iç işleyişi ile ilgili kararlar alabilir, faaliyetlerde bulunabilir. Örneğin; yönetim kurulu tarafından yapılan yönetici atamaları veya şirket organizasyon şeması dahilinde şirket personeli hakkında iç yönerge hazırlayarak yetki, görev ve sorumlulukları belirlemesi yönetim kurulunun iç organ niteliğinden ileri gelmektedir.

Dördüncü ve son ayırım, fert organ ile kurul organ vasfına ilişkindir. Fert organ, organın tek bir kişiden oluşması ve bu kişinin organa verilen yetkileri yerine getirmesi durumunda ortaya çıkar (Dural ve Öğüz, 2021: 261; Oğuzman vd., 2021: 323; Özsunay, 1978: 73; Öztan, 1970: 99-101; Öztan, 1994: 34). Organ yetkilerinin birden fazla kişiye bırakılmış olması

halinde ise kurul organdan bahsedilir. Bu durumda kurul organı oluşturan kişiler bir araya gelerek tüzel kişinin iradesini meydana getirmelidir. Anonim şirket yönetim kurulu bir kurul organdır (İmregün, 1970: 145; Kırca vd., 2013: 397, Pulaşlı, 2011: 888; Tekinalp, 2013: 194-195. *Aksi yönde görüş için bkz.* Bilgili ve Demirkapı, 2013: 362). Yönetim kurulu gereken hallerde karar alır; bu kararı deftere yazar, imzalar ve bu kararı somutlaştırır. Bu durum yönetim kurulunun tek kişi olması halinde de değişmez. Tek kişilik yönetim kurulunun da tüzel kişi iradesini meydana getirmesi yine toplantı yapmasına, karar almasına ve aldığı kararı yönetim kurulu karar defterine aktararak somutlaştırmasına bağlıdır. TTK'daki "kurul" ifadesi genel tanımın aksine sayıya değil, yukarıda izah edilen kurul organ olma niteliğine atıf yapmaktadır (Kırca vd., 2013: 397; Tekinalp, 2013: 194).

### 3. GENEL OLARAK FİİLİ ORGAN KAVRAMI

Kanun veya tüzel kişinin kuruluş belgesinde yer alan organlar, tüzel kişinin maddi organlarıdır. Maddi anlamda organ niteliğini haiz olmamakla birlikte; yani kanun ve kuruluş belgesi uyarınca organ olarak belirlenmemiş olmasına rağmen konumu, kullandığı yetkiler gibi özel durumlar sayesinde tüzel kişinin iradesinin oluşumuna etkili şekilde katılan kişiler fiili organ olarak tanımlanmaktadır (Öğretide *fiili organ* olarak anılan Akdağ Güney, 2012: 240 vd.; Dural ve Ögüz, 2012: 259; Korkut, 2007, 202; Korkut, 2010: 1368-1369; Oğuzman vd., 2021: 323; Sekban, 2022: 91; Tekinalp, 2013: 185; *olgu organ* olarak anılan Helvacı, 1995: 7 vd.; Soykan, 2012: 13 vd.; *fiili yönetim organı* olarak anılan Eminoglu, 2022: 39; *fiili yönetici* olarak anılan Karayalçın, 1991: 41; *maddi veya fiili organ* olarak anılan Kırca vd., 2013: 389; *örtülü yönetim kurulu üyeliği* olarak anılan Nomer, 1999: s.74; *fiili veya gizli yönetim kurulu üyesi* olarak anılan Pulaşlı, 2011: 663 ve 932-933). Tanımdan da anlaşılacağı üzere fiili organdan bahsedebilmek için öncelikle fiili organ olarak tanımlanan kimse hakkında kanun veya tüzel kişinin kuruluş belgesi bağlamında bir atama veya seçilme kararının var olmaması gerekir. Böyle bir atama veya seçilme kararı olmamasına rağmen tüzel kişinin yönetim yetkisine ilişkin yetkilerin kullanılması, başka bir deyişle gasp edilmesi durumunda fiili organın varlığından bahsetmek mümkün hale gelecektir.

Fiili organ gerçek bir kişi olabileceği gibi tüzel kişi de olabilir. Yahut tek bir kişinin fiili organ olarak hareket etmesi mümkünken, aynı zamanda birden fazla kimse bir kurul halinde fiili organ olarak birlikte tüzel kişi iradesine müdahalede bulunabilir. Örneğin bir anonim şirketin hâkim pay sahibi yönetim kuruluna seçilmemiş olmasına rağmen fiili organ olarak hareket edebilir. Yönetim kuruluna talimat verebilir, istediği kararları alabilir veya istemediği kararların alınmasını engelleyebilir. Öte yandan fiili organ ilişkini sadece hâkim pay sahibi konumuna indirgemek doğru olmaz. Pay sahiplerinin dışındaki menfaat gruplarının da tüzel kişi iradesine etki etmesi mümkündür. Örneğin finansal darboğaz içerisinde olan bir şirketin büyük kreditorü konumunda olan ve banka borçlarının çoğunluğuna sahip olan bir banka fiili organ konumunda olabilir. Yahut pazar itibarıyla bir şirketin ürettiği ürünlerin tekel konumundaki alıcısı olan firma, üretici şirket karşısında onun fiili organı olarak davranabilir.

Bu noktada TTK'nın şirketler topluluğu hükümleri hakkında ayrı bir parantez açmak gerekmektedir. TTK md. 202 ile şirketler topluluğunda hâkim şirketin hakimiyetini bağlı şirketi zarara uğratabilecek şekilde kullanması yasaktır. Bağlı şirket nezdinde hakimiyetin kötüye kullanılmasından doğan zarar, ilgili hesap yılı içerisinde denkleştirilmelidir. Aksi halde TTK md. 206 yoluyla hâkim şirket ve yöneticilerinin hukuki sorumluluğuna gidilebilmektedir. Elbette ki şirketler topluluğu bakımından hâkim şirketin fiili organ konumunda bulunması mümkündür; ancak TTK'nın şirketler topluluğuna ilişkin bu düzenlemeleriyle şirketler topluluğu bakımından fiili organ ve bu kavramın getirdiği hukuki sorumluluğun tartışılmasının gereği ortadan kalkmıştır (*Aynı yönde bkz.* Eminoglu, 2022: 177).

### 4. FİİLİ ORGAN KAVRAMININ ORTAYA ÇIKIŞ SEBEPLERİ

Fiili organ kavramının ortaya çıkış sebeplerini; fiili organ konumunda olan kişi bakımından ve bu kavrama hukukta duyulan ihtiyaç bakımından iki boyutta ele almak gerekir. Fiili organ konumundaki kişinin bu şekilde hareket etmesinin temelinde, menfaatlerini koruma düşüncesi yatar. Şeklen organ olmayan ancak tüzel kişiyi fiilen yöneten kimse, tüzel kişi ile bağlantılı şahsi menfaatlerini korumak adına tüzel kişi iradesine etki etme yoluna gitmektedir. Ancak bu etkinin tüzel kişinin karar alma süreçlerine ve mekanizmaları üzerindeki kuvveti fiili organ durumunda artık tüzel kişinin iradesini gölgede bırakmakta, hatta kimi hallerde tüzel kişi iradesini etkisiz ve işlevsiz hale getirmektedir. Bu yolla fiili organ kendi iradesini tüzel kişi iradesi haline getirmektedir. Örneğin şirket yönetim organında yer almayan veya şirkette hukuken yönetici sıfatı da bulunmayan bir veya daha fazla pay sahibinin -genellikle hâkim pay sahipleri- yönetim organına alacakları kararlar hakkında emir ve talimat vermesi, hatta yönetim organının alacağı her karar bu pay sahibine sorar hale gelmesi ve bu pay sahibinin şirketteki çıkarlarına göre hareket etmesi durumunda fiili organdan bahsetmek mümkün olacaktır (Yüce, 2022: 250). Bu tür yapılarda şirketlerin organsal düzendeki yönetimi, kontrolü elinde tutan kişi veya grubun doğrudan elinde olabileceği gibi bu kişi veya grup tarafından grubun içindeki bir kısma veya üçüncü kişilere de bırakılmış gibi görünebilir. İkinci durumda çoğu zaman şekli yönetim organı sadece bir görüntüden ibaret olmaktadır. Yönetim organının tüm yetkileri şirketler grubunu kontrol eden kişi veya grupça kullanılmaktadır. Bu durum fiili organın şahsi menfaatleri çerçevesinde şirketi yönetme ve yönlendirme isteğinden veya ticaret hayatındaki alışkanlıklarından kaynaklanabileceği gibi bazı hallerde regüle alanlardaki yönetsel ve kurumsal mevzuat zorunluluklarından da ileri gelebilmektedir.

Yine bir başka örnek olarak bir şirketin büyük alacaklıları da fiili organ konumunda bulunabilir (Aksoyak, 2016:26). Bu tür kuruluşlar, borçlusu olan şirketlerden alacaklarını çeşitli hukuki silahlarla koruma altına almış olsalar dahi, ticari hayatın gerekleri çerçevesinde, ileride doğacak ihtilaflar ve uzun yargı süreçleriyle boğuşmak yerine doğrudan şirket yönetiminde söz sahibi olmak ve borçlusunun önceliğinin kendi menfaatleri olmasını temin etmek isteyebilir; bu çerçevede şirket yönetim organının alacağı kararlara aralarındaki sözleşmeler yoluyla veya doğrudan talimat vermek suretiyle etki edebilirler. Ancak bu etki tüzel kişi

organının iradesini ortadan kaldıracak duruma ulaştığı takdirde fiili organ durumundan bahsetmek mümkün olacaktır.

Kavrama hukuki anlamda ihtiyaç duyulmasının sebebi; şeklen tüzel kişinin organı olmamasına rağmen, şekli organa özgü yetkileri kullanan, onun iradesinin oluşumunu sağlayan veya önemli derecede etkisi olan kimselerin de içerisinde buldukları bu özel durum sebebiyle organ sorumluluğu kapsamında değerlendirilmesi gerekliliğinden doğmaktadır. Böylelikle fiili organ, meydana getirdiği zararlarda şekli organın tabi olduğu hukuki sorumluluk hükümlerine tabi olacaktır. Bu sayede fiili organ sorumluluğu, bu sorumluluğa tabi olmayan temsilci ve yardımcı kişilerin sorumluluğundan ayrıştırılabilecektir.

## 5. TÜRK HUKUKUNDA FİİLİ ORGAN KAVRAMINA BAKIŞ

### 5.1. Mevzuat Hükümlerinde Fiili Organ Kavramı

Türk hukukunda fiili organ kavramını tanımlayan bir hüküm bulunmamaktadır. Nitekim 6762 sayılı (mülga) Türk Ticaret Kanunu (eTTK) döneminde kanunda şirketlerin fiili organı konumundaki kişilerin belirlenmesini ve sorumluluğuna gidilmesini sağlayacak açık bir hüküm yer almamasına rağmen öğretide bir görüş bunun mümkün olduğunu ileri sürmekteydi. Buna göre anonim şirket yönetim kurulu üyelerinin sorumluluğunun düzenlendiği eTTK md. 336/1'deki *idare meclisi azaları* ifadesinin yönetim kurulu üyelerinin yanı sıra şirket iradesinin oluşumuna fiili olarak katılan kişilere de uygulanabilmesi mümkün görülmekte; ancak İsviçre Borçlar Kanunu (İBK) md. 754 düzenlemesine paralel bir düzenlemeye de ihtiyaç bulunduğu ifade edilmekteydi (Helvacı, 1995: 32; Kırca, 2003: 495-506 ve 505; Korkut, 2010: 1377).

Şirketler hukuku bakımından yönetim kurulunun hukuki sorumluluğunun yanı sıra, onun iradesine tesir eden ve hatta tesirin boyutları sebebiyle şirket iradesinin yerine kendi iradesini koyan fiili organ kavramı ve bu kavramın getirdiği hukuki sorumluluğun boyutları önem arz etmektedir. Bu sebeple eTTK'da olmasa da fiili organ kavramının yansımalarını anonim şirket şeklinde teşekkül eden bankalar bakımından 4389 sayılı (mülga) Bankalar Kanunu (eBanK) ve 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun (BanK) varsayımsal zimmete ilişkin hükümlerinde bulmak mümkündür. eBanK md. 22/4'te; Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) eliyle yürütülen veya TMSF tarafından tasfiye işlemleri başlatılan

bir bankanın; *hukuken veya fiilen yönetim ve denetimini elinde bulunduran yönetici olsun veya olmasın gerçek kişi ortakların* kanunda belirtilen fiillerle bankanın kaynaklarını, bankanın emin bir şekilde çalışmasını tehlikeye düşürecek şekilde doğrudan veya dolaylı olarak kendilerinin veya başkalarının menfaatlerine kullandırmakla bankayı her ne suretle olursa olsun zarara uğratarak kendilerinin veya başkalarının malvarlığının artışına neden olmaları zimmet suçu olarak kabul edilmiştir. Ancak görüldüğü üzere eBanK düzenlemesi yönetici sıfatına bakılmaksızın bankanın yönetim ve denetimini elinde bulunduran *gerçek kişi ortaklar* ile sınırlıdır. eBanK düzenlemesindeki varsayımsal zimmet suçunun failleri arasında sayılan bu *gerçek kişi ortaklar* fiili organ kavramının sadece bir boyutunu oluşturmaktadır.

İlga edilen eBanK yerine yürürlüğe giren BanK'da da aynı yönde bir düzenleme yer almaktadır. BanK md. 160/3 ile faaliyet izni kaldırılan veya TMSF'ye devredilen bir bankanın; *hukuken veya fiilen yönetim ve denetimini elinde bulundurmuş olan gerçek kişi ortaklarının*, kredi kuruluşunun kaynaklarını, kredi kuruluşunun emin bir şekilde çalışmasını tehlikeye düşürecek şekilde doğrudan veya dolaylı olarak kendilerinin veya başkalarının menfaatlerine kullandırmak suretiyle, kredi kuruluşunu her ne suretle olursa olsun zarara uğratmaları yine zimmet suçu kapsamında değerlendirilmiştir. Mülga hükümde olduğu gibi BanK düzenlemesinde de sadece *gerçek kişi ortaklar* bakımından bir cezai düzenlemeden bahsedilmekte, fiili organ konumunda olabilecek tüzel kişi ortaklar veya ortaklığı bulunmayan gerçek ve tüzel kişiler hakkında bir cezai yaptırım ve tanımlama kanunda yer almamaktadır. Bu yönüyle BanK'daki düzenleme de yine mülga kanun döneminde olduğu gibi fiili organ kavramının dar bir boyutuna ilişkindir<sup>1</sup>.

eTTK döneminde anonim şirket yönetim kurulu üyelerinin sorumluluğunu düzenleyen hükümlerin fiili organlar için de uygulanabilir olması için hükmün daha geniş bir şekilde yeniden kaleme alınması isteği TTK ile birlikte kabul görmüştür. Kurucuların, yönetim kurulu üyelerinin, yöneticilerin ve tasfiye memurlarının sorumluluğunu düzenleyen TTK md. 553'te *kurucular, yönetim kurulu üyeleri, yöneticiler ve tasfiye memurları* ifadesindeki *yöneticiler* kavramı içerisinde fiili organ da hukuki sorumluluğa dahil edilmiştir. Ancak madde hükmü hüküm olan İBK 754'ten ayrılmaktadır. Mevzuat hükümde *yönetim kurulu üyeleri ile yönetim ve tasfiye ile uğraşan kişiler*

<sup>1</sup> BanK md. 110 hükmünde yer alan bankanın yöneticilerinin ve denetçilerinin kanuna aykırı karar ve işlemleriyle banka hakkında kanunun md. 71 hükümlerinin uygulanmasına neden olmaları durumunda hukuki sorumluluklarına ve şahsi iflaslarına gidilebileceği; bu işlemler neticesinde bankanın hakim ortaklarına da menfaat temin edildiğinin tespiti halinde, temin edilen menfaat üzerinden söz konusu yaptırımların uygulanacağına ilişkin hüküm yer almaktadır. Öğretide *Eminoğlu*, bu hükmü de BanK kapsamında fiili organ kavramının bir yansıması olarak ele almaktadır (Eminoğlu, 2022: 170-171). Ancak kanaatimizce hükümdeki düzenleme, fiili organ sorumluluğundan ziyade pay

sahibinin sadakat yükümlülüğü bağlamında ele alınması gereken bir husustur. Zira BanK md. 160 üzerinden verdiğimiz örnekte, bankanın fiilen yönetimini elinde bulunduran ortaklardan bahsedilirken BanK md. 110'da ise sadece meydana gelen zarardan hakim ortağın menfaat temin etmesi durumunda hukuki sorumluluğuna gidileceğinden bahsetmektedir. Yani hakim ortağın fiili organ gibi hareket edip etmemesine doğrudan bağlanan bir sonuç olmadığı gibi bir şirkette hakim konumda bulunan pay sahibinin her zaman fiili organ olarak kabul edilmesi peşin hüküm niteliğinde bir yaklaşımdır.

ifadesi yer almaktadır<sup>2</sup>. TTK md. 553'ün gerekçesinde, İBK lafzının aynen alınmamasının sebebi olarak, mehzaz kanundaki ifadenin geniş yorumu sebebiyle hükmün amacını aşar bir niteliğe bürünmesinden çekinildiği, bunun yerine maddedeki *yöneticiler* ifadesinin tanımının öğreti ve yargı kararlarına bırakıldığı ifade edilmiştir<sup>3</sup>. Yine de TTK md. 553 düzenlemesi çerçevesinde anonim şirketlerde fiili organın hukuki sorumluluğunun tartışılması bakımından bir mevzuat temelini oluşturduğunu söylemek mümkündür (Eminoğlu, 2022: 160; Tekinalp, 2013: 377).

## 5.2. Yargı Kararlarında Fiili Organ Kavramı

Fiili organın kanuni bir tanımı bulunmasa da, yargı kararlarında bu kavramdan bahsedilmektedir. Ancak Türk hukuku bakımından araştırmalarımızda tespit edebildiğimiz kadarıyla; mahkeme kararlarında fiili organın tanımlanmasına ilişkin birtakım açıklamalar yer almaktaysa da bu kavram çerçevesinde hukuki sorumluluğun değerlendirilmesi ve buna ilişkin hüküm tesis edilmesine ilişkin bir karar bulunmamaktadır. Yine de fiili organ

kavramına ilişkin tartışmaların yer aldığı mahkeme kararlarına değinmekte fayda vardır. Yargıtay HGK, bir kooperatife ilişkin önüne gelen uyuşmazlık hakkında verdiği kararında, tüzel kişinin iradesinin oluşmasını sağlayan kişilerin de organ olarak kabul edileceğini ifade etmiştir. Hatta bu sorumluluğu sadece hukuki işlemlerle sınırlı görmemiş ve haksız fiil sorumluluğunun da varlığını kabul etmiştir<sup>4</sup>.

Yargıtay HGK tarafından iş hukuku uyuşmazlığı alanında verilen bir kararda da fiili organ kavramına değinilmiştir. Yüksek Mahkeme kararında, geniş anlamda tüzel kişi iradesinin oluşmasında ve ifade edilmesinde rol oynayan herkesin organ olarak kabul edilmesi görüşündedir. Hatta anonim şirketlerde TTK md. 367 bağlamında şirket yönetim kurulunun yönetim yetkisini tek bir üyeye veya yönetim kurulu dışındaki üçüncü bir kişiye bıraktığı durumlarda tüzel kişinin temsil ve yönetimi ile iradesi bu kişi tarafından ortaya konulduğu için söz konusu kimsenin de organ vasfının olacağı görüşündedir<sup>5</sup>. Verilen bu kararda fiili organa ilişkin başlangıçta yapılan tanım dikkate değer olsa da, devamında

<sup>2</sup> Madde hükmünün İngilizce versiyonu şu şekildedir: The members of the board of directors and all persons engaged in the business management or liquidation of the company are liable both to the company and to the individual shareholders and creditors for any losses or damage arising from any intentional or negligent breach of their duties. [https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/27/317\\_321\\_377/en](https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/27/317_321_377/en), Erişim Tarihi: 14.08.2023, 22.00.

<sup>3</sup> Madde gerekçesi şu şekildedir: *Kaynak ile 553 üncü madde arasında dört fark vardır. Hükmümüzde, "kurucular, yönetim kurulu üyeleri, yöneticiler ve tasfiye memurları" denilerek açıkça görevli kişiler ifade edilmiştir. Kaynakta ise, "yönetim kurulu üyeleri ile yönetim ve tasfiye ile uğraşan kişiler" ifadesine yer verilmiştir. Geniş anlama sahip "uğraşan" sözcüğü ile görevli olmadığı halde yönetime ve tasfiyeye karışan, talimat veren, yönetimi ve tasfiyeyi yönlendiren, bir bakıma arkadan yöneten büyük pay sahipleri başta olmak üzere, gizli yöneticiler ve tasfiye memurları (öğretideki deyimle, "fiili organ"lar) kastedilmiştir. Bu geniş kapsamlı ibarenin hukukumuzda aktarılması halinde (banka hukukundaki deneyim ve birikim gözönüne alınınca) ibarenin amacı ve İsviçre'deki anlayışı aşan bir anlam ve boyut kazanacağından endişe edilmiştir. Böyle ucu açık bir ibareyi hükme koymak yerine mevcut "yöneticiler" sözcüğünün yorumlanmasının öğretiye ve yargı kararlarına bırakılmasının, bu yolla daha dinamik bir anlayışın hukukumuzda egemen olabileceği düşünülmüştür.*

<sup>4</sup> "... MK'nın 47 ve 48'inci maddeleri birlikte değerlendirildiğinde "organ" kavramının kapsamına "tüzel kişinin varsayılan idaresinin oluşmasında ve açıklanmasında aracı olan kurul organlar" girer. Ancak organ kavramını fazla daraltarak yalnız kurul organları, organ saymak her zaman yeterli olmayabilir. Madem ki, organ tüzel kişinin (varsayılan) iradesinin oluşmasına ve açıklanmasına yol açmaktadır, şu halde kanun veya kuruluş belgeleri dolayısıyla belirli konularda karar verebilme ve icra edebilme yetkisine haiz olan kişileri

*de organ sayabiliriz. Bu irade açıklaması "hukuki muameleler" yanında sözleşme dışı sorumlulukta da söz konusu olacaktır. TTK'nın 321/V ve 1163 Sayılı Kanun'un 59/III maddesi "temsile ve idareye (yönetime) selahiyetli olanlar" lafzı ile sorumluluk çerçevesini geniş tuttuğu sonucuna varılmalıdır. Böylece haksız fiil sorumluluğunda yönetim kurulunun, organ kurul sıfatı ile birlikte hareket etmeleri yanında, idare ve temsile yetkili bulunan yönetim kurulu üyelerinin ayrı ayrı fiilleri ile de tüzel kişiyi sorumluluk altına sokabilecekleri kabul edilmelidir..."* **Yargıtay HGK, E.2003/4-359, K.2003/406, T.11.06.2003.**

<sup>5</sup> "İşveren sıfatına sahip tüzel kişilerde yönetim ile emir ve talimat verme yetkisi tüzel kişinin yukarıda açıklanan organları tarafından kullanılmaktadır. Bu bağlamda geniş anlamda tüzel kişinin iradesinin oluşmasında ve ifade edilmesinde rol oynayan herkes geniş anlamda organ olarak kabul edilebilir. İş hukuku bakımından ise organ; tüzel kişinin yasa veya esas sözleşme gereği var olan organ içerisinde görev ifa eden kişileri ifade etmektedir (Doğan Yenisey, s.316). Bu doğrultuda tüzel kişilerin iradesi organları vasıtasıyla açıklandığından (4721 sayılı Türk Medeni Kanunu m. 50) tüzel kişi işverenlerin kendileri soyut işveren, tüzel kişinin icra/yönetim organı ise somut işveren olarak nitelendirilebilir. Bu durumda anonim şirketlerde, iş sözleşmesinin tarafı olan şirketin kendisi soyut işveren, şirketin yönetim ve icra organı olan yönetim kurulu ise somut işveren olarak kabul edilir. Anonim şirketlerde somut işveren sıfatını taşıyan organ bir kuruldan oluşabileceği gibi tek başına bir kişiye verilen yetki çerçevesinde gerçek kişinin de organ sıfatını kazanması mümkündür. Bu bağlamda TTK'nın 367. maddesi uyarınca anonim şirket, yönetimini tek bir yönetim kurulu üyesine bırakılabileceği gibi üçüncü kişiye de devredilebilir. Bu düzenleme çerçevesinde yönetim yetkisini devralan yönetim kurulu üyesi yahut üçüncü kişi organ sıfatıyla somut işveren niteliğine sahip olacaktır. Zira tüzel kişinin temsil ve yönetimi ile iradesi bu kişi tarafından ortaya konmaktadır (Süzek,

yönetim yetkisinin devrine ilişkin verilen örnek üzerinden çıkartılan sonuç tartışmaya açıktır. Yönetim yetkisinin üçüncü kişiye devri, bu şekilde bir fiili organ oluşumu olarak görülemez. Zira bu halde organın temsil veya yönetime ilişkin herhangi bir yetkisini kısmen veya yetkilerini tamamen herhangi bir kimseye devretmiş olması başlı başına bir *fiili organ oluşturma işlemi* anlamına gelecektir. Üstelik fiili organ oluşturma işlemini, tüzel kişi organı almış olduğu bir kararla yapacaktır ki; bu mantık fiili organ kavramının hukuk alemindeki varlık sebebiyle çelişmektedir.

Bu durum diğer taraftan TTK md. 375/1-e'de yer alan yönetim kurulu üyelerinin üst gözetim yükümlülüğü ile TTK md. 553/2'deki yönetim kurulunun görev ve yetki devri yaptığı kimselerin seçiminde özenli davranma yükümlülüğüne ilişkin kurullarla da açıkça çelişen bir bakış açıdır. Ayrıca önemle vurgulamak gerekir ki; tüzel kişi organı tarafından kanun ve tüzel kişinin kuruluş belgesi hükümleri çerçevesinde yapılan bir görevlendirme, yetkilendirme veya yetki devri temelinde hukuki bir işlem yer almaktadır. Görev ve yetkiyi bu şekilde üstlenen kimsenin yetkilerini tüzel kişinin menfaatleri hilafında kullanarak zarar meydana getirmesi halinde taraflar arasında mevcut olan hukuki ilişki hükümleri çerçevesinde zaten bir sorumluluğu bulunmaktadır. Fiili organ kavramı ise tüzel kişi ile arasında organsal veya sözleşmesel bir ilişki bulunmamasına rağmen tüzel kişi organının yetkilerini *gasp eden*, tüzel kişi iradesini *organ gibi davranarak oluşturan* kimselerin sorumluluğunun tespiti noktasında kullanılmalı gerekir.

Yargıtay HGK dışında, Yargıtay 23. HD tarafından verilen bir kararda da fiili organdan bahsedilmektedir. Kararda, yargılamayı yapan ilk derece mahkemesi tarafından verilen kararın metni yer almaktadır. Bu metinde fiilen organ vazifesi gören kişilerin de şekli organın tabi olduğu sorumluluk hükümleri çerçevesinde değerlendirilmesi gerektiği, şirket iradesinin oluşumuna veya icrasına iştirak eden veya idare ve temsil görevlerine katılan kimselerin de organ sıfatını kazanabileceğinden bahsedilmektedir<sup>6</sup>. Ancak söz konusu ilk derece mahkemesi kararı Yüksek Mahkeme incelemesi ile bozulmuştur ve bozma gerekçeleri arasında ilk derece mahkemesinin HMK hükümlerine aykırı şekilde hukukçu bilirkişiden rapor alması ve tesis ettiği hükümde almış olduğu bilirkişi raporundaki ifadeleri olduğu gibi kullanması sebepleri yer almaktadır. Bu sebeple Yüksek Mahkeme kararında yer alan ilk derece mahkemesi kararındaki fiili organa ilişkin bölümlerin ne derece bir yargısal değerlendirme veya bilirkişi raporundaki ifadelerin aktarımı olduğunu tespit edememekteyiz.

Yüksek Mahkeme kararlarındaki tartışmaların yanı sıra, yakın dönemde ilk derece mahkemelerinin vermiş oldukları kararlarda da fiili organ kavramına ilişkin değerlendirmelerin yer aldığı görülmektedir. Örneğin bir ilk derece mahkemesi haksız rekabetin tespiti ve önlenmesi talepli dosyasında davalı şirketin bir anonim şirket olduğunu, tek ortağının ise Hollanda'da mukim bir limited şirket olduğunu, menfaat sahibi Hollanda'da mukim şirketin Türkiye'deki inanca uyuya talimat verebilecek güce sahip olduğunu, alınan kararları etkileyebileceğini ifade ederek davalı şirketin tek pay sahibi olan Hollanda'daki şirketi fiili organ olarak kabul etmiştir<sup>7</sup>. Yine bir başka ilk derece

s. 144).” **Yargıtay HGK, E.2017/2408, K.2021/998, T.14.9.2021.**

<sup>6</sup> “... bir kimsenin anonim şirketlere özgü sorumluluk hükümlerine (TTK md. 336) tabi olabilmesi için organ vasfına sahip olması gerektiği, yasa, ana sözleşme veya iç yönetmelikte organ olarak anılmış olma zorunluluğu, organ vasfını haiz olmanın bir şartı olmadığı, anonim şirketlerde bir kimsenin organ vasfını haiz olup olmadığı değerlendirilirken, onun şirketin iradesinin oluşumuna katılıp katılmadığına ve bu esnada tüzel kişinin önemli görev alanlarında bağımsız karar alma yetkisi bulunup bulunmadığına bakılması gerektiği, bu bağlamda organ vasfı ana sözleşme ve yasadaki fiiliyattaki organizasyon yapısından ileri gelebileceği, dolayısıyla organ vasfı yalnızca formel anlamda bunların organ olup olmadığına bakılarak değil, maddi anlamda bir organ vazifesi üstlenip üstlenmedikleri yani fiiliyatta bu kimselerin şirketin amaçlarından doğan veya bu amaca yönelik bir işlevi yerine getirip getirmediği dikkate alınarak değerlendirilmesi gerektiği, sorumluların kapsamı belirlenirken sadece şekli kistaslara uyan kimselerin organ olarak değerlendirilmesi sorunun çözümü için yeterli bulunmadığı, şeklen bu kistaslara uymayan ancak, fiili anlamda bir organın vazifelerini gören kimselerin de söz konusu sorumluluk hükümlerine tabi tutulmaları gerektiği, sorumluluğun şekli organlarla sınırlandırılması, bu nevi fiili organların sorumluluk hükümlerinden muaf tutulması anlamına geleceği, bu nedenle gerek içtihatlarda gerekse

doktrinde fonksiyonel organ kavramından hareketle iradenin teşekkülüne ya da açıklanmasına iştirak eden veya idare ve temsil görevine katılan kimseler de "organ" olarak nitelendirileceği, böylelikle tüzel kişinin resmen organ sıfatını kazanmış organlarının dışında bulunan, fakat gerek konum, gerek yetkileri nedeni ile ortaklık iradesinin oluşması ve veya dışarıya yansıtılması hususunda etkin olan bütün şahıslar organ olarak nitelendirilebileceği, fiili organların sorumluluk hükümlerine dahil edilmesiyle sadece üçüncü kişilerin korunmasının sağlanmış olmayıp aynı zamanda tüzel kişinin iradesinin oluşmasında etkili oldukları halde resmen organ olarak görünmeyen fiili yöneticiler de sorumluluk zincirine dahil edilmiş olacakları, anonim şirketin organlarının faaliyetleri nedeniyle sorumluluğu değerlendirilirken formel anlamda bunların organ olup olmadığına bakılmaksızın, maddi anlamda bir organ vazifesi üstlenip üstlenmedikleri yani fiiliyatta bu kimselerin şirketin amaçlarından doğan veya bu amaca yönelik bir işlevi yerine getirip getirmediği dikkate alınması gerektiğinin banka yöneticileri açısından da geçerli olduğu, yöneticinin sorumlu tutulabilmesi için şekli olarak organ olup olmadığından ziyade fiiliyatta bankanın iradesinin oluşumuna ne derecede etkili olduğuna bakılması gerektiği ...” **Yargıtay 23. HD, E.2013/7191, K.2014/420, T.24.01.2014.**

<sup>7</sup> “Olgu organlar yasal organ niteliği taşımadıkları halde tüzel kişinin yönetiminde ve temsilinde doğrudan ya da dolaylı şekilde fiili olarak söz sahibi

mahkemesi, tüzel kişilerin meydana getirdiği bir adi ortaklığa ilişkin alacak ve tazminat talepli davada fiili organ kavramını tartışmış, ancak adi ortaklığın tüzel kişiliği olmadığı ve bu sebeple organının da bulunmadığından hareketle dava özelinde fiili organ sorumluluğuna ilişkin bir hüküm tesis etmemiştir<sup>8</sup>. Bu bölümde bahsi geçen her iki ilk derece mahkemesi kararı da henüz Yüksek Mahkeme münderecatından geçip kesin hüküm niteliğini kazanmamıştır. Bu sebeple kararlarda yer alan fiili organa ilişkin izahların Yargıtay özelinde ne şekilde ve ne derecede benimseneceği hususu şimdilik meçhuldür.

### 5.3. Öğretide Fiili Organ Kavramının Varlığı İçin Aranan Şartlar

Fiili organ kavramının tanımına ilişkin hukukumuzda bir düzenleme yer almaması ve Yüksek Mahkeme'nin sadece tüzel kişi organının iradesine etki eden kişilerin organ sayılabileceğine ilişkin az sayıdaki kararında yer verdiği kısa açıklamalar dışında, bu kavramın varlığı için aranan şartların ne olduğuna dair bir kanuni düzenleme veya mahkeme kararı bulunmamaktadır. Buna karşın öğretilerde anonim şirketler hukuku bakımından tartışılan fiili organ kavramının varlığı için aranan şartlar hakkında çeşitli görüşler ileri sürülmüştür. Öğretilerdeki bu görüşler yeknesak bir kategori sunmasa da, genel anlamda birbirine paralel izahlar içermektedir.

Öğretilerdeki görüşleri belirli başlıklar altında toplamak gerekirse; fiili organ kavramından bahsedebilmek için

*olan ve iradesinin oluşumunu etkileyen kişi ya da kuruluşlardır. Ancak olgu organla şirket arasında bir sözleşme bağı bulunmadığı için onlara karşı şirket tarafından açılacak sorumluluk davaları da haksız fiil temeline dayanır. (Reha Poroy / Ünal Tekinalp / Ersin Çamoğlu, Ortaklıklar Hukuku I, Güncellenmiş Yeniden Yazılmış 14. Bası, İstanbul, 2019, s. 439.)*

*Somut olayımızda da anonim şirketlere ilişkin TTK. m. 553 hükmünün davalı ... ŞTİ. yönünden de kıyasen uygulanması gerekir. Şöyle ki, davalı ... ŞTİ.'nin ticaret sicil kaydına göre sermayesinin 100.000 TL olduğu, tek ortak olarak davalı ...V. 'nin 99.500 TL sermayeye sahip olduğu görülmekle menfaat sahibinin, inançlı üyeye talimat verebilecek güce sahip olduğu, alınan kararları etkileyebileceği gözetildiğinde fiili organ olarak kabul etmek gerekecektir. Menfaat sahibi olan Hollanda merkezli hakim limited şirket, bir yönetim kurulu üyesi gibi toplantılara katılması ve sicile kayıtlı olmadığı hâlde bir ortaklar genel kurulu üyesi gibi şirket yönetimine açıkça müdahalesi söz konusu olacağından sorumluluğuna bu yönüyle gidilebilmelidir. Bu durumda Türkiye'deki şirket adeta Hollanda merkezli limited şirketin "fiili şubesi" olarak faaliyet göstermektedir." İstanbul 5. ATM, E.2015/1174, K.2019/1021, T.18.10.2019.*

<sup>8</sup> "Organ kavramı tüzel kişiliğe ait bir kavram olup, kanun maddeleri tüzüğü, iç düzenlemeleriyle yetkili kılınan ve tüzel kişi için önemli olan görevleri devamlı ve bağımsız olarak, gerek üçüncü kişilerle olan ilişkilerde, gerekse tüzel kişinin iç teşkilatında yerine getirmesi için yetkili kılınan veya bu görevleri kendisine ve dışı belli olacak şekilde bağımsız ifa

öncelikle ortada geçerli bir seçim ve atama kararına sahip olmayan bir kişi veya grubun bulunması, bu kimse veya grubun yönetim organı gibi hareket ederek şirket iradesinin oluşumuna etki etmesi veya katkı sağlaması, fiili organın şirket tüzel kişiliği üzerinde önemli bir nüfuzla sahip olması şeklinde üç ana kıstas karşımıza çıkmaktadır.

### 5.3.1. Geçerli Bir Seçim veya Atama Kararının Bulunmaması

Fiili organdan bahsedebilmek için ilk şart, bu kavram içerisinde değerlendirilecek kişi veya grubun şirketin kanun ve esas sözleşme çerçevesinde organ olarak seçilmesine/atanmasına ilişkin bir kararın var olmamasıdır. Organ vasfı için kanun ve esas sözleşmede yer alan usullere uyulmaksızın belirlenmiş olan kişi veya kişiler organ statüsünde değildir ve organ vazifesini ifa etmeye ehil olmayan bu kimselerin her türlü işlem ve fiilleri yetkisiz davranış anlamına gelecektir (Eminoğlu, 2022: 132).

Kanunen ve esas sözleşmesel olarak uygun yolla atanmış veya seçilmiş olmasına rağmen daha sonradan görevde kalabilme şartlarını kaybeden veya görev süresi dolmuş yahut görevden alınmış olmasına rağmen şekli organ gibi görev ifa eden ve yetkilerini kullanmaya devam eden kimseler de fiili organ konumundadır (Eminoğlu, 2022: 133)<sup>9</sup>. Diğer bir ifadeyle, şekli organ vasfını kaybettiği an itibarıyla şekli organ gibi davranmaya devam eden kişinin

*edecek şekilde verilen kişilerdir. Bu kişilerin yetkileri kanunda veya tüzel kişinin kuruluş belgelerinde yazılı ise o kişinin organ olup olmadığını tespit etmekte güçlük yaşanmaz ve bu kişilerin dışındakilerin eylemleri tüzel kişiye atfedilemez. Ancak organ olduğu açıkça ifade edilmemişse de kuruluş sözleşmesine göre organa has yetki ve görevler verilmiş ise bu kişilerin eylemlerinin de organ gibi tüzel kişiyi bağlaması gerektiği, burada şekli organdan değil fiili organdan bahsedildiği ifade edilmektedir. Hatta tüzel kişi ya da organ gibi davranan kişi tarafından yaratılan ve tüzel kişi tarafından da göz yumulan görünüşe de ----- gereği organ sıfatı vermeyi gerektireceği ifade edilmektedir. Bu son hale de görünüşte organ denilmektedir. Organla iradi temsilci arasındaki fark, tüzel kişi organın davranışları ile iradesini açığa vurmaktadır. Halbuki temsilci temsil olunan kişinin iradesini açıklayan bir aracı değildir. Temsilcinin davranışı kendi fiilidir fakat kendi iradesiyle yaptığı hukuki işlemin sonuçlan temsil olunan kişiyi bağlar. Bu nedenle ki, organın haksız fiili temsil olunan tüzel kişinin haksız fiilidir." İstanbul Anadolu 4. ATM, E.2018/1160, K.2022/385, T.11.05.2022.*

<sup>9</sup> Bu durumun bir istisnası anonim şirketler bakımından TTK md. 410/1 düzenlemesidir. Hüküm uyarınca yönetim kurulu, görev süresi dolmuş olsa bile genel kurulu toplantıya çağırılmaya yetkilidir. Düzenleme ile görev süresi dolmuş olan yönetim kuruluna kanunen istisnai bir yetki tanınmıştır ve bu şekilde çağrı işlemi gerçekleştiren yönetim kurulu, çağrı işlemi bazında fiili organ konumunda değerlendirilemez. (Aynı yönde bkz. Eminoğlu, 2022: 133). Ancak kanunda düzenlenen bu istisnai hükümden de anlaşılacağı



işlem ve fiilleri fiili organ kavramı içerisinde değerlendirilmelidir.

Son olarak, usulüne uygun seçilmemiş veya çeşitli nedenlerden ötürü görev süresi dolmuş bir yönetim organının göreve devam etmesi dışında, ortada usulüne uygun olmasa da hiçbir seçim kararı yokken şirket tüzel kişiliğinin organı şeklinde hareket eden kimsenin de fiili organ olduğunu kabul etmek gerekir (Eminoğlu, 2022: 133). Bu tür bir durumda kanuni organı bulunmayan anonim şirketin fiil ehliyetinin de ayrıca tartışılması gündeme gelecektir. Ancak burada sicile güven ilkesinden kaynaklı bir hususa değinmekte fayda vardır. Geçerli bir seçim veya atama kararı olmamasına rağmen ticaret sicilinde anonim şirket yönetim kurulu üyesi olarak kayıtlı bulunan bir kimsenin şirketi temsilen yaptığı işlemlerde üçüncü kişilerin sicil kaydına duydukları güvenin korunması gerekir (Akın ve Kuru, 2022: 33). Bu durum TTK md. 373/2'de *temsil yetkisinin ticaret sicilinde tescilinden sonra, ilgili kişilerin seçimine veya atanmalarına ilişkin herhangi bir hukuki sakatlık, şirket tarafından üçüncü kişilere, ancak sakatlığın bunlar tarafından bilindiğinin ispat edilmesi şartıyla ileri sürülebilir*, şeklinde hüküm altına alınmıştır. Düzenleme, ilgili kişinin yaptığı işlemlerle şirketin bağlı olmasını sağlamaktadır; ancak bu durum fiili organ sorumluluğundan kaynaklanmamakta, iyi niyetli üçüncü kişilerin sicile duydukları güvenin korunması amaçlanmaktadır (Akın ve Kuru, 2022: 33; Palta, 2022: 382-383).

### 5.3.2. Yönetim Organı gibi Hareket Ederek Tüzel Kişi İradesine Etki Etme

Fiili organın varlığı bakımından değerlendirilmesi gereken ikinci unsur, fiili organın bir yönetim organı gibi hareket etmek suretiyle şirket iradesinin oluşumuna etki edip etmediğidir. Ancak buradaki etki genel ve dolaylı bir etki olmayıp organa özgü görev ve yetkilerle bağlantılı şekilde şirket iradesinin oluşturulması<sup>10</sup> veya oluşumuna katkı sunulmasına yönelik belirli ve doğrudan bir etkidir (Eminoğlu, 2022: 121; Öztan, 1970: 70-71; Sekban, 2022: 101).

Bu hususun anlaşılmasında en önemli etken, fiili organın şirket iradesine hangi seviyeden müdahale ettiğinin tespit edilmesinden geçmektedir. Bu hususun tespitinde tüzel kişi organının devredilemez görev ve yetkilerinin neler olduğu, fiili organın bu görev ve yetkileri kullanmak suretiyle bir

işlem ve eylemde bulunup bulunmadığı üzerinden bir değerlendirme yapılarak fiili organın varlığı araştırılabilir. Zira tüzel kişi organına kanun ve kuruluş belgesi ile bırakılan devredilemez görev ve yetkiler, tüzel kişinin üst düzey yönetimi işleriyle ilgilidir. Bu yetkileri gasp ederek şekli organ gibi hareket eden kişi ve grubun davranışı, fiili organ bakımından önemli bir göstergedir (Akın ve Kuru, 2022: 30; Eminoğlu, 2022: 122). Örneğin anonim şirketlerde yönetim teşkilatının, şirketi temsil ve ilzama yetkili kişilerin belirlenmesi, şirket yöneticilerinin atanması, görevden alınması gibi TTK md. 375'te yer alan yönetim kurulunun devredilemez görev ve yetkilerini şekli organ sıfatı olmaksızın kullanan kişiler, fiili organ konumundadır (Eminoğlu, 2022: 122; Korkut, 2010: 1374). Bu çerçevede; anonim şirketin orta ve alt düzey yönetim işleri üzerinde etki eden kimseler fiili organ olarak değerlendirilemez (Akın ve Kuru, 2022: 28-29). Bu sebeple anonim şirkette orta düzey yöneticilerin aldığı kararlar şirket işleri bakımından ne denli önemli görülürse görülsün fiili organ kavramı içerisinde değerlendirilemeyecektir (Aksoyak, 2016: 52).

Fiili organ sayılacak kişi veya kişilerin şirket iradesinin oluşumunda bizzat yer alması gerekir (Korkut, 2010: 1375). Ancak bu durum, fiili organın yönetim organı toplantılarında bizzat yer alması, toplantılarda organa emir ve talimat vermesi anlamına gelmemektedir. Fiili organ bu şekilde davranarak şirketin yönetim organı şeklinde hareket edebileceği ve şirketin işleriyle ilgilenebileceği gibi toplantılarda bizzat hazır bulunmaksızın, önceden verdiği emir ve talimatlarla da yönetim kurulunun alacağı kararlara etki edebilir (Akın ve Kuru, 2022: 27-29; Yüce, 2022: 250-251). Burada bahsedilen doğrudan etki, fiili organın *organmış gibi davranması* şeklinde özetlenebilir.

Yönetim kurulu toplantılarına bizzat katılsın veya katılmasın, şirket iradesinin oluşumunda dolaylı rol alan yani *organmış gibi hareket etmeyen* kişileri fiili organ olarak tanımlamak mümkün değildir. Örneğin anonim şirkette şirket iradesinin danışmanlık yapan, belirli ve önemli yönetsel konular hakkında görüş bildiren kişilerin fikirleri doğrultusunda oluşması halinde dahi, iradeye dolaylı yoldan bu etki eden kişiler fiili organ olarak kabul edilmeyecektir (Akdağ Güney, 2012: 241; Korkut, 2010: 1375).

Fiili organ sorumluluğu için fiili organın şirket iradesine sürekli olarak etki etmesinin bir gereklilik olup olmadığını da değerlendirmek gerekir. Fiili organdan bahsedebilmek

üzere, görev süresi sona eren yönetim kurulunun genel kurulu toplantıya çağırılmaktan başka bir yetkisi bulunmamaktadır. Bu sebeple görev süresi dolmuş yönetim kurulunun söz konusu işlem dışında bir yetkiyi kullanması durumunda fiili organ olarak hareket ettiğinin kabulü gerekir. eTTK döneminde Yargıtay, yönetim kurulu üyelerinin görev sürelerinin dolmasının ardından bu sıfatlarının kendiliğinden düşeceğine dair bir hüküm bulunmadığından bahisle süresi dolan yönetim kurulunun yenisi seçilene kadar görevde kalabileceğine hükmetmekteydi. Bu durumda da eTTK döneminde görev süresi dolmuş yönetim kurulunun işlemleri bakımından fiili organ tartışmalarına girilememekteydi. “*Yine anonim şirketlerde görev süresi biten yönetim kurulu üyelerinin bu sıfatlarının kendiliğinden düşeceğine*

*dair bir hüküm bulunmaması nedeniyle yönetim kurulunun yeni yönetim seçilene kadar zorunlu görevlerine devam edeceklerinin kabulü gerekir.”* Yargıtay 11. HD, E.1992/6220, K.1992/11024, T.30.11.1992 ve Yargıtay 11. HD, E.2009/5463, K.2009/6666, T.01.06.2009.

<sup>10</sup> Organa özgü yetki, şirket iradesinin oluşumunda belirleyici olan, şirket organizasyonunun en üst noktasında bulunan yöneticilerin kullanabildiği yetkilidir. Bu yetkilerin önemi dolayısıyla devri ile birlikte yetkileri devralanlar, yönetim kurulu üyelerinin sorumluluk hukukuna tabi olur, yönetim kurulu üyelerinin özen ve bağlılık yükümlülükleri çerçevesinde hareket etmeleri gerekir (Kırca vd., 2013: 592-593).

için şirket iradesine müdahalenin devamlı mı olması, diğer bir deyişle fiili organın tüzel kişi üzerinde daimi bir hakimiyetinin mi olması gerekir? Yoksa tek seferlik yahut kısa dönemlik müdahaleler de fiili organın oluşumu bakımından yeterli midir? Öğretide ifade edildiği üzere; şirket iradesine tek seferde dahi yapılan müdahaleler nedeniyle dahi, müdahalenin ulaştığı yoğunluğa göre fiili organ kavramının doğmasının önünde bir sakınca yoktur (Akdağ Güney, 2012: 243-244; Akın ve Kuru, 2022: 29-30; Eminoğlu, 2022: 142; Korkut, 2010: 1376-1377; Sekban, 2022: 88-89; Yüce, 2022: 252). Fiili organ kavramı, tüzel kişinin uzun zaman boyunca devam eden yönetim işlerini kapsayacak şekilde değil, her işlem bakımından ayrı ayrı değerlendirmeye tabi tutulması gereken bir olgudur. Aksinin kabulü, fiili organın dönemsel ya da tek seferde yapılmış olduğu ve tüzel kişi bakımından hayatiyet arz eden konulardaki belirli yoğunluktaki müdahalelerinde sorumluluğuna gidilmesine engel teşkil edecektir.

### 5.3.3. Yönetimde Önemli Bir Nüfuza Sahip Olma

Fiili organın varlığının kabul edilebilmesi için gereken üçüncü şart, şirketin üst düzey işleri ile doğrudan ilgilenen fiili organın yönetim noktasında önemli bir nüfuza sahip olmasıdır (Öztaş, 1970: 71-72). Şirket iradesine etki eden, yönetim organına verdiği emir ve talimatlarla onları yönlendiren fiili organ bu esnada yönetim organına müdahil olduğu işlem bazında inisiyatif alanı bırakmamalı (Korkut, 2010: 1375), şirket yönetim kurulunun fiili organ karşısında bağımsız karar vermelerini beklemek objektif olarak mümkün olmamalıdır (Aksoyak, 2016: 61; Eminoğlu, 2022: 135).

Önemli derecede nüfuza sahip olmanın bir diğer göstergesi ise fiili organın meydana gelecek ilgili zararları önleme gücüne sahip olmasıdır. Fiili organ olarak hareket eden kimsenin işlem ve fiilleri neticesinde meydana gelecek zararları önleyebilme imkanının varlığı, sorumluluğuna gidilebilmesi bakımından önemli bir işarettir (Eminoğlu, 2022: 129). Fiili organın zararı önleyebilme gücü, aktif davranışları yönünden değerlendirilebileceği gibi bu kimsenin zararın meydana gelmesi karşısındaki pasif tutumu

noktasında tartışılabilir. Fiili organ, zararın meydana gelmesi aşamasında bunu engelleyecek gücü olmasına rağmen pasif bir tutum sergiliyor ve bir *yapmama* hali içerisinde davranış gösteriyorsa, sorumluluğunun tartışılması gerekir (Eminoğlu, 2022: 130).

## 6. İNGİLİZ İÇTİHAH HUKUKUNDA FİİLİ ORGAN KAVRAMI

### 6.1. Genel Olarak

Fiili yönetim kurulu üyeliği, İngiliz hukukunda fiili yönetici (*de facto director*) ve gölge yönetici (*shadow director*) olmak üzere iki farklı kavramla ifade edilmektedir. Aşağıda açıklanacağı üzere, her iki kavramın birbiri ile örtüşen noktaları olsa da, hatta kimi özellikli olaylarda bu kavramlar üst üste binse de, İngiliz içtihat hukukunda bunlar farklı hukuki durumları ifade etmek üzere kullanılmakta ve farklı hukuki rejimlere tabi olmaktadır<sup>11</sup>.

Çalışmamızda İngiliz içtihat hukuku ile Türk hukuku arasında bir karşılaştırma yapmak istememizin sebebi, kavram hakkında İngiliz hukukundaki düzenlemelerin ulaşabildiğimiz en eski kanuni düzenlemeler olması ve kavramlara ilişkin tartışmaların spesifik niteliği haiz olması ile başta İsviçre ve Almanya olmak üzere, öğretide Kara Avrupası hukuku düzenlemeleri ve tartışmalarının halihazırda hukukumuzda değerlendirilmiş olmasıdır.

### 6.2. Kavramların Tarihçesi

İngiliz hukukunda fiili yönetici kavramına ilişkin ilk tartışmalar, 19. yy'a kadar uzanmaktadır<sup>12</sup>. Ancak 1980'li yıllara kadar fiili yönetici kavramı müdür olarak atanmış, ancak ataması kusurlu olan veya müdür olan ancak görevi sona eren kişiler hakkında uygulanmaktaydı (Birleşik Krallık Temyiz Mahkemesi [2010] UKSC 51, prg.82). İngiliz hukukunda yer alan yöneticilikten men ve yanlış ticarete ilişkin yaptırımların fiili yöneticilere uygulanması ise ilk defa 1988 yılında olmuştur (Birleşik Krallık Temyiz Mahkemesi [2010] UKSC 51, prg.82). Yönetimden istifa eden ancak üretim müdürü olarak şirkette görev almaya

<sup>11</sup> Fiili yönetici ve gölge yönetici kavramları ilk zamanlarda birbirine yakın ve örtüşen kavramlar olarak değil, birbirinin alternatifi ve birbirini dışlayan kavramlar olarak nitelendirilmekteydi. Bkz. Birleşik Krallık Yüksek Mahkemesi Re Hydrodam (Corby) Ltd [1994] yargılamasındaki hakim Millet J. açıklamalarının yer aldığı; Birleşik Krallık Temyiz Mahkemesi [2010] UKSC 51, prg.29.

<sup>12</sup> Lordlar Kamarası önünde görülen Murray v Bush (1873) LR 6 HL 37 davasında; şirkette pay sahibi ve yönetici olan kişi, şirket sözleşmesinde yer alan devre ilişkin bildirim ve diğer yükümlülüklerini yerine getirmeksizin paylarını üçüncü kişiye devreder ve akabindeki hissedarlar toplantısında, yönetici olarak bilinen kişiler devri tanır ve bu toplantıda devralanın yönetici olarak ilan edilir. Ancak devreden görevlerinin sona erdiğine ilişkin bir karar da alınmaz. Bu usulsüz devrin akabinde yöneticilerden üçünün usulüne uygun olarak atanmadığı iddia edilir. Kararda, 1844 tarihli Anonim Şirketler Kanunu'nun 30. bölümündeki yöneticilerin atanmasında bazı

kusur veya hataların daha sonra fark edilse bile, bu yöneticilerin eylemlerinin geçerli olduğu yönündeki hüküm gözetilerek ve şirketin kendisinin devre onay verdiği sonucuna varılarak temyiz itirazları reddedilmiştir. Fiili yöneticilik kavramı bakımından önemli olan husus, hakimlerden Lord Hatherley tarafından bu konuda yapılan ve kararda yer alan tartışmadır. Kararın geçtiği bkz. Birleşik Krallık Temyiz Mahkemesi [2010] UKSC 51, prg.61. Lordlar kamarası önünde görülen başka bir davada (Mahony v East Holyford Mining Co Ltd (1875) LR 7 HL 869), bir şirketin fonlarını elinde bulunduran bankacıların, şirket sözleşmesine uygun olarak atanmamış ancak yönetici olarak atanmış gibi davranan kişilerin ana sözleşme hükümlerine uygun olarak usulüne uygun olarak atanıp atanmadıklarını sorgulamak zorunda kalmadan yöneticilerin çeklerini yasal olarak yerine getirebilecekleri sonucuna varılmıştır. Bkz. Birleşik Krallık Temyiz Mahkemesi [2010] UKSC 51, prg.62.

devam eden davalının, şirket yönetiminin yönetimi terk etmesinin ardından geçerli bir atama kararı olmaksızın şirket yönetimini fiilen tekrar devralmasına ilişkin olayda, yöneticilikten men ve yanlış ticaret hükümlerinin müdür olarak atanmamış ancak yönetimde yer alan davalıya uygulanacak şekilde genişletilmesi bir ilktir.

Fiili yöneticinin sorumluluğunun tartışıldığı dönemlere paralel olarak, gölge yönetici kavramının da 1980 yılında İngiliz hukukuna girdiği görülmektedir. 1980 tarihli Şirketler Kanunu'nun 63. maddesinde *gölge yönetici* kavramı, bir şirketin yöneticilerinin, emir ve talimatlarıyla hareket etmeye alışkın olduğu kişi şeklinde yer almaktadır<sup>13</sup>. Yine hükmün devamında, mesleki sıfatla tavsiye veren kişiler ile ana şirketin sırf aralarındaki ilişki nedeniyle yavru şirketin gölge yöneticisi kabul edilmeyeceği de düzenlenmiştir.

### 6.3. Kavramların İngiliz Hukukundaki Düzenlemeleri

Günümüzde hem fiili yönetici hem de gölge yönetici kavramları yürürlükteki 2006 tarihli Şirketler Kanunu'nda yer almaktadır. 2006 tarihli Şirketler Kanunu'nun 250. maddesindeki yönetici kavramı, fiili yöneticiyi de kapsamaktadır<sup>14</sup>: *Şirketler Kanunu'nda "yönetici", adı ne olursa olsun, yönetici pozisyonunu işgal eden herhangi bir kişiyi içerir. Aynı Kanun'un 251. maddesi ise gölge yöneticiyi tanımlamaktadır<sup>15</sup>: Şirketler Kanunu'nda "gölge yönetici", bir şirketle ilgili olarak, şirket yöneticilerinin emir veya talimatlarına göre hareket etmeye alışkın olduğu bir kişi anlamına gelir.*

Gölge yöneticinin düzenlendiği 251. maddesinin devamında, hangi hallerin gölge yönetici tanımı kapsamının dışında olduğu da açıklanmıştır:

(2) Bir kişi, yalnızca yöneticilerin,

(a) Profesyonel bir kapasitede o kişi tarafından verilen tavsiyelere göre hareket etmesi nedeniyle

(b) Bir kanunla veya kanun kapsamında verilen bir işlevi yerine getirirken o kişi tarafından verilen emir, talimat, rehberlik veya tavsiyeye uygun olarak hareket etmesi nedeniyle

(c) O kişinin Kraliyet Bakanı sıfatıyla (1975 tarihli Kraliyet Bakanları Kanunu anlamında) o kişi tarafından verilen rehberlik veya tavsiyeye göre hareket etmesi nedeniyle gölge yönetici olarak kabul edilmemelidir.

Hüküm uyarınca, profesyonel danışmanlık, kanun kapsamında yerine getirilmesi gereken işlemlere ilişkin

talimatlar ve Kraliyet Bakanı sıfatıyla rehberlik yapılması haller gölge yöneticiliğin kapsamı dışında bırakılmıştır.

Yine hükmün devamında 1980 tarihli Şirketler Kanunu'ndaki ana şirket ile yavru şirket arasındaki ilişkinin gölge yöneticilik sayılmayacağı hükmüne paralel bir düzenleme de bulunmaktadır:

(3) Bir ana şirket, sadece bağlı ortaklığın yöneticilerinin onun emir veya talimatlarına göre hareket etmeye alışkın olmaları nedeniyle aşağıdaki amaçlarla bağlı şirketlerinden herhangi birinin gölge yöneticisi olarak kabul edilmemelidir:

Bölüm 2 (yöneticilerin genel görevleri),

Bölüm 4 (üyelerin onayını gerektiren işlemler) veya Bölüm 6 (aynı zamanda yönetici olan tek üye ile sözleşme)

Bu düzenlemenin TTK md. 202'de yer alan şirketler topluluğunda hâkim şirketin bağlı şirketi hakimiyetini hukuka aykırı kullanmak suretiyle zarara uğratamayacağı yönündeki düzenlemeyle benzer bir bakış açısına sahip olduğunu söylemek mümkündür. TTK'daki bu özel düzenleme, şirketler topluluğunda hâkim şirketin durumunun fiili organ kavramı üzerinden tartışılmasının önüne geçmektedir. Şirketler Kanunu'nda yer alan düzenleme de paralel bir düşünceyle hâkim şirket ve yavru şirket arasındaki ilişkiyi gölge yöneticilik vasfından çıkartmaktadır.

### 6.4. Kavramların Mahkeme Kararları Işığında Açıklanması

Fiili yönetici ve gölge yönetici kavramları, kanuni düzenlemelere dayansa da, aralarındaki farklar mahkeme içtihatlarıyla belirginleştirilmiştir. Birleşik Krallık Yüksek Mahkemesi, bir kararında fiili yöneticinin tespiti için on kıstas belirlemiştir (Birleşik Krallık Yüksek Mahkemesi, re UKLI Ltd [2013] EWHC Ch 680, prg.41):

1. Fiili yönetici, sanki bir yönetici gibi hareket etmelidir.
2. Söz konusu kişi, kurumsal yönetim yapısının bir parçası olmalı (veya olmuş olmalı) ve şikayete konu işlem veya eylemle ilgili olarak şirketin işlerini yönetmeye katılmış olmalıdır.
3. Şikayette bulunan konularda ya şirketin işlerini yöneten tek kişi ya da bunu yaparken önemli veya baskın bir nüfuz ve kuvvet olmalıdır. Etki başka türlü yeterli olmayabilir.

<sup>13</sup> İlgili hükmün orijinal metni şu şekildedir: ... a person in accordance with whose directions or instructions the directors of a company are accustomed to act ("a shadow director") shall be treated for the purposes of this Part of this Act as a director of the company unless the directors are accustomed so to act by reason only that they do so on advice given by him in a professional capacity.

<sup>14</sup> İlgili hükmün orijinal metni şu şekildedir: In the Companies Acts "director" includes any person occupying the position of director, by whatever name called.

<sup>15</sup> İlgili hükmün orijinal metni şu şekildedir: In the Companies Acts "shadow director", in relation to a company, means a person in accordance with whose directions or instructions the directors of the company are accustomed to act.

4. İlgili kişi, sanki yasal bir yönetici gibi şirketin yönetimi ile ilgili olarak hareket etme görevinin olduğunu düşündürecek eylemler veya işlevler üstlenmelidir.
5. İlgili kişinin icra ettiği işlevler ve şikayette bulunulan eylemler, bir yönetici veya yönetim kurulu seviyesinin altındaki başka bir çalışan tarafından uygun şekilde yerine getirilebilecek olanlar değil, yalnızca bir yönetici tarafından üstlenilebilecek türden olmalıdır.
6. Kişinin yönetici olduğu izlenimiyle/iddiasıyla hareket edip etmediği önemlidir. Ancak bu unvanı kullanması bir gereklilik olmadığı gibi her zaman yeterli de kabul edilmez.
7. Görevi, şikayette bulunulan kısım olduğu sürece, sadece şirketin işlerinin bir kısmı ile ilgili olabilir.
8. Başkalarına karşı hesap verebilirlik eksikliği bir gösterge olabilir; aynı zamanda büyük kararlara katılma durumu da olabilir.
9. Şirket adına bazı eylemleri önlemek için müdahale yetkisi yeterli olabilir.
10. İlgili kişi, yalnızca bir temsilci, çalışan veya danışmandan daha fazlası olan biri olmalıdır.

Gölge yönetici kavramı ise 2006 tarihli Şirketler Kanunu'ndaki tanımından hareketle, fiili yöneticinin aksine şirket yönetiminde fiilen aktif şekilde yer almaksızın, şirket yönetimini yönlendiren kişidir. Bir şirketle ilgili olarak, şirket yöneticilerinin emir veya talimatlarına göre hareket

etmeye alışık olduğu kişi olan gölge yönetici kavramı, fiili yönetici kavramının dışında bir olgu olarak kabul eden yargısal bir görüş bulunmaktaydı. Öyle ki; fiili yönetici şirketin onayıyla hareket ediyorken, gölge yönetici, tabiri caizse, gölgeler arkasında gizlenen bir kimse olarak değerlendiriliyordu<sup>16</sup>. Ancak daha sonraları fiili yönetici ve gölge yönetici kavramlarının birbirine temas edebileceği ve kimi hallerde örtüşebileceği kabul edildi<sup>17</sup>.

Hem kanuni düzenlemeler hem de şimdiye kadar değinilen mahkeme kararları ele alındığında, fiili yöneticinin yönetim işleriyle iştigal eden ancak kanuni bir yönetici sıfatını haiz olmayan kişi olduğu, ancak fiili yönetici kavramının tespitinde (özellikle yöneticinin sorumlulukları ve etki alanının belirlenmesinde) birtakım temel kıstasların arandığı; gölge yöneticinin ise yönetim işlerinden ziyade, yönetimde bulunan kişilerin iradesine profesyonel bir danışmanın ötesinde tesir eden, icracı olmayan bir kimse olduğu çıkarımı yapılabilir<sup>18</sup>.

## 11. TÜRK HUKUKU VE İNGİLİZ İÇTİHAH HUKUKUNDAKİ FİİLİ ORGAN SORUMLULUĞUNUN KULLANILAN TESPİTİNDE KARŞILAŞTIRILMASI

İngiliz içtihat hukukundaki fiili yönetici kavramının varlığı için aranan unsurlar ile hukukumuzda öğreti tarafından fiili organın varlığı bakımından değerlendirilen unsurlar büyük ölçüde örtüşmektedir. Aşağıda da izah edeceğimiz üzere; İngiliz içtihat hukukunda benimsenen unsurlar, Türk hukukunda fiili organın varlığı için aranan üç temel unsurun içerisinde yer alan kavramların genişletilmiş halleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türk hukukunda fiili organ bakımından aranan ilk şart olan tüzel kişi nezdinde geçerli bir seçim ve atama kararına sahip

<sup>16</sup> Fiili yöneticinin şirket tarafından görevlendirilmiş olmasına rağmen, hiçbir zaman usulüne uygun atanmasının yapılmadığı bir kimse olduğu, yalnızca usulüne uygun atanmış bir yönetici tarafından üstlenilebilecek işleri üstlendiğinin kanıtlanmasının yeterli olduğu, yöneticinin hiyerarşik olarak altında yer alan bir pozisyonun görevlerinin üstlenilmiş olmasının fiili yöneticilik için yeterli olmadığı; gölge yöneticinin ise şirketi fiilen yönetme iddiasında olmayan, perdenin arkasından şirket yönetimine talimat veren bir kimse olduğu yönündeki değerlendirme için *bkz.* Birleşik Krallık Yüksek Mahkemesi Re Hydrodam (Corby) Ltd [1994] yargılamasındaki hakim Millet J. açıklamalarının yer aldığı bölüm için *bkz.* Birleşik Krallık Temyiz Mahkemesi [2010] UKSC 51, prg.29.

<sup>17</sup> Bir kimsenin şirket faaliyetlerinden bir bölümünün yönetimini üstlenmesinin yanı sıra, şirket yönetimine başka bir faaliyet alanı ile ilgili emir ve talimat vermesinin mümkün olduğu yönünde *bkz.* Birleşik Krallık Yüksek Mahkemesi, **Re Mea Corpn Ltd [2006] EWHC 1846 (Ch)**, prg.89. Ticari itibarı iyi olmadığı için şirket yönetiminde görünmeyen bir kimsenin gölge yönetici olarak şirketi yönetmesi mümkün olduğu gibi, CEO'nun grup şirketlerine doğrudan ve açıkça talimat vermek suretiyle de gölge

yöneticiliğin oluşabileceği yönünde *bkz.* Birleşik Krallık Temyiz Mahkemesi [2010] UKSC 51, prg.109.

<sup>18</sup> İngiliz hukukunda, gölge yönetici ve fiili yönetici kavramlarının ayrımının bu denli net şekilde tespit edilmeye çalışılmasının sebebi, her iki kavrama farklı hukuki sonuçlar bağlanmış olmasındandır. 2006 tarihli Şirketler Kanunu'nun 212. bölümündeki görevi kötüye kullanma davası, gölge yönetici aleyhinde açılmaz. *Bkz.* Birleşik Krallık Temyiz Mahkemesi [2010] UKSC 51, prg.39. Ancak, 1986 tarihli İflas Kanunu'nun 214 ve 246ZB bölümlerindeki hatalı ticaret hükümleri, gölge yöneticiler için de uygulanabilir. Bu durum, 214. bölümün 7 numaralı paragrafında ve 246ZB bölümün 7 numaralı paragrafında *In this section "director" includes a shadow director*, hükümleriyle ifade edilmektedir. Aynı yönde 246ZB bölümündeki sorumluluğun Ek olarak, fiili yönetici veya gölge yöneticinin 1986 tarihli Şirket Yöneticilerinin Men'i Kanunu kapsamında yöneticilikten belirli bir süre men'i mümkündür. *Bkz.* Birleşik Krallık Yüksek Mahkemesi, re UKLI Ltd [2013] EWHC Ch 680 kararı ile fiili veya gölge yönetici olduğu tartışılan kişiye verilen men süresi 12 yıldır.

olmayan bir kişi veya grubun bulunması unsuruna karşılık olarak; İngiliz içtihat hukukunda fiili yöneticinin bir şirket yöneticisiymiş gibi hareket edip etmediği, bu yönde bir izlemin üzerinden fiillerini gerçekleştirip gerçekleştirmediği hususları tartışılmaktadır. Fiili organ şirket yöneticisiymiş gibi hareket edebilir; yahut yönetsel hiçbir unvan kullanmaksızın şirket yöneticisi izlenimi vererek de işlem ve eylemler gerçekleştirebilir. Önemli olan, fiili organ hakkında geçerli bir seçim veya atama kararı olmamasına rağmen “organmış gibi” davranışlarda bulunmasıdır.

Türk hukukunda fiili organ bakımından aranan ikinci şart ise fiili organın yönetim organı gibi hareket ederek şirket iradesinin oluşumuna etki etmesi veya katkı sağlamasıdır. İngiliz içtihat hukukunda bu durum; fiili yöneticinin şirket yönetimi hakkında kanuni yöneticinin görevlerini üstlenmesi, şirket yönetim yapısının bir parçası gibi şirket işlerinin yönetimine katılması, yönetimine katıldığı işlerin üst düzey işler olması ve bu düzeyin altındaki yöneticiler, çalışanlar tarafından yerine getirilecek türden işler olmaması, üstlendiği işlerin şirket işlerinin tamamı olabileceği gibi bir kısmı ile sınırlı olmasının da mümkün olduğu ve son olarak fiili yöneticinin bir temsilci, çalışan veya danışmandan daha fazlası olması gerektiği şeklinde ele alınmaktadır.

Türk hukukunda fiili organ bakımından aranan üçüncü ve son şart ise fiili organın şirket tüzel kişiliği üzerinde önemli bir nüfuza sahip olması gerekliliğidir. İngiliz içtihat hukukunda bu durum; fiili yöneticinin şirket işlerini yaparken önemli veya baskın bir nüfuzunun ve kuvvetinin olması, şirket adına bazı eylemleri önleyebilme kudretinin var olması ve fiili yöneticinin üçüncü kişilere hesap vermemesi, önemli kararlara katılım sağlaması şeklinde kabul görmektedir.

## 12. SONUÇ

Fiili organ, kanun ve esas sözleşme çerçevesinde kendisine bir yetki devri yapılmamış olmasına rağmen, tüzel kişinin üst yönetim işleriyle doğrudan uğraşan, tüzel kişi üzerindeki nüfuzu ile kendi iradelerini yönetim organının ve dolayısıyla da tüzel kişinin iradesi haline getiren kişidir.

Hukukumuzda fiili organ kavramına ve sorumluluğunun tespitinde kullanılacak unsurlarına ilişkin bir düzenleme yoktur. Anonim şirketler özelinde eTTK döneminde açık bir kanuni düzenleme olmamasına rağmen fiili organ sorumluluğunun varlığı öğreti tarafından kabul edilmekteydi. eBanK düzenlemesi içerisinde de anonim şirketler şeklinde örgütlenen bankalarda bankayı fiilen yöneten ortak hakkında varsayımsal zimmet suçu özelinde bir cezai sorumluluk hükmü bulunmaktaydı. Bu cezai düzenleme BanK ile de korunurken TTK md. 553'teki kurucuların, yönetim kurulu üyelerinin, yöneticilerin ve tasfiye memurlarının sorumluluğunu düzenleyen hükümde yer alan *yöneticiler* ifadesi ile fiili organ sorumluluğunun kanuni temellerinin oluştuğu kabul edilmektedir.

Öte yandan eTTK dönemi zamanında dahi Yüksek Mahkeme içtihatlarında fiili organ kavramından bahsedilen kararlar bulunmaktaysa da bu kavramın etraflı şekilde ele alındığı ve sorumluluğun belirlenmesinde kullanılacak unsurların ne olduğu hakkında bir mahkeme kararına

rastlanmamıştır. Öğretide ise fiili organ ve sorumluluğunun oluşma şartları çeşitli boyutlarıyla değerlendirilmiştir. Farklı başlıklar altında ele alınan sorumluluk unsurlarını derli toplu bir şekilde sunmak gerekirse; temel olarak üç ana unsurun varlığının gerekliliği göze çarpmaktadır: Tüzel kişi nezdinde geçerli bir seçim ve atama kararına sahip olmayan bir kişi veya grubun bulunması, bu kişi veya grubun yönetim organı gibi hareket ederek şirket iradesinin oluşumuna etki etmesi veya katkı sağlaması ile bu kişi veya grubun şirket tüzel kişiliği üzerinde önemli bir nüfuza sahip olması fiili organ sorumluluğu bakımından gerekli şartlardır.

Çalışmada Türk hukukundaki durum ele alındıktan sonra İngiliz içtihat hukukundaki yaklaşıma yer verilmiştir. Bunun sebebi, Türk öğretisinde daha önce mehz hukuklar olan Kara Avrupası hukukuna dair yaklaşımların tartışılmış olması ve fiili organ kavramı hakkında İngiliz hukukundaki düzenlemelerin ulaşabildiğimiz en eski kanuni düzenlemeler olmasından kaynaklanmaktadır.

İngiliz içtihat hukukunda *de facto director* ve *shadow director* başlıkları altında iki farklı fiili organ türü yer almaktadır. Bu iki kavram İngiliz hukukunda hem kanuni düzenlemelerde yer almakta hem de içtihat hukukunda uzun süredir tartışılmaktadır. Kanuni düzenlemeler ve mahkeme içtihatlarından hareketle; fiili yönetici olarak tercüme edilebilecek *de facto director* hakkında yönetim işleriyle iştigal eden ancak kanuni bir yönetici sıfatını haiz olmayan kişi olduğunu söylemek mümkündür. Ancak fiili yönetici kavramının tespitinde (özellikle yöneticinin sorumlulukları ve etki alanının belirlenmesinde) birtakım temel kıstasların aranmaktadır. Gölge yönetici olarak tercüme edilebilecek *shadow director* ise yönetim işlerinden ziyade, yönetimde bulunan kişilerin iradesine profesyonel bir danışmanın ötesinde tesir eden, icracı olmayan bir kimse konumundadır.

İngiliz içtihat hukukunda fiili organ sorumluluğunun tespitinin hukukumuzda göre daha ayrıntılı kıstaslarla ele alındığı görülmektedir. Söz konusu on farklı kıstası hukukumuzdaki üç temel unsur ile örtüştürmek ve bunların ayrıntılı açıklamaları olarak değerlendirmek mümkündür. İngiliz içtihat hukukunda kabul edilen bu kıstaslar, hukukumuz bakımından fiili organ sorumluluğunun tespiti noktasında izah ettiğimiz unsurlar için somut olay özelinde önemli örneklemeler olarak dikkate alınabilir.

## KAYNAKÇA

AKDAĞ GÜNEY, N, (2012), *6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'na Göre Anonim Şirket Yönetim Kurulu*, İstanbul: Vedat Kitapçılık

AKIN, M Y, KURU, Ö, (2022) *Anonim Şirketlerde Fiili Organın Temsil Yetkisinin Varlığı Sorunu İsviçre Federal Mahkemesi'nin 9 Ekim 2019 Tarihli Kararı Çerçevesinde Bir Değerlendirme (BGE 146 III 37)*, İstanbul Aydın Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Y.8, S.1, s.17-42

AKSOYAK, M, (2016), *Anonim Şirketlerde Fiili Yönetim Kurulu Üyeliği*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk (Ticaret Hukuku) Anabilim Dalı, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara

BİLGİLİ, F, DEMİRKAPI, E, (2013), *Şirketler Hukuku*, Bursa: Dora Basım Yayım Dağıtım

DURAL, M, ÖĞÜZ, T, (2021), *Türk Özel Hukuku C.II Kişiler Hukuku*, İstanbul: Filiz Kitabevi

EMİNOĞLU, C, (2022), *Anonim Şirket Özelinde Fiili Yönetim Organı*, Ankara: Adalet Yayınevi

ERGÜN, Ö, (2010), *Medeni Hukuk Tüzel Kişilerinin Ehliyet Durumu*, İstanbul: On İki Levha Yayıncılık

FRIEDMANN, W, (1958), *Tüzel Kişilik Nazariyeleri ve Tatbikat*, Çev. Tuğrul Ansay, AÜHFD, C.XV, S.1-4, s.50-66

HATEMİ, H, KALKAN OĞUZTÜRK, B, (2022), *Kişiler Hukuku*, İstanbul: Vedat Kitapçılık

HELVACI, M, (1995), *Anonim Ortaklıkta Yönetim Kurulu Üyesinin Hukuki Sorumluluğu*, İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım

İMREGÜN, O, (1970), *Anonim Ortaklıklar*, İstanbul: Kutulmuş Matbaası

KARAYALÇIN, Y, (1991), *Üst Kuruluşlar Hukuku*, BATİDER, C.XVI, S.1, s.3-47

KIRCA, İ, ŞEHİRALİ ÇELİK, F H, MANAVGAT, Ç, (2013) *Anonim Şirketler Hukuku*, C.I, Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü

KIRCA, İ, (2003), *Anonim Şirket Yönetim Kurulu Üyeliği Seçimine İlişkin Kararların Hükümsüzlüğü*, Bilgi Toplumunda Hukuk, Ünal Tekinalp'e Armağan, C.I, İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım, s.495-506

KORKUT, Ö, (2007), *Anonim Şirketlerde İnançlı Yönetim Kurulu Üyeliği*, Ankara: Adalet Yayınevi

KORKUT, Ö, (2010), *Anonim Şirketlerde Fiili Yönetim Kurulu Üyeliği*, Prof. Dr. Fırat Öztan'a Armağan, C.1, 2010, Ankara: Turhan Kitabevi, s.1367-1386

NOMER, F, (1999), *Anonim Şirketlerde Pay Sahibinin Sadakat Yükümlülüğü*, İstanbul: Beta Yayınları

OĞUZMAN, M K, SELİÇİ, Ö, OKTAY ÖZDEMİR, S, (2021), *Kişiler Hukuku (Gerçek ve Tüzel Kişiler)*, İstanbul: Filiz Kitabevi

ÖZSUNAY, E, (1978), *Medeni Hukukumuzda Tüzel Kişiler*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları

ÖZTAN, B, (1970), *Medeni Hukuk Tüzel Kişilerinde Organ Kavramı ve Organın Fiillerinden Doğan Sorumluluk*, Ankara: Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları

ÖZTAN, B, (1994), *Tüzel Kişiler (Ders Notları)*, Ankara: Turhan Kitabevi

PALTA, N, (2022), *Türk ve İsviçre Anonim Şirketler Hukukunda Fiili Organ Kavramı*, Akdeniz Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.XII, S.I, s.357-391

PULAŞLI, H, (2011), *Şirketler Hukuku Şerhi*, C.I, Ankara: Adalet Yayınevi

SEKBAN, Y K, (2022), *Anonim Ortaklıklarda Fiili Organ*, İstanbul: Vedat Kitapçılık

SEROZAN, R, (1994), *Tüzel Kişiler Özellikle: Dernekler ve Vakıflar*, İstanbul: Filiz Kitabevi

TEKİNALP, Ü, (2013), *Sermaye Ortaklıklarının Yeni Hukuku*, İstanbul: Vedat Kitapçılık

ÜÇİŞİK, G, ÇELİK, A, (2013), *Anonim Ortaklıklar Hukuku*, C.I, Ankara: Adalet Yayınevi

YÜCE, A A, (2022) *Anonim Şirketlerde Pay Sahiplerinin Fiili Yönetim Organı Anlamındaki Hukuki Sorumluluğu*, İstanbul Medipol Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.9, S.1, s.243-266

Birleşik Krallık Temyiz Mahkemesi [2010] UKSC 51 <https://www.supremecourt.uk/cases/docs/uksc-2009-0131-judgment.pdf>, Erişim Tarihi: 17.05.2023, 12.00

Birleşik Krallık Yüksek Mahkemesi Re Mea Corpn Ltd [2006] EWHC 1846 (Ch) <https://www.bailii.org/ew/cases/EWHC/Ch/2006/1846.html>, Erişim Tarihi: 17.05.2023, 12.00

Birleşik Krallık Yüksek Mahkemesi Re UKLI Ltd [2013] EWHC Ch <https://www.bailii.org/ew/cases/EWHC/Ch/2013/680.html>, Erişim Tarihi: 17.05.2023, 12.00

Lordlar Kamarası Mahony v East Holyford Mining Co Ltd (1875) LR 7 HL 869 <https://judgements.lawnigeria.com/2018/05/11/3plr-7/>, Erişim Tarihi: 17.05.2023, 12.00

[https://www.legislation.gov.uk/ukpga/1980/22/pdfs/ukpga\\_19800022\\_en.pdf](https://www.legislation.gov.uk/ukpga/1980/22/pdfs/ukpga_19800022_en.pdf), Erişim Tarihi: 17.05.2023, 12.00

<https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2006/46/section/250>, Erişim Tarihi: 17.05.2023, 12.00

<https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2006/46/section/251>, Erişim Tarihi: 17.05.2023, 12.00

<https://www.legislation.gov.uk/ukpga/1986/45/section/214>, Erişim Tarihi: 17.05.2023, 12.00

<https://www.legislation.gov.uk/ukpga/1986/45/section/246ZB>, Erişim Tarihi: 17.05.2023, 12.00

## ÖĞRENCİLERİN METİN DİL BİLİM VE METİNSELLİK ÖLÇÜTLERİNE YÖNELİK GÖRÜŞLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

İsmet Çetin<sup>1</sup> , Serap Karademir<sup>2\*</sup> 

**Özet:** Metin dilbilim, dilbilim alanı içerisinde özellikle dil eğitimlerinde kullanılan okunan ya da yazılan metinlerin sahip olması gereken özellikleri inceleyen bir dal olarak ortaya çıkmıştır. Günümüzde dil öğretimlerinin merkezini metinler oluşturmaktadır. Bu noktada bu çalışma, metin dilbilim dersi alan öğrencilerin metin dilbilim dersine ve metinsellik ölçütlerine yönelik algılarını ölçmeyi amaçlamıştır. Öncelikle çalışmada metin dilbilim ve metinsellik ölçütleri ile ilgili bilgiler verilmiştir. Çalışmanın araştırma evreni, Ordu Üniversitesinde öğrenim gören ve metin dilbilim dersi alan Türk Dili ve Edebiyatı ve Türkçe Öğretmenliği bölümü öğrencileri ile kısıtlanmıştır. Bölümlerde kayıtlı 424 öğrenciden 251'ine ulaşılmış ve anket uygulanmıştır. Öğrencilerden alınan yanıtlar SPSS 23 istatistik programı vasıtasıyla faktör analizi, güvenilirlik analizi, bağımsız örnekler T testi ve Anova testine tabi tutulmuştur. Elde edilen analizler sonucunda öğrencilerin kitap okuma sıklığına göre metinsellik ölçütlerine yönelik algılarının değiştiği sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Metin Dil Bilim, Metinsellik Ölçütleri, Bağdaşıklık, Tutarlılık, Metinler Arasılık

## AN EVALUATION ON STUDENTS' OPINIONS TOWARDS TEXT LINGUISTICS AND TEXTUALITY CRITERIA

**Abstract:** Especially those used in language education that examine the characteristics should have read or written texts, text linguistics has emerged as a branch within the field of linguistics. Today, texts form the center of language teaching. At this point, this study aimed to measure the perceptions of students taking text linguistics courses towards the text linguistics course and textuality criteria. First of all, information about text linguistics and textuality criteria is given in this study. The study is limited to students taking text linguistics courses in the Department of Turkish Language and Literature and Turkish Teaching at Ordu University. A total of 251 students participated in the survey and filled out the form. The answers received from the students were subjected to factor analysis, reliability analysis, independent-sample T-test, and one-way ANOVA test through the SPSS 23 statistical program. As a result of the given analyses, it was concluded that students' perceptions of textuality criteria changed depending on the frequency of reading books.

**Keywords:** Text Linguistics, Textuality Criteria, Cohesion, Coherence, Intertextuality

<sup>1</sup>**Adres:** Gazi Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi, Türk Dili ve Edebiyatı Eğitimi, Ankara, Türkiye.

<sup>2</sup>**Adres:** Ordu Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, Ordu, Türkiye.

\***Sorumlu Yazar:** bserap78@hotmail.com

**Atıf:** Çetin, İ., Karademir, S. (2023). Öğrencilerin Metin Dil Bilim ve Metinsellik Ölçütlerine Yönelik Görüşleri Üzerine Bir Değerlendirme. Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(2): 105-115.

## 1. GİRİŞ

Dil ve edebiyat eğitiminin en önemli unsurlarından biri edebi metindir. Özellikle dil eğitimi edebi metinler üzerinden yürütülmektedir. Dil eğitimlerinde derslerde okutulacak ya da öğrenciler tarafından oluşturulan metnin hangi özelliklere sahip olması gerektiği bilinmesi gereken önemli bir konudur. 1970'li yıllar itibarıyla ortaya çıkan metin dilbilim kavramı bu konulara cevap bulmada bir yol haritası çıkarmaktadır.

Şenöz Ayata (2005:58)'e göre metin dilbilim özellikle okuma ve yazma eğitimi ile yakın bir ilişki içerisindedir. Metin okuma, okuduğunu anlama ve metin yazma gibi çalışmalar dil eğitiminin en temel öğeleridir. Diğer bilim dallarının aksine metin dilbilim, metinlerin içeriği ile değil metnin oluşmasında etkili olan unsurlar, metin yazma ve metnin iletişimsel özellikleriyle ilgilenir (Akt. Karadeniz, 2015:2). Metin okuma ve anlama eğitimlerinde metnin yapısından hareketle yazarın verdiği mesajın bulunması, metnin yapıya ayrılması, bağdaşıklık unsurlarının tespiti, tutarlılık unsurlarının bulunması gibi hareketler metnin anlaşılabilirliğini ve yorumlanmasını kolaylaştırır. "Yazma eğitimlerinde ise metni oluşturan bağdaşıklık ve tutarlılık unsurlarının yazma kalitesini nasıl etkilediği ve iyi bir metinde olması gereken niteliklerden hareketle öğrencilerin bağdaşıklık araçlarını kullanma becerilerinin nasıl geliştirilebileceği önemli hususlar olarak karşımıza çıkmaktadır." (Karadeniz, 2015:2).

Dil eğitiminin temel sorunlardan biri, dilin iletişimsel boyutunun göz ardı edilmesidir. Son yıllarda dil öğretiminde dilin kullanım boyutu ön planda tutulmuş ve dil öğretiminin temelini metinlerden oluşması gerekliliği anlaşılmıştır. Kavcar (1993:35), çağdaş bir dil öğretiminde, öğretimin merkezini metinlere dayandırılarak öğrencilerin farklı metinlerle tanıştırılması ve metinlerin dünyasında yaşatılması gerektiğini savunur. Nitelikli bir metin seçimi, öğretimin niteliğini belirler. Ancak, metinlere hangi yöntemlerle yaklaşılması gerektiği önemli bir sorundur. Dilidüzgün (2013:1241)'e göre, metni anlamak ve metni oluşturan dil öğelerinin arasındaki ilişkileri saptamak ve metni işlevsel parçalara ayırabilmek, metni çözümlenmek ve değerlendirilebilmek için gereklidir. Metinlerin işlevsel kullanımını öğrenebilmek, dil eğitiminde öğrencilerin dil yapılarını cümle içinde kendinden önce ve sonraki cümleler bir bütün olarak görebilmeleri, dil yapıları ile anlam arasındaki ilişkiyi kavramaları açısından oldukça önemlidir. Bu noktada metin dilbilim derslerinin temel amacı "metinlerin yapılarını, yani dil bilgisel ve içeriksel kurgulanış biçimlerini ve bildirişimsel işlevlerini ortaya çıkarma ve örneklerle gösterme" şeklinde ifade edilebilir (Şenöz Ayata, 2005:22; Akt. Cin Şeker, 2021:1228).

## 2. METİN DİL BİLİM KAVRAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Metin dilbilim bir metni yapısal ve anlamsal bir bütünlük içerisinde değerlendirerek metni oluşturan temeli ortaya çıkaran bir yaklaşımdır. Özellikle son yıllarda metin çözümlenmesi amacıyla en çok kullanılan yöntemlerinden biri de metin dilbilimidir. Metin dilbilim, metni metinsellik ölçütleri ile birlikte irdeleyerek yapılarına ve unsurlarına ayırır. Bu şekilde unsurlarına ayrıştırılan metinler daha iyi okunur ve daha kolay anlaşılır (Karadeniz, 2015:3).

Metin dilbilim, dilbilim içinde yer alan ve 1960'lı yıllarından itibaren geliştirilen yeni bir çalışma alanıdır. Metnin bir bütün olarak yapısını, işlevini ve metni oluşturan öğeler arasındaki ilişkileri ele alır (Wikipedia, 2023). Coşkun (2005:9) metin dilbilimi, "yazılı ve sözlü bir metni metin yapan nitelikleri, metnin oluşturulmasında kullanılan içyapı ve dış yapıyı, metni daha anlaşılır ve akılda kalıcı kılmayı sağlayan nitelikleri belirlemeye çalışan modern belagat, kompozisyon bilimi" olarak tanımlamaktadır. Bu noktada metin dilbilim, bir metnin niteliklerinin nasıl olması gerektiğini ve yazılı anlatımın nasıl geliştirilebileceğini gösteren bir bilim dalı olarak ifade edilebilir.

Beaugrande ve Dressler (1981:3)'e göre metin dilbilim çalışmalarının en önemli amacı, "metin olan ile metin olmayanın ayırt edilmesini sağlayan ölçütleri" bulmaktır. Dilbilimin bu yeni alanı, "bu ölçütleri geliştirebilmek için metinlerin yapılarını ve iletişimsel işlevlerini irdeleyerek metni oluşturan genel kural ve koşulları" ortaya koyar. Metin dilbilimi, "metinler ve metin türlerine özgü ortak ve farklı özellikleri saptar" şeklinde ifade eder (Akt. Dilidüzgün, 2017:15).

Metin üzerine yapılan çalışmaların tarihi antik çağlardan 18. yy. sonuna kadar yapılan sözbilim ve biçembilim çalışmalarına dayandırılmaktadır. Beaugrande ve Dressler'in "gerek sözbilim gerekse biçembilim incelemelerinde tümceden daha büyük dilsel birimlerin göz önünde bulundurulduğu" sözü metin dil bilim ile söz bilim ve biçembilim çalışmaları arasındaki benzerliğe dikkat çekmektedir (Ayata Şenöz, 2005:13). Metinle ilgili ilk çalışmalar MÖ 5. yy'a kadar gitmektedir ve batıda "retorik", doğuda ise "belâgat" adı verilen ve genellikle sözlü anlatıma dayalı çalışmalardır. 18. yy.dan itibaren yapılan biçem bilimi çalışmaları, söz bilimi ile metin dilbilim çalışmaları arasında köprü vazifesi görmektedir (Dilidüzgün, 2017:5-6). Metin dilbilimin ortaya çıkmasında etken olan çalışmalara Malinowski ve Firth'in tümce üstü dil çalışmalarına durum bağlamı açısından yaklaşımları, Mathesius'un işlevsel tümce çözümlenmesi çalışmaları ve sonrasında da Harris'in söylem kavramını ortaya atması örnek olarak verilebilir (İşeri, 2021:99).

Alan yazındaki kaynaklar tarandığında birçok yazar tarafından metin dilbilim çalışmalarının temelini Amerikalı dilbilimci Harris tarafından oluşturulduğu kabul edilir (Aksan, 2017; Dilidüzgün, 2017; Aksan ve Aksan, 1991, Coşkun 2005). Çalışmalarında tümceden büyük yapıların incelenmesi gerektiğini belirten Harris, metin dilbilim çalışmalarının ortaya çıkmasını sağlamıştır (Aksan, 2017:187). Harris (1952) çalışmasında metin içindeki tümce üstü yapıları aralarındaki ilişkilere göre incelemek gerekliliğini belirtmiştir (Akt. Kerimoğlu, 2017:64). Aynı şekilde Hartmann (1968), iletişimin sözcüklerle değil metinler aracılığıyla kurulduğunu söylemektedir (Subaşı Uzun, 1995:20).

Yukarıda belirtilen çalışmalar metni esas alan çalışmalar olmalarına rağmen yöntem açısından çok da farklı değildir. Metin merkezli çalışmalar için Harweg (1968) dönüm noktası olarak sayılabilir. Harweg çalışmasında metinde değiştirim ilkesini ortaya atmış, değiştirim kavramını metnin bağdaşık ve tutarlı bir bütün olmasını sağlayan en önemli unsur olarak kabul etmiştir (Coşkun, 2005:42). Subaşı Uzun



(1995:20)'a göre ise Harweg (1968)'in çalışması, tümce dizileri arasındaki ilişkinin düzenini sorgulaması bakımından metin dilbilim alanında yapılan ilk sistemli çalışmadır.

Metin dilbilimin ayrı bir disiplin haline gelmesi ancak 1960-1970 yılları arasında mümkün olmuştur. Bu gecikmenin ana kaynağı dilbilim çalışmalarının daha çok dil tarihi ve dil sistemi üzerine yönelmesidir. Bu çalışmalar da yapısalılık, klasik sözdizimi ve üretici dönüşümsel dil bilgisi çalışmaları olarak sınıflandırılabilir. Metin dilbilimi “dil sistemindeki atılımları, metinlerin incelenme ve oluşumları üzerine çalışılması gerektiğini söyleyen dilbilimcilerle birlikte başlamıştır (Aşkın Balcı, 2018:28-29).

Dressler, Beaugrande, Van Dijk, Halliday, Ruqaiya Hasan, Slakta, Charolles, Combettes ve Adam gibi araştırmacılar metin dilbilim alanında 1970'li yıllara damgasını vuran bilim insanlarıdır (Korkut, 2016:173). Beaugrande ve Dressler (1981), “İnsan dilinin temel birimi olarak sözlü veya yazılı biçimdeki metinden yola çıkan ya da en azından birbirini izleyen tümceleri ve daha büyük metin parçalarını incelemeyi görev sayan her dilbilimsel araştırma metin dilbilimin kapsamına girer.” varsayımıyla metin dilbilimin sınırlarını çizmiştir (Akt. Aşkın Balcı, 2018:33). Halliday ve Hasan (1976) geliştirdikleri sistemli-işlevsel dil bilgisi modeliyle dilin toplumsal işlevlerine dayanılarak açıklanması gerektiğini, dilin kişilerarası, düşünsel ve metinsel olmak üzere üç işleve sahip olduğunu ve bunlardan metinsel işlevin ayrı bir öneme sahip olduğunu dile getirmişlerdir (Akt. Subaşı Uzun,1995:28). Halliday ve Hasan 1976'da yayınlanan “Cohesion in English” adlı eserleriyle metin dilbilim alanına önemli katkıda bulunmuşlardır. Van Dijk (1980) metnin birbiri ardına sıralanan tümcelerden ibaret basit bir yapı değil, ana düşünceyi oluşturan anlamsal bir yapının cümlelerle ayrıntılandırıldığı büyük bir yapı olduğunu ortaya koymuştur (Dilidüzgün, 2017:14). Ayrıca Van Dijk (1980) metin dilbilimin amacını, “konuşan ya da yazan öznelere bir metin edincine sahip olarak bu edinci edime dönüştürecek doğru niteliklere sahip metinler üretebilmek” olarak ifade etmiştir (Akt. Aşkın Balcı, 2018:33).

Türkiye’de metin dil bilim alanındaki çalışmalar 1980’li yıllarda başlamıştır. Berke Vardar metin dil bilimin öncüsü olarak kabul edilmektedir. Süheyla Bayrav, Tahsin Yücel, Gül Işık, Mehmet Rıfat gibi araştırmacılar gösterge bilim alanında yaptıkları çalışmalarla metin dil bilimin gelişmesine katkıda bulunmuşlardır (Boz, 2020:97). Araştırmacıların bu öncü çalışmaların devamında metin dilbilim alanında yapılan çalışmalar genellikle lisansüstü tezleri niteliğindedir. Tez çalışmaları arasında Kocaman (1980) tarafından hazırlanan “An Applied Linguistic Approach to Intersentence Relations in English” adlı doçentlik tezi bu alandaki öncü çalışmalardandır. Türkiye’de metin dilbilimin ayrı bir disiplin haline gelmesinde katkıda bulunan araştırmacılara örnek olarak Şükriye Ruhi, Deniz Zeyrek, Leyla Subaşı Uzun, Şeyda Ozil, Lütfiye Oktar ve Semiramis Yağcıoğlu sayılabilir (Şenöz Ayata,2005; akt. Boz, 2020:97).

### 3. METİNSELLİK ÖLÇÜTLERİ

Metin incelemelerinde metnin yapısının analiz edilmesi önemlidir. “Metin hangi katmanlardan oluşmaktadır?” sorusuna verilecek cevap aynı zamanda metnin nasıl incelenmesi gerektiği konusunda da yardımcı olacaktır. Van Dijk (1980), “metnin anlam bilimsel yapısının hem tümce düzeyinde (küçük yapı) hem de metnin bütünü düzeyinde (büyük yapı)” tanımlanabileceğini söylemektedir. Metnin yüzey yapısını önermeler dizisi olarak gören Van Dijk, metinlerde cümleler arasındaki anlam ilişkilerinin bir kısmının metnin yüzey yapısına bakılarak diğerlerinin ise bağlamla ilgili özel ya da genel bilgiler yardımıyla anlaşılabilirliğini belirtmiştir (Akt. Subaşı Uzun, 1995:28). Metni küçük yapı ve büyük yapı olarak iki katmana ayıran Kinstch ve Van Dijk metnin tabanındaki bilgilerin alıcıya nasıl iletiildiği noktasından hareket ettiği makalesinde, cümleleri birbirine bağlamaya yarayan referans değerler dışında metnin bütünündeki tutarlılığa da dikkat çeker. Metni oluşturan önermelerin doğrudan bağlantılı olmasa bile doğal dil ve bilişsel düzeyde bağlantılı olabileceğini vurgular (Kinstch ve van Dijk,1978:3). Charolles ve Combettes (2001)’e göre metnin yapısını oluşturan bağdaşıklık ve tutarlılığın dört kurala uyuyor olması gerekir. Bir metnin bağdaşık ve tutarlı olabilmesi için yineleme, ilerleme, çelişkin olmama ve bağıntılılık kurallarına uyması gerektiğini ifade eder. Ona göre bir tümceler dizisinin metin olabilmesi için içerdiği bilgilerin ve öğelerin yinelenmesi gerekir (Akt. Onursal, 2003:127).

“Ard arda sıralanmış her söz dizisi ya da tek sözcükten oluşan bir yapı metin midir?” şeklindeki sorular ve bu sorulara yanıt bulmaya çalışan tartışmalar metin dil bilimin çıkış noktası olmuştur. Beaugrande ve Dressler (1981), metnin ne olduğu ya da ne olmadığı konusunda ilgili olarak metinsellik ölçütlerini ortaya atmıştır. Bu çalışmada bir sözcük topluluğunun hangi koşullarda metin olarak kabul edilebileceğini izah etmişlerdir. Öncelikle metinlerin nasıl üretilebileceği, hangi standartları karşılaması gerektiği, insanların bunları olay ortamında nasıl kullandığı gibi konulara eğilen Beaugrande ve Dressler (1981) metni, yapısında yedi metinsellik unsuru bulunan iletişimsel bir oluşum olarak tanımlarlar. Metni oluşturan bu ölçütler “bağdaşıklık, tutarlılık, amaca uygunluk, kabul edilebilirlik, duruma uygunluk, bilgisellik ve metinler arasılık” şeklinde sıralanabilir. Beaugrande ve Dressler (1981)’e göre bu yedi ölçütün bulunmadığı metinler iletişimsel kabul edilemez. Bu durumda iletişim işlevini yerine getirmeyen sözler de metin olarak kabul edilemez.

#### 3.1. Bağdaşıklık

Bağdaşıklık metinlerde gönderim unsurlarıyla ortaya çıkan ve metnin yüzey yapısındaki dil bilimsel ilişkileri tanımlayan bir ölçüttür. Metinler ortaya çıkarılırken sözcükler ve cümleler arasındaki bağlantıyı kuran yapılarıdır. Günay (2017:73) bağdaşıklık, “bir yazının metin olmasını sağlayan metin içi ilişkileri kuran dille ilgili özelliklerin tümü” olarak tanımlamıştır. Torusdağ ve Aydın (2017:15) ise “metindeki bir ögenin yorumunun bir başka ögeye bağlı olduğu durumlar” şeklinde açıklamıştır. Halliday ve Hasan (1976:47) ise bağdaşıklık, metin ile metin olmayanı ayırt etmeyi kolaylaştıran bir unsur olarak ifade etmiştir.

Bağdaşıklık, bir metnin uyumlu olabilmesi için metni oluşturan bölümlerin dilsel bir bütünlük içinde bir araya gelmesi olarak tanımlanabilir. Bu noktada bağdaşıklık oluşturan öğeler ise eylemlerin zaman uyumu, göstergelerin dizilişi, art gönderim, ön gönderim ve bağlantı öğeleri olarak sıralanabilir (Onursal, 2003:128).

### 3.2. Tutarlılık

Bağdaşıklık unsurlarının aksine tutarlılık sadece dil bilgisel yapılarla ilgili değildir. Metnin bir bütün olarak anlaşılmasını ve metnin kendi içindeki anlam bağlantılarının kavranmasını sağlar. Halliday ve Hassan (1976:7) bağdaşıklık unsurları olmasa da tutarlılığın sağlanabileceğini ve tek cümleden oluşan yapılarda bile tutarlılığın, metin oluşturmada önemli bir yeri olduğunu ifade etmişlerdir. Örneğin, “Sigara içilmez.” cümlesi bir metnin anlamının cümlelerin yapısal sınırlarının ötesinde olduğunu bir göstergesidir. Beaugrande ve Dressler (1981)’e göre metnin ifadeleriyle harekete geçirilen bilgiler arasında bir anlam sürekliliği vardır ve bu anlamlılık tutarlılık olarak tanımlanmıştır. Çalışmada tutarlılık tanımlanırken metnin kendi içindeki bağlantılarının düzenli oluşuna da vurgu yapılmıştır. Bir metnin alıcısının metin ile etkileşime girdiği dil ürününün metin olduğunu algılayabilmesi için metnin tümceleri ve tümcelerden daha büyük yapıları arasında bir anlam sürekliliği oluşturması gerekir. Bu nedenle tutarlılık, hem metnin küçük yapısında, yani ardışık tümceler arasında, hem de büyük yapısında, yani metnin konu ve alt konularını sunan ve içerik şemasıyla biçimlenen parçaları arasında oluşmaktadır. Bu noktada bölgesel tutarlılık küçük yapıda, bütüncül tutarlılık ise büyük yapıda oluşmaktadır (Subaşı Uzun, 2003:163).

Tutarlılık aynı zamanda kabul edilebilirlik ve durumsallık metinsellik ölçütleri ile bağlantılıdır. Çünkü metni okuyan kişinin kendi bilgi dünyası ile metni oluşturan bilginin örtüşmesi tutarlılığın sağlanması noktasında önemli bir ölçüdür. Günay (2017:123), metnin en baştan sona kadar anlamsal bir tutarlılığa sahip olması ve karşıt düşüncülerin bir arada kullanılmaması gerekliliğini vurgulamıştır. Ayrıca metnin tutarlı olması için öğelerin çizgisel gelişim içinde izlek, kişi, yer ya da olay bakımından yinelenerek gelişmesi ve her yeni bilginin öncekilerle bağlantılı olması ve onlara katkı yapması gerektiğini söylemektedir.

Tutarlılık okurun metni anlamlandırma noktasında ortaya çıkan mantıksal bir durumdur. Okur metni bir bütün olarak algılar ve metin içinde sarf edilen sözlerin kendi içinde bir anlam bağlantısına yani bir tutarlılığa sahip olmasını bekler. Her metin tutarlılığı sağladığı ölçüde metindir. Bu noktada tutarlılık her metinde bulunması gereken metin dilbilimsel ölçütlerden birisidir. Tutarlılık bağdaşıklık unsurları gibi metnin yapısında hemen fark edilemez ancak nedensellik, karşıtlık, karşılaştırma, özelleştirme ve genelleştirme gibi yapılar metnin tutarlılığına işaret eder. Bu nedenle tutarlılık, bağdaşıklıktan farklı olarak daha derin bir yapısal unsurdur (Lüleci, 2010:44).

### 3.3. Amaçlılık

Metinler her zaman bir amaç doğrultusunda üretilirler. Amaçlılık kavramı ilk defa Brentano tarafından kullanılmış ve Husserl tarafından geliştirilmiştir (Akt. Lüleci, 2010:126).

Beaugrande ve Dressler (1981) tarafından amaçlılık bir niyet olarak belirtilmiş ve her metnin bir amaca yönelik olarak oluşturulduğu ifade edilmiştir. Beaugrande ve Dressler niyet ile kabul edilebilirliği aynı başlık altında değerlendirmiş ve amaçlılığı metnin/söylemin iletişimsel boyutu ile ilişkilendirmişlerdir. “Her metin, bir niyete göre düzenlenmiş belli ölçütler ile bilişsel işlemlerin birbiriyle etkileşimi sonucunda ortaya çıkan ve temel dilsel özelliği süreklilik gösteren bir üründür.” (Akt. Günay, 2017:128). Ayrıca metnin niyeti sadece metin üreticisine bağlı değildir. Okur da metni üreten kadar niyeti değerlendirmede etkilidir. Bu durumda bir metnin amaçlılık ilkesini yerine getirebilmesi için niyetini anlaşılır bir biçimde ortaya koyması gerekir. Niyetin anlaşılması için iletişim ortamının da metnin amaçlılığını ortaya koyabilecek şekilde düzenlenmelidir (Günay, 2017:128).

### 3.4. Kabul Edilebilirlik

Beaugrande ve Dressler (1981) kabul edilebilirlik terimini, “kabul, bir söyleme katılmaya ve bir hedefi paylaşmaya yönelik aktif isteklilik içermelidir. Bu nedenle kendi başına bir eylemdir ve söylem etkileşimine girmeyi gerektirir.” şeklinde ifade etmişlerdir. Kabul edilebilirlik iletişim ortamında metnin anlaşılabilmesi için gerekli bir ilkedir. Metnin kabul edilebilir olabilmesi için okurun dünyası ile metnin dünyası örtüşmelidir.

Günay (2017:136)’a göre metinler, okuma, anlama, yorumlama ve anlamlandırma koşullarına göre kendi biçimsel kapalılıkları içinde olmak ve algılanmak zorundadırlar. “Ancak, metnin anlaşılması için metin ile oluşturulduğu toplum, dönem ya da kültür arasında, az ya da çok, var olan ilişkilerden de yararlanılmalıdır. Okuyucu açısından ise bir metnin kabul edilebilirliği, hem kendi öznel yanları (kültür düzeyi, eğitim durumu, yaşı vb.) hem de içinde bulunduğu toplumla olan ilişkileriyle ilgilidir.” (Günay, 2017). Bu noktada kabul edilebilirlik ölçütü metnin büyük ölçekli yapısı ile ilişkilendirilebilen ve daha çok metni anlama ve yorumlama aşamasında okurun etkin katılımıyla ortaya çıkarılabilecek bir metinsellik ölçütüdür.

### 3.5. Bilgisellik

Her metin belli bir bilgi taşır. Metnin bilgiselliği hem okuyucunun bilgi birikimine hem de metin üreticinin seçtiği sözcüklere ve anlatım biçimine bağlıdır. İçerik cümleleri ile işlevsel cümleler metin içerisinde birbirinden ayrılır. İçerik cümleleri, işlevsel cümlelere göre daha bilgilendiricidir. Daha kapsamlı ve bilişsel materyalleri harekete geçiren bu sözcükler, işlevsel sözcüklerden daha fazla duygu ve zihinsel imgeler ortaya çıkarabilir. Bununla birlikte işlev sözcükleri, içerik sözcükleri ile bir arada kullanıldığında bir anlam kazanır (Akt. Günay, 2017:130; Beaugrande ve Dressler, 1981).

Bilişsellik olarak da adlandırılan bilgisellik ölçütüne göre “metnin tek başına bir anlamı yoktur ve ancak metindeki bilgilerle insanların mevcut bilgileri arasındaki etkileşim sonucu metin bir anlam kazanabilir” (Petöfi ve Hannes, 1974; Akt. Lüleci, 2010:54). “Bir kişi veya grubun genel olarak gerçek veya kurtarılabilir bir durum veya olaya uygulanabileceğini düşündüğü gerçekler, inançlarını oluşturur. Gerçek dünya buna göre metinsel iletişimin

altında yatan ayrıcalıklı inanç kaynağıdır.” (Beaugrande ve Dressler, 1981:139).

### 3.6. Durumsallık

Her metin belli bir durumda anlam kazanır. Durumsallık, yazılan bir metnin anlamlandırılmasında kullanılan bir metinsellik ölçütüdür. Durumsallık, söylemin zaman ve uzam açısından net olmasını ifade eden bir kavramdır. Örneğin “Bugün sınav var.” cümlesinde üretici ile alıcı arasında zaman ve uzam açısından bir ortak düşüncenin veya ortak bilginin olması gerekir. Beaugrande ve Dressler (1981:10) durumsallığı şu şekilde ifade etmiştir: “Trafığe açık bir yolda “Yavaş, çocuklar oyunda” gibi bir levhanın varlığının o yoldan geçen yayalar için bir anlam ifade etmezken, aynı yoldan araçlarıyla geçenler için önemli bir mesaj içerebilir.” Günay (2017:137)’a göre okur, okuduğu metni belli bir konuma yerleştirme arzusundadır. Bu nedenle okur için kurgusal bir metinde gerçekleşen olayın yer ve zamanı kadar metnin nerede, kim tarafından ve ne zaman oluşturulduğu da önemlidir.

### 3.7. Metinler Arasılık

Metinler arasılık kavramı metinselliğin yedi ölçütünden biri olarak kabul edilse de metin dilbilimde aynı zamanda ayrı bir disiplin halinde de yer almaktadır. Metinler arasılığın ne olduğu sorusu ile sınırlarının ne olduğu ile ilgili farklı görüşler vardır (Irwin, 2004:227). Kavramı ilk ortaya atan isim olarak bilinen Kristeva (1969), “yazarın metnini kendi orijinal fikri ile yaratmadığını, metnini oluştururken kendisinden önce yazılmış metinlerden esinlendiğini” dile getirmektedir. Ona göre her metin bir alıntılar yumağıdır ve metnin kendi içinde başka bir metni eritmesi ve dönüştürmesi gerekmektedir (Akt. Aktulum, 2007:41). Bakhtine (1975) her metnin kendisinden önce yazılmış metinlerden etkilenmeden yazılamayacağını ifade etmektedir. “Söyleşimcilik” olarak adlandırılan teorisine göre hiçbir metin önceden söylenmiş yönelmeden oluşamaz. Bir söylemin orijinal olması mümkün değildir. Bakhtine (1975) “bir söyleyenin söyleminin nesnesi belli bir metinde ilk kez bir söylem nesnesi” olamaz. Nesne kesinlikle daha önceden başka bir metinde tartışma konusu olmuş, açıklanmış ve farklı biçimlerde değerlendirilmiş olmalıdır (Akt. Aktulum, 2007:27). Barthes (1968) çalışmasında metinler arasılığı ifade ederken, “her metnin metinler arası olduğunu, her metinde farklı biçimlerde başka metinlerin yer

aldığını ve her metnin eski alıntılarının yeni bir örgüsü olduğunu” dile getirmiştir (Akt. Aktulum, 2007:56).

Metinler arasılık kavramı bazı alt başlıklardan oluşturmuştur. Birebir alıntı olarak değerlendirilebilecek bağlantılar metinler arası; pastiş (öykünme), parodi (yansılama) ve alaycı dönüştürüm ana-metinsellik; ikinci dereceden metin unsurlarına yan-metinsellik; metnin türsel olarak kapalı bir ulama sahip olmasına üst-metinsellik; metnin herhangi bir gönderge olmaksızın bir metinle bağlantı kurmasına ise yorumsal üst-metinsellik adı verilir (Aktulum, 2007:88).

## 4. MATERYAL VE YÖNTEM

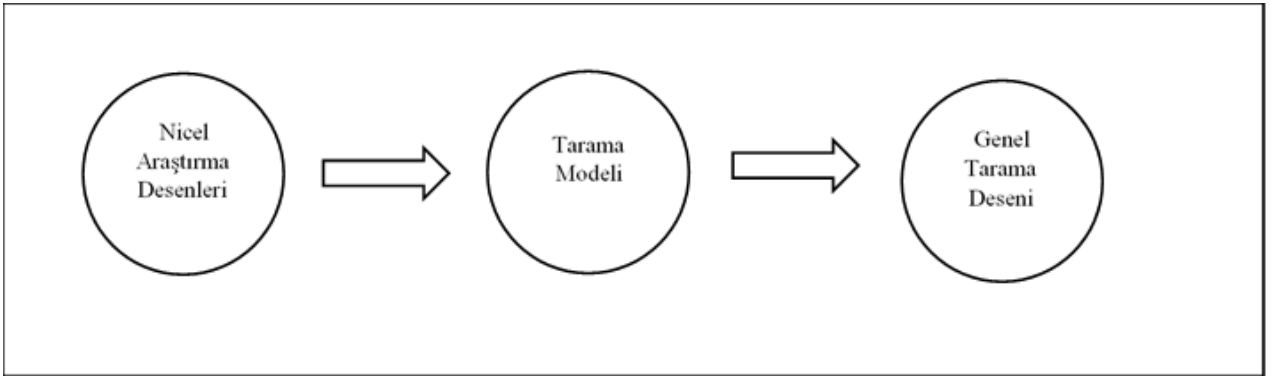
### 4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Türkiye’de metin dil bilim alanında akademik çalışmalar olmakla birlikte metin dil bilim eğitimi üzerine yapılan çalışmalar yeterli düzeyde değildir. Bu nedenle metin dilbilim dersinin öğrencilerin okuma anlama becerilerine etkisi tam olarak ölçülememiştir. Bu çalışma metin dilbilim dersi alan öğrencilerin metin dilbilim dersi ve metinsellik ölçütleri konusundaki düşüncelerini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda araştırma soruları aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Öğrencilerin metinsellik ölçütlerine yönelik algılarında cinsiyete göre anlamlı bir fark var mıdır?
- Öğrencilerin metinsellik ölçütlerine yönelik algılarında bölümlerine göre anlamlı bir fark var mıdır?
- Öğrencilerin metinsellik ölçütlerine yönelik algılarında okuma sıklıklarına göre anlamlı bir fark var mıdır?

### 4.2. Araştırmanın Deseni

Eğitim araştırmalarında araştırma deseni olarak genellikle deneysel araştırma, korelasyonel araştırma, nedensel karşılaştırma araştırması, tarama araştırması, kuram oluşturma araştırması, etnografik araştırma, karma araştırma, eylem araştırması ve durum araştırması gibi desenler kullanılmaktadır (Büyüköztürk vd., 2009; Creswell, 2012; Akt. Uluay, 2017:58). Bu çalışmada araştırma deseni olarak eğitim araştırmalarında sıklıkla kullanılan nicel araştırma yöntemlerinden tarama modeli (Büyüköztürk vd. 2009; Creswell, 2012; akt. Uluay, 2017:58) seçilmiştir. Çalışmada seçilen araştırma deseni Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1. Araştırmanın Deseni.

### 4.3. Araştırmanın Evreni

Genel tarama modeli için araştırma evrenini, Ordu Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı ve Türkçe Öğretmenliği bölümlerinde 2022-2023 eğitim öğretim yılında kayıtlı olarak öğrenim gören öğrenciler (424) oluşturmaktadır. Gazi Üniversitesi Rektörlüğü Etik Komisyonunun 29 Nisan 2022 tarih ve E.350191 sayılı kararı ile uygulanan anket formu etik yönden uygun bulunmuştur. Evrendeki örneklem grubuna ölçek uygulamasının yapılabilmesi için Ordu Üniversiteden 18.05.2023 tarih ve E-55632665 sayılı yazı ile kurum izni alınmıştır. Araştırma için belirlenen evrende yer alan öğrencilere basit rastgele örnekleme yoluyla ulaşılmıştır. Anket formu öğrencilere, Google formlarda hazırlanarak mail yoluyla ya da yüz yüze doldurma yöntemiyle uygulanmıştır. Bu yolla 251 öğrenciden geri dönüş alınmıştır. Elde edilen cevapların tamamı değerlendirilmeye alınmıştır.

Evren büyüklüğü bilindiği için yeterli örneklem sayısını belirlemek amacıyla olasılıklı örnekleme formülü kullanılmıştır (Daşdemir, 2016; akt. Cinel vd., 2021:5).

$$n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{(N - 1) \times D^2 + Z^2 \times p \times q} = 202$$

n= En az ulaşılması gereken örneklem sayısı (202),

N= Ana evren büyüklüğü (424),

Z= 1,96 (Güven katsayısı- %95'lik güven düzeyinde 1,96'dır.),

p= 0,5 (Ölçülmek istenilen özelliğin evren içerisinde bulunma oranı),

q= 0,5 (Ölçülmek istenilen özelliğin ana kütle içerisinde bulunmama oranı (1-p))

D=0,05 (Kabul edilen örnekleme hata payı= %5'dir)

Örneklem sayısı formül üzerinde değerler yerine konularak hesaplandığında 202 olarak tespit edilmiştir. Analize dahil edilen anket formu sayısı 251 olduğundan bu değer ana evreni temsil etme noktasında yeterli görülmüştür.

Araştırmada toplanan verilerin analizi için SPSS 23 paket programı kullanılmış olup elde edilen sonuçlar Microsoft Excel programı yardımıyla derlenmiş ve yorumlanmıştır.

### 4.4. Araştırmanın Kısıtları

Araştırma evreni, Ordu Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü ve Eğitim Fakültesi Türkçe Öğretmenliği Bölümünde 2022-2023 eğitim öğretim yılında kayıtlı olarak öğrenim gören öğrenciler içerisinde Metin Dilbilim dersini almış olan öğrenciler ile sınırlandırılmıştır.

**Tablo 1.** Araştırma evrenini oluşturan öğrencilerin dağılımı.

Bölüm	Kadın	Erkek	Toplam
Türkçe Öğretmenliği	141	84	225
Türk Dili ve Edebiyatı	154	45	199
<b>Genel Toplam</b>	<b>295</b>	<b>129</b>	<b>424</b>

Tablo 1'de yer alan veriler Ordu Üniversitesi Öğrenci Bilgi Sistemi üzerinden alınarak derlenmiştir.

### 4.5. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplamak için anket formu hazırlanmıştır. Anket formunda veriler kişisel bilgileri içeren 7 maddelik Kişisel Bilgi Formu ve öğrencilerin metin okumaya yönelik görüşlerini içeren 5'li Likert ölçeği ile hazırlanmış 38 maddenin yer aldığı Metin Okumaya Yönelik Görüş Formu şeklinde iki kısımda toplanmıştır. İkinci kısımda yer alan maddeler metin dil bilim alanında yapılan çalışmalardan derlenmiş ve konu uzmanlarına danışılarak hazırlanmıştır. 5'li Likert Ölçeğine göre hazırlanan maddelerin puanlanmasında "1" Hiç katılmıyorum, "5" Tam katılıyorum şeklinde ifadeler kullanılmıştır. Katılımcılardan madde ifadesi ile ilgili bir fikri yoksa "0" puan seçeneğini seçmesi istenmiştir. Hazırlanan anket formu Gazi Üniversitesi Rektörlüğü Etik Komisyonu tarafından değerlendirilmiş ve komisyonun 29 Nisan 2022 tarih ve E.350191 sayılı kararı ile etik yönden uygun bulunmuştur.

## 5. BULGULAR / FINDINGS

### 5.1. Demografik Bilgiler

Araştırmaya katılan 251 öğrencinin %80'i kadın (200) ve %20'si ise erkek (51) öğrencidir. Öğrencilerin %24'ü (60) ailelerinin gelirinin asgari ücretin altında olduğunu belirtirken, %27'si (68) asgari ücret düzeyinde bir gelire, %45'i (114) düşük düzey, %4'ü (9) ise orta düzey gelire sahip olduklarını beyan etmişlerdir. Öğrencilere kitap okuma sıklıkları sorulduğunda %3'ü (7) hiç kitap okumadığını, %25'i (63) ayda bir kez, %28'i (70) ayda birkaç kez, %10'u (26) haftada bir kez, %25'i (63) haftada birkaç kez kitap okuduğunu belirtirken öğrencilerin sadece %9'u (22) her gün kitap okuduğunu söylemektedir. Bir yılda kaç kitap okuduğu ile ilgili soruya öğrencilerin %3'ü sadece bir kitap şeklinde cevap verirken yaklaşık %34'ü ise 10 ve üzerinde kitap okuduğunu belirtmiştir.

### 5.2. İstatistiksel Bulgular

#### Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizi

Veriler analiz edilmeden önce tekrar incelenmiş ve anket formunda yer alan bazı madde ifadelerinin katılımcılar tarafından tam olarak anlaşılmadığı görülmüştür. Bu nedenle toplamda 7 madde analizden çıkarılmıştır. Veri toplama aracının güvenilirliğini ölçmek için SPSS 23 programı yardımıyla Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 2'de özetlenmiştir.

**Tablo 2.** Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizi sonuçları.

KMO and Bartlett's Test			
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.			0,905
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square		4271,875
	df		465
	Sig.		0
Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items		N of Items
0,935	0,936		31

Anket formunun yapı geçerliğini belirlemek üzere öncelikli olarak verilerin faktör analizine uygunluğuna bakılmış ve “Kaiser-Meyer-Olkin” katsayısının (KMO= 0,905) ve “Bartlett’s Sphericity” değerinin de ( $\chi^2=4271,875$  ve  $p<.05$ ) olduğu belirlenmiştir (Tablo 2). Faktör analizi işlemleri sırasında “Rotated Component matrisi”nde maddelerin faktör ağırlıklarının seçiminde, faktör yük değerlerinin 0,45’den yüksek olmasına dikkat edilmiştir. “Faktör yük değerinin, 0,45 ya da daha yüksek olması, madde seçimi için iyi bir ölçü olarak kabul edilmektedir” (Büyüköztürk, 2005). Analizde 0,45 değerinin altında yük alan herhangi bir madde bulunmadığı için hiçbir madde formdan çıkarılmamıştır.

KMO değerinin 0,80 ve yukarısı mükemmel olarak yorumlanmaktadır (Akt. Bahtiyar Karadeniz ve Karademir, 2021:83; Durmuş vd., 2013). Faktör analizi sonucunda ortaya çıkan KMO değeri 0,905’dir. Güvenirlik analizlerinde Cronbach Alfa değeri özellikle likert tipi ölçeklerde sıklıkla kullanılmaktadır. Cronbach Alfa değeri 0,80 ile 1,00 arasında ise anket formu yüksek güvenilirlikte olarak değerlendirilmektedir (Akt. Cinel vd. 2021:11; Uzunsakal ve Yıldız, 2018). Yapılan güvenilirlik analizi sonucu faktör analizi ile ortaya çıkan yapının Cronbach Alpha değeri 0,935 çıkmış ve yapı yüksek güvenilirlikte kabul edilmiştir.

**Tablo 3.** Cinsiyete göre öğrencilerin metinsellik ölçütlerine yönelik algıları ile ilgili t-testi sonuçları.

Değişkenler	Gruplar	N	X	SS	t testi		
					t	sd	p
Bağdaşıklık	Kadın	200	3,18	1,11	1,618	249	0,107
	Erkek	51	2,89	1,27			
Tutarlılık	Kadın	200	4,12	0,72	1,854	249	0,065
	Erkek	51	3,90	0,89			
Metinler Arasılık	Kadın	200	3,87	0,76	2,082	249	0,038
	Erkek	51	3,57	0,98			

### Bağımsız Örnekler T Testi

Tablo 3 incelendiğinde öğrencilerin metinsellik ölçütlerine yönelik algılarında cinsiyete göre anlamlı bir fark oluşmadığı gözlenmiştir. Metinsellik boyutları tek tek irdelendiğinde bağdaşıklık unsurlarının değerlendirilmesinde cinsiyete göre anlamlı bir fark oluşmadığı ( $p>0,05$ ) görülmüştür. Buna rağmen kadın öğrencilerin bağdaşıklık unsurların ile ilgili algılarının ( $X=3,18$ ) erkek öğrencilere ( $X=2,89$ ) göre daha olumlu olduğu gözlemlenmiştir. Metinde tutarlılık unsurlarına yönelik algıda da öğrenciler arasında cinsiyete

göre anlamlı bir fark oluşmamıştır ( $p>0,05$ ). Ancak kadın öğrencilerin metinde tutarlılık unsurlarına yönelik algıları ( $X=4,12$ ) erkek öğrencilerin algılarına ( $X=3,90$ ) göre daha olumludur. Öğrencilerin metinlerdeki metinler arası bağlantılara karşı dikkatlerinde cinsiyete göre anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır ( $t[249]=2,082$  ve  $p<0,05$ ). Kadın öğrencilerin metinlerde yer alan metinler arası bağlantı ve gönderim unsurlarına yönelik algıları ( $X=3,87$ ) erkek öğrencilerin algılarına ( $X=3,57$ ) göre daha olumludur.

**Tablo 4.** Bölümlere göre öğrencilerin metinsellik ölçütlerine yönelik algıları ile ilgili t-testi sonuçları.

Değişkenler	Gruplar	N	X	SS	t testi		
					t	sd	p
Bağdaşıklık	Eğitim	36	3,02	1,26	-0,572	249	0,572
	Fen-Edebiyat	215	3,14	1,13			
Tutarlılık	Eğitim	36	3,97	0,80	-0,956	249	0,340
	Fen-Edebiyat	215	4,10	0,76			
Metinlerarasılık	Eğitim	36	3,56	0,90	-1,773	249	0,077
	Fen-Edebiyat	215	3,82	0,79			

Tablo incelendiğinde öğrencilerin metinsellik ölçütlerine yönelik algılarında bölümlere göre anlamlı bir fark oluşmadığı gözlenmiştir ( $p>0,05$ ). Metinsellik ölçütleri bölümlere göre tek tek irdelendiğinde bağdaşıklık unsurlarına yönelik algıda anlamlı bir fark oluşmamıştır ( $p>0,05$ ), buna karşın Fen-Edebiyat Fakültesi öğrencilerinin algılarının ( $X=3,14$ ) Eğitim Fakültesi öğrencilerinin algılarına ( $X=3,02$ ) göre daha olumludur. Tutarlılık unsurlarının değerlendirilmesinde de bölümlere göre anlamlı bir fark oluşmadığı ( $p>0,05$ ), Fen-Edebiyat Fakültesi

öğrencilerinin tutarlılık unsurlarına yönelik algılarının ( $X=4,10$ ) Eğitim Fakültesi öğrencilerinin algılarına ( $X=3,97$ ) göre daha olumlu olduğu gözlemlenmiştir. Metinde metinler arasılık unsurlarına yönelik algıda da öğrenciler arasında bölümlere göre anlamlı bir fark oluşmamıştır ( $p>0,05$ ). Ancak Fen-Edebiyat Fakültesi öğrencilerinin metinde metinler arasılık unsurlarına yönelik algıları ( $X=3,82$ ) Eğitim Fakültesi öğrencilerinin algılarına ( $X=3,56$ ) göre daha yüksektir (Tablo 4).

**Tablo 5.** Okuma sıklığına göre öğrencilerin bağdaşıklık unsurlarına yönelik algıları ile ilgili Anova testi sonuçları.

Okuma Sıklığı	N	X	SS	Varyansın Kaynağı	KT	SD	KO	F	P	Anlamlılık
Hiç (1)	7	0,937	0,723	Gruplar arası	47,364	5	9,473			
Ayda Bir (2)	63	2,880	1,163	Grup içi	279,941	245	1,143			
Ayda Birkaç kez (3)	70	3,098	1,028	Toplam	327,305	250				
Haftada Bir (4)	26	3,556	1,158					8,290	0,000	2-1 3-1 4-1,2
Haftada Birkaç Defa (5)	63	3,339	0,990							5-1,2 6-1,2
Her gün (6)	22	3,450	1,107							
<b>Toplam</b>	<b>251</b>	<b>3,122</b>	<b>1,144</b>							

### Anova Testi

Tablo 5 incelendiğinde öğrencilerin bağdaşıklık unsurlarına yönelik algılarında kitap okuma sıklıklarına göre anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir ( $F=8,290$ ;  $p<0,05$ ). Öğrencilerin bağdaşıklık unsurlarına yönelik algılarının hangi okuma sıklığında farklılık gösterdiğini tespit etmek amacıyla LSD testi yapılmıştır. LSD test verilerine göre ayda bir defa kitap okuyan öğrencilerin bağdaşıklık unsurlarına yönelik algılarının ( $X=2,880$ ) ve ayda birkaç defa kitap okuyan öğrencilerin bağdaşıklık unsurlarına yönelik algılarının ( $X=3,098$ ), hiç kitap okumayan ( $X=0,937$ ) öğrencilere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Aynı şekilde haftada bir defa kitap okuyan öğrencilerin bağdaşıklık unsurlarına yönelik algılarının ( $X=3,556$ ), hiç kitap okumayan ( $X=0,937$ ) öğrencilere göre, haftada birkaç defa kitap okuyan öğrencilerin bağdaşıklık unsurlarına yönelik algılarının ( $X=3,339$ ) hiç kitap okumayan ( $X=0,937$ ) ve ayda bir kitap okuyan ( $X=2,880$ ) öğrencilere göre daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca her gün kitap okuyan öğrencilerin bağdaşıklık unsurlarına yönelik algılarının da ( $X=3,450$ ) hiç kitap okumayan ( $X=0,937$ ) ve ayda bir kitap okuyan ( $X=2,880$ ) öğrencilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Tablo 5).

Tablo 6'ya bakıldığında öğrencilerin tutarlılık unsurlarına yönelik algılarında kitap okuma sıklıklarına göre anlamlı bir fark olduğu görülmüştür ( $F=4,659$ ;  $p<0,05$ ). Öğrencilerin tutarlılık unsurlarına yönelik algılarının hangi okuma sıklığında farklılık gösterdiğini tespit etmek amacıyla Games-Howel testi yapılmıştır. Games-Howel sonuçlarına

göre her gün kitap okuyan öğrencilerin tutarlılık unsurlarına yönelik algılarının ( $X=4,500$ ) ayda bir kitap okuyan ( $X=3,987$ ) ve ayda bir kaç kitap okuyan ( $X=3,980$ ) öğrencilerin algılarına göre daha yüksek olduğu görülmektedir (Tablo 6).

Tablo 7 incelendiğinde öğrencilerin metinler arasılık unsurlarına yönelik algılarında kitap okuma sıklıklarına göre anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir ( $F=5,850$ ;  $p<0,05$ ). Öğrencilerin metinler arasılık unsurlarına yönelik algılarının hangi okuma sıklığında farklılık gösterdiğini tespit etmek amacıyla LSD testine başvurulmuştur. Test sonuçlarına göre ayda bir defa kitap okuyan öğrencilerin metinler arasılık unsurlarına yönelik algılarının ( $X=3,987$ ), hiç kitap okumayan ( $X=3,125$ ) öğrencilere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Aynı şekilde ayda bir kaç defa kitap okuyan öğrencilerin metinler arasılık unsurlarına yönelik algıları da ( $X=3,980$ ) hiç kitap okumayan ( $X=3,125$ ) öğrencilere göre daha yüksektir. Haftada bir defa kitap okuyan öğrencilerin metinler arasılık unsurlarına yönelik algıları ( $X=4,168$ ) hiç kitap okumayan ( $X=3,125$ ) ve ayda bir kitap okuyan ( $X=3,987$ ) öğrencilere göre daha yüksektir. Haftada birkaç defa kitap okuyan öğrencilerin metinler arasılık unsurlarına yönelik algıları ( $X=4,198$ ) hiç kitap okumayan ( $X=3,125$ ) ve ayda bir kitap okuyan ( $X=3,980$ ) öğrencilere göre daha yüksektir. Ayrıca her gün kitap okuyan öğrencilerin bağdaşıklık unsurlarına yönelik algılarının ( $X=4,500$ ) hiç kitap okumayan ( $X=3,125$ ), ayda bir kitap okuyan ( $X=3,980$ ), ayda birkaç defa kitap okuyan ( $X=3,987$ ) ve haftada birkaç defa kitap okuyan ( $X=3,894$ ) öğrencilere göre de daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Tablo 7).

**Tablo 6.** Okuma sıklığına göre öğrencilerin tutarlılık unsurlarına yönelik algıları ile ilgili Anova testi sonuçları.

Okuma Sıklığı	N	X	SS	Varyansın Kaynağı	KT	SD	KO	F	P	Anlamlılık
Hiç (1)	7	3,125	1,398	<b>Gruplar arası</b>	12,600	5	2,520			
Ayda Bir (2)	63	3,987	0,766	<b>Grup içi</b>	132,510	245	0,541			
Ayda Birkaç kez (3)	70	3,980	0,609	<b>Toplam</b>	<b>145,110</b>	<b>250</b>				
Haftada Bir (4)	26	4,168	0,901					<b>4,659</b>	<b>0,000</b>	<b>6-2,3</b>
Haftada Birkaç Defa (5)	63	4,198	0,719							
Her gün (6)	22	4,500	0,556							
<b>Toplam</b>	<b>251</b>	<b>4,078</b>	<b>0,762</b>							

**Tablo 7.** Okuma sıklığına göre öğrencilerin metinlerarasılık unsurlarına yönelik algıları ile ilgili Anova testi sonuçları.

Okuma Sıklığı	N	X	SS	Varyansın Kaynağı	KT	SD	KO	F	P	Anlamlılık
Hiç (1)	7	2,762	1,067	<b>Gruplar arası</b>	17,610	5	3,522			
Ayda Bir (2)	63	3,568	0,882	<b>Grup içi</b>	147,494	245	0,602			
Ayda Birkaç kez (3)	70	3,743	0,776	<b>Toplam</b>	<b>165,104</b>	<b>250</b>				
Haftada Bir (4)	26	3,957	0,710					<b>5,850</b>	<b>0,000</b>	<b>2-1</b> <b>3-1</b> <b>4-1,2</b> <b>5-1,2</b> <b>6-1,2,3,5</b>
Haftada Birkaç Defa (5)	63	3,894	0,704							
Her gün (6)	22	4,303	0,598							
<b>Toplam</b>	<b>251</b>	<b>3,783</b>	<b>0,813</b>							

## 6. TARTIŞMA VE SONUÇLAR

Yapılan analizler sonucunda öğrencilerin metin dilbilim ve metinsellik ölçütlerine yönelik algılarıyla ilgili olarak elde edilen sonuçlar şu şekilde özetlenebilir:

- 1- Araştırmada kullanılan veri toplama formu Kişisel Bilgi Formu ve Metin Okumaya Yönelik Görüş Formu olmak üzere 2 kısımdan oluşmaktadır. Metin Okumaya Yönelik Görüş Formu 31 maddeden oluşmaktadır. Maddeler 5'li likert ölçeğine göre hazırlanmıştır. Bu ölçekte Hiç Katılmıyorum (1), Az Katılıyorum (2), Katılıyorum (3), Çok Katılıyorum (4) ve Tam Katılıyorum (5) şeklinde puanlanmıştır. Katılımcılardan maddeye yönelik herhangi bir fikirleri yoksa Fikrim Yok (0) şeklinde puan vermeleri istenmiştir.
- 2- Yapılan faktör analizi sonucunda 31 maddelik formda 4 alt boyuttan oluşan bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu 4 alt boyutun 3'ü metinsellik ölçütleri, 1'i ise metnin küçük ölçekli yapısıyla ilgilidir. Bu boyutlar metin okuma, bağdaşıklık, tutarlılık ve metinler arasılık şeklinde adlandırılmıştır. Alanyazında metinsellik ölçütleri 7 tane olarak sayılmasına karşın bunların sadece 3'ü ölçülebilecek nitelikte olduğundan bu çalışmada sadece bu 3 ölçüt (bağdaşıklık, tutarlılık ve metinler arasılık) dikkate alınmıştır.

- 3- Veri toplama araçlarına yanıt veren öğrencilerin sayısı 251 olup bu öğrencilerin 200'ü kadın, 51'i ise erkek öğrencidir. 251 öğrencinin 215'i Fen-Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü ve 36'sı ise Eğitim Fakültesi Türkçe Öğretmenliği Bölümü öğrencisidir.
- 4- Yapılan Bağımsız Örnekler T Testi sonucunda öğrencilerin cinsiyetlerine göre metinsellik ölçütlerine yönelik algılarında bir fark oluşmadığı ( $p>0,05$ ) sonucuna varılmıştır. Buna karşın kadın öğrencilerin algılarının erkek öğrencilerin algılarından daha yüksek olduğu görülmüştür.
- 5- Yapılan Bağımsız Örnekler T Testi sonucunda öğrencilerin okudukları bölümlere göre metinsellik ölçütlerine yönelik algılarında anlamlı bir fark oluşmadığı ( $p>0,05$ ) gözlenmiştir. Ancak, Fen-Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümünde okuyan öğrencilerin algıları Eğitim Fakültesi Türkçe Öğretmenliği Bölümünde okuyan öğrencilerin algılarından daha yüksektir.
- 6- Yapılan Anova Testi sonucuna göre öğrencilerin kitap okuma sıklıklarına göre bağdaşıklık unsurlarına yönelik algılarında anlamlı bir fark olduğu ( $F=8,290$ ;  $p<0,05$ ) tespit edilmiştir. Tablo 5'e göre bu farklar 2-1, 3-1, 4-1 ve 2, 5-1 ve 2, 6-1 ve 2 şeklinde özetlenebilir.

- 7- Yapılan Anova Testi sonucuna göre öğrencilerin kitap okuma sıklıklarına göre tutarlılık unsurlarına yönelik algılarında anlamlı bir fark olduğu ( $F=4,659$ ;  $p<0,05$ ) tespit edilmiştir. Tablo 6'ya göre bu farklar 6-2 ve 3 şeklinde gösterilebilir.
- 8- Yapılan Anova Testi sonucuna göre öğrencilerin kitap okuma sıklıklarına göre metinler arasılık unsurlarına yönelik algılarında anlamlı bir fark olduğu ( $F=5,850$ ;  $p<0,05$ ) tespit edilmiştir. Tablo 7'ye göre bu farklar 2-1, 3-1, 4-1 ve 2, 5-1 ve 2, 6-1,2,3 ve 5 şeklinde özetlenebilir.

Metin dil bilim dersi alan lisans öğrencilerinin metinleri okurken nelere dikkat edip etmediği noktasından hareketle veri toplama araçları ile birlikte çeşitli sorular yöneltilmiştir. Öğrencilerin cinsiyetlerine ve okudukları bölüme göre metin dil bilim ve metinsellik ölçütleri ile ilgili algılarında herhangi bir fark oluşmadığı, buna karşın kadın öğrencilerin algılarının erkek öğrencilerin algılarından daha yüksek olduğu görülmüştür. Ancak öğrencilerin kitap okuma sıklıkları arttıkça okudukları metinlerde metin dil bilim ve metinsellik unsurlarına daha çok dikkat ettikleri ve metinlerde yer alan metinsellik ölçütlerini daha fazla fark ettikleri anlaşılmıştır. Benzer bir şekilde Kuzu (2004:73) da çalışmasında, öğrencilerin metnin derin yapısını anlayabilmesi ve okuma anlama becerilerinin artırılması için farklı metin türleri ile karşılaştırılmaları gerektiği ve metni okumadan önce metin dil bilim temelli bir bilgilendirmeye ihtiyaç duydukları sonucuna varmıştır. Bu çalışmada ayrıca okuma sıklığının anlamlı bir fark yarattığı ve metinsellik ölçütlerini fark etmede düzenli kitap okuyan öğrencilerin diğerlerine oranla daha iyi oldukları sonucu ortaya çıkmıştır. Bu nedenle metin dil bilim eğitimlerinde öğrenciye okuma alışkanlığı kazandırmak ve onları bol bol metin örnekleri ile karşılaştırmak faydalı olacaktır.

## KAYNAKLAR

- Aksan, D. (2017). Anlambilim, Anlambilim Konuları ve Türkçenin Anlam Bilimi. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Aksan, M. ve Aksan, Y. (1991). Metin Kavramı ve Tanımları. Dilbilim Araştırmaları Dergisi(2), 90-104.
- Aktulum, K. (2007). Metinlerarası İlişkiler. İstanbul:Öteki.
- Aşkın Balcı, H. (2018). Metindilbilimin ABC'si. ISBN: 9786050206678, İstanbul: Say Yayınları.
- Ayata Şenöz, C. (2005). Metin Dilbilim ve Türkçe. ISBN: 9789756542569, Multilingual Yabancı Dil Yayınları:İstanbul.
- Bahtiyar Karadeniz, C. ve Karademir, D. (2021). Harmanlanmış Öğrenme Modeline Yönelik Tutum Ölçeğinin Geliştirilmesi. (Ed. Caner Yazıcıoğlu) Eğitim Alanında Akademik Çalışmalar. ISBN 978-605-71210-3-5, Artıkel Akademi, İstanbul.
- Bakhtine, M. (1975). Esthetique et Thorie du Roman. Paris: Gallimard.
- Barthes, R. (1968). Texte (Theorie du). Encyclopedia Universalis.
- Beaugrande, R. D. ve Dressler, W. (1981). Introduction to Textlinguistics. London: Longman.

Boz, E. (2020). "Dilbilgisel Ve Dilbilgisi Dışı "Kavramları Üzerine. Disiplinler Arası Dil Araştırmaları, 1(1), 1-11. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/dada/issue/69242/1096737>

Büyüköztürk, Ş. (2005). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı, İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum. 5. Baskı, Pegem A Yayıncılık, Ankara.

Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2009). Bilimsel araştırma yöntemleri. Ankara: Pegem Akademi.

Can, R. (2012). Ortaöğretim Öğrencilerinin Yazılı Anlatımlarında Paragraf Düzeyinde Bağdaşıklık ve Tutarlılık. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ortaöğretim Sosyal Alanlar Eğitimi Ana Bilim Dalı, Türk Dili ve Edebiyatı Öğretmenliği Bilim Dalı, Ankara.

Charolles, M. ve Combettes, B. (2001). De la phrase au discours: rupture et continuité, Quelles grammaires enseigner à l'école et au collège? Paris: Delagrave-CRDP Midi-Pyrénées.

Cin Şeker, Z. (2021). Türkçe Öğretmeni Adaylarının Metindilbilim Dersine İlişkin Görüşleri. Ana Dili Eğitimi Dergisi, 9(4), 1226-1241.

Cinel, M. O., Karademir, D. ve Kandemir, H. (2021). Örgüt Kültüründe İş Güvenliğinin Çalışanların Motivasyonu Üzerine Etkisi: Mobilya İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. Eurasian Journal of Forest Science, 9(1), 1-19, <https://doi.org/10.31195/ejejfs.875241>

Coşkun, E. (2005). İlköğretim öğrencilerinin öyküleyici anlatımlarında bağdaşıklık, tutarlılık ve metin elementleri. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Creswell, J. W. (2012). Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research. 4th Edition, ISBN:0-13-136739-0, Boston, MA: Pearson Education.

Daşdemir, İ., (2016). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Nobel Akademik Yayıncılık ve Danışmanlık Tic. Ltd . Şti., Y.No: 1536, ISBN: 978-605-320-442-8, 201 s., Ankara.

Dilidüzgün, Ş. (2008). Türkçe Öğretiminde Metindilbilimsel Bağlamda Uygulamalı Bir Yaklaşım. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkçe Eğitimi Anabilim Dalı, İstanbul.

Dilidüzgün, Ş. (2013). Metindilbilim Dersinin Türkçe Öğretmen Adaylarının Okuma Etkinlikleri Geliştirme Yetilerine Etkisi. Turkish Studies, 8(1) syf. 1239-1258, Ankara.

Dilidüzgün, Ş. (2017). Metindilbilim ve Türkçe Öğretimi: Uygulamalı Bir Yaklaşım. ISBN 978-605-170-165-3, Ankara: Anı Yayıncılık.

Durmuş, B., Yurtkoru, E.S. ve Çinko, M. (2013). Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi. Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 5. Baskı, Yayın No:2519, ISBN:978-605-377-541-6, İstanbul.

Günay, V. D. (2017). Metin Bilgisi (5. Basım b.). İstanbul: Papatya Yayıncılık Eğitim.



Halliday, M. A. ve Hasan, R. (1976). *Cohesion in English*. London: Longman Group Limited.

Halliday, M. ve Hassan, R. (1989). *Language, context, and text: aspects of language in a social-semiotic perspective (Second edition b.)*. London: Oxford University Press.

Harris, Z. S. (1952). *Discourse Analysis*. *Language*, 28(1), 1-30. <https://doi.org/10.2307/409987>

Hartmann, P. (1968). *Zum Begriff des sprachlichen Zeichens*. *STUF - Language Typology and Universals*, 21(1-6), 205-222. <https://doi.org/10.1524/stuf.1968.21.16.205>

Harweg, R. (1968). *Pronomina und Textkonstitution*. 2. Baskı. Müh: Fink.

Irwin, W. (2004). *Against Intertextuality*. *Philosophy and Literature* 28(2), 227-242. <https://doi.org/10.1353/phl.2004.0030>.

İşeri, K. (2021). *Sözden Yazıya Dile Gelen Metin*. Ankara: Pegem Akademi.

Karadeniz, A. (2015). *Metin Dil Bilimi Temelli Metin Çözümlemesinin Bağdaşıklık Araçlarını Kullanma ve Tutarlı Metin Oluşturma Becerilerine Etkisi*. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt 11, Sayı 1, ss. 1-17.

Kavcar, C. (1993). *Yeni Türk edebiyatı öğretimi*. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 26(1), syf. 29-38.

Kerimoğlu, C. (2017). *Genel Dilbilim (4 b.)*. Ankara: Pegem Akademi.

Kintsch, W. ve van Dijk, T. A. (1978). *Toward a Model of Text Comprehension and Production*. *Psychological Review*, 85(5), 363-394. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.85.5.363>

Kocaman, A. (1980). *An Applied Linguistic Approach to Intersentence Relations in English*. *Doçentlik Tezi*. Hacettepe Üniversitesi Sosyal ve İdari Bilimler Fakültesi İngiliz Dili ve Edebiyatı Bölümü, 167 s.

Korkut, E. (2016). *Metindilbilimi ve Dil Öğretimi*. (Ed.: E. Korkut ve İ. Onursal Ayırır). *Dil Bilimleri ve Dil Öğretimi*. (2. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık, 173- 202.

Kristeva, J. (1969). *Semiotike, recherches pour une semanalyse*. Paris: Seuil.

Kuzu, T. S. (2004). *Etkileşimsel Model'e uygun okuma öğretiminin Türkçe bilgilendirici metinleri anlama düzeyine etkisi*. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37(1), 55-77. [https://doi.org/10.1501/Egifak\\_0000000086](https://doi.org/10.1501/Egifak_0000000086).

Lüleci, M. (2010). *Yeni Bir Disiplin Olarak Metindilbilim ve Yeni Türk Edebiyatına Metindilbilimsel Bir Yaklaşım*. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yeni Türk Edebiyatı Bilim Dalı, Ankara.

Onursal, İ. (2003). *Türkçe Metinlerde Bağdaşıklık ve Tutarlılık*. *Günümüz Dilbilim Çalışmaları*. (Yay. Haz.: Ayşe (Eziler) Kıran, Ece Korkut, Suna Ağıldere). İstanbul: Multilingual Yayınları.

Petöfi, J. S. ve Hannes, R. (1974). *Probleme der modelltheoretischen Interpretation von Texten*. Hamburg: Buske.

Subaşı Uzun, L. (1995). *Orhun Yazıtlarının Metindilbilimsel Yapısı (Cilt 7)*. Ankara: Türk Dilleri Araştırmaları Dizisi.

Subaşı Uzun, L. (1996). *Anlamlandırma Sürecinde Kimi Eğilimler ve Cinsiyet Değişkeni*. *Dilbilim Araştırmaları Dergisi*, 7, 88-99. Retrieved from <http://dad.boun.edu.tr/tr/pub/issue/4533/62349>

Subaşı Uzun, L. (2003). *Yazma Süreci ve Öğretimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi yayını No:715.

Şenöz Ayata, C. (2005). *Metindilbilim ve Türkçe*. İstanbul: Multilingual Yayınları.

Torusdağ, G. ve Aydın, İ. (2017). *Metindilbilim ve Örnek Metin Çözümlemeleri*. Ankara: Pegem Akademi.

Uluay, G. (2017). *Fen Öğretiminde Dijital Oyun Tasarımı Uygulamalarının Ortaokul Öğrencilerinin Akademik Başarılarına, Problem Çözme Becerilerine ve Motivasyonlarına Etkisi*. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Fen Bilgisi Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.

Uzunsakal, E. ve Yıldız, D. (2018). *Alan Araştırmalarında Güvenilirlik Testlerinin Karşılaştırılması Ve Tarımsal Veriler Üzerine Bir Uygulama*. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 14-28. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuusbd/issue/38311/399621>

Van Dijk, T. A. (1980). *Macrostructures, An Interdisciplinary Study of Global Structures*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

Wikipedia (2023). *Metindilbilim*. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Metindilbilim> [Erişim Tarihi: 21.10.2023].

# HASTANE YÖNETİCİLERİNİN KURUMSAL KİMLİK KAVRAMINI ALGILANMALARI ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Mehmet Cengiz<sup>1\*</sup>, Mustafa Zihni Tunca<sup>2</sup>

**Özet:** Bu çalışma, Hastanelerde Kurumsal Kimlik ve Kurumsal İmaj: Bir Araştırma Uygulama Hastanesi Yöneticileri Üzerine Nitel Bir Araştırma isimli doktora tezinden türetilmiştir. Bu çalışmada kurumsal kimlik yapısı üzerinden durulmuştur. Kurumsal kimlik, kurumun etrafında şekillendiği yapılardır. Kurumsal kimlik kurumu diğer kurumlardan ayıran özelliklerin bütünüdür. Bu çalışmada yöneticilerin kurumsal kimliğe yönelik bakış açıları ile kurumsal kimliği şekillendiren unsurlar ile ilgili düşünceleri açığa çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda nitel araştırma metodu ile yöneticilere açık uçlu sorular sorularak konu hakkındaki düşünceleri derinlemesine ortaya konulmaya çalışılmıştır. Verilerin analizinde MAXQDA 2020 programı kullanılmıştır. Yapılan araştırma neticesinde katılımcılar, hastaneleri kurumsal kimliği oluşturan ve etkileyen unsurların aidiyet, vizyon/misyon, standartlaşma, Sağlık Bakanlığınca belirlenmiş yapı, tarihsel süreç ve fiziki unsurlar üzerinde oluştuğunu ortaya koymuşlardır.

**Anahtar Kelimeler:** Kurumsallaşma, kurumsal kimlik, nitel araştırma, sağlık kurumları

## A QUALITATIVE RESEARCH ON HOSPITAL MANAGERS' PERCEPTION OF THE CONCEPT OF CORPORATE IDENTITY

**Abstract:** This study is derived from the doctoral thesis titled Corporate Identity and Corporate Image in Hospitals: A Qualitative Research on Application Hospital Managers. This study focuses on corporate identity structure. Corporate identity is the structures around which the institution is shaped. Corporate identity constitutes the set of features that distinguish the institution from other institutions. In this study, an attempt was made to explain the managers' perspective on corporate identity. An attempt was made to reveal managers' thoughts about what shapes corporate identity. In this context, with the qualitative research method, managers were asked open-ended questions to reveal their thoughts on the subject in depth. MAXQDA 2020 program was used to analyze the data. As a result of the research, the participants revealed that the elements that affect the corporate identity of hospitals consist of belonging, vision/mission, standardization, structure determined by the Ministry of Health, historical process and physical elements.

**Keywords:** Institutionalization, corporate identity, qualitative research, health institutions

<sup>1</sup> **Adres:** Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi. Isparta Türkiye

<sup>2</sup> **Adres:** Süleyman Demirel Üniversitesi. Isparta Türkiye

\* **Sorumlu Yazar:** mehmetcengiz@isparta.edu.tr

**Atf:** Cengiz, M., Tunca, M. Z. (2023). Hastane Yöneticilerinin Kurumsal Kimlik Kavramını Algılanmaları Üzerine Nitel Bir Araştırma. Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(2): 116-123.

## GİRİŞ

Kimlik, bir insan ya da kurumu tanımlayan maddi ya da manevi unsurların tamamı olarak ifade edilebilir. Diğer taraftan ortaya çıkan kimlik yapıları zaman içerisinde çeşitli değişikliklere uğrayabilir. Bunu gerektiren şeyler kişi veya kurumun olmak istediği ya da olduğu kimlik yapısının içinde bulunduğu ortama uymamasından kaynaklı olabilir. Bu noktadan itibaren kimliğin değişime uğraması için sahip olunan maddi ve manevi unsurların farklılaşması için bazı faaliyetler gerçekleştirilebilir.

Bu noktadan sonra kurum kimliği çerçevesinde olaya bakıldığında yöneticilerin süreç içinde aktif bir rol oynayacağı söylenebilir. Kurumların kimlikleri kurumun kuruluşu ile oluşmaya başlar ve süreç içinde gelişir. Burada bazen kurumun kimliği istenilen tarza uyması için bazı değişiklikler yapılabilir. Bu değişiklikler kurumun özünden ayrılmadan bambaşka bir yapı oluşturmadan kurumun kimliğini geliştirmesi gerekir. Ancak bu değişimleri ve geliştirmeleri yapacak olan kurum yöneticileri kurumsal kimlik kavramını ve kavramın çerçevesine hâkim olması sürecin başarısı açısından önemli olduğu söylenebilir.

Kurumsal kimlik kavramı, kurumsallaşma mücadelesi içindeki her kurum için kurumsallaşma yolundaki temel yapı taşıdır. Çünkü kurumun gelecek yapısı bu noktada belirlenen nitelikler üzerinde şekillenmektedir. Kurum kimliği, kurumun kendini çevresine tanıttığı unsurlardan bir tanesidir. Kurumun kuruluş aşamasındaki söylemleri kurumun gelecekteki olacağı ya da olmak istediği noktayı işaret etmektedir. Bu nedenle kurumun gelecek dönem başarısı için kurumsal kimliğe ilişkin oluşturulan söylemler örneğin vizyon ve misyon ifadeleri önem arz ettiği düşünülmektedir. Bunların yanı sıra kurumun tarihi ve kültürü kimliğin DNA'sını oluşturur. Böylece kalıtsal olarak kurumun geleceğinin şekillenmesini sağlar.

### 1.2. Kavramsal Çerçeve

Kurumsal kimlik üzerinde yapılan çalışmalar uzun yıllardan beri devam etmektedir. Kurumsal kimlik üzerine ilk çalışma yapanlardan biri olan Olins, kurumsal kimliği daha çok görsel öğeler üzerinden tanımlamıştır. Olins'in (1991), ilk baskısını 1978 yılında yaptığı kitabında kurumların logoları üzerinden kurum kimliğinde gerçekleşen değişimi açıklamaya çalışmıştır. İlerleyen dönemlerde kurumsal kimlik üzerine çalışma yapan araştırmacılar kurumsal kimlik çalışmalarının çeşitliliğine katkı sağlamışlardır. Kurumsal kimlik, kuruluşun temel maddi ve maddi olmayan varlıkların yanı sıra kurumsal faaliyetleri, kurumun sahipliğini ve yapısını, kurumsal felsefe ve kurumsal tarih çerçevesinde oluşmaktadır (Balmer ve Grayser, 2006:735).

Kurumsal kimlik çalışmaları 1970-2008 yılları arasında gelişimi izlendiğinde üç dönemden oluştuğu söylenebilir. 1970-1985 yılları arasındaki dönem kurumsal kimlik karması (kurumsal iletişim, sembolizm ve kurumsal davranış) ve kurumsal kişilik dönemi olarak ifade edilmektedir. İkili dönem olarak da adlandırılmaktadır. Bu 1985-1995 arası dönem ise teorik alt yapı dahada gelişerek üçlü bir yapıya bürünmüştür. Bu dönemde

kurumsal kimlik karması ve kurumsal kişiliğe ilave olarak kurumsal ayırt edicilik ilave edilmiştir. Kurumsal kimliğin son dönemi ise 1995-2008 yılları arasındadır bu dönemde ise ilave olarak kurumsal kimlik ve kurumsal imaj birliktelik kurmaya başlamıştır (Otubajano vd., 2008).

Kurumsal kimlik kurumsal iletişim, görsel kimlik, kurumsal davranış, kurumsal kültür ve Pazar özellikleri çerçevesinde şekillenmektedir (Melewar ve Jenkins, 2002). Yapılan başka bir kurumsal kimlik araştırmasında ise kurumsal reklamında kurumsal kimlik karmasının bir parçası haline geldiğini öne sürmektedir (Kashyap, 2014). Yöneticilerin ve çalışanların kurumsal kimlik üzerinde gelecek dönemde de rol oynamaktadır. Literatürdeki bilgiler ışığında kurum kimliğinin daha rijit, kurumun iç işleyişi ile ilişkin faktörler olduğu ve bu faktörlerin kurum ile ilişkili paydaşların kurum ile ilgili ilişkisini düzenlediği söylenebilir (Cornelissen vd., 2007, Scott ve Lane, 2000 ve Gioia vd., 2013).

Bir kurum çalışanlarının sahip olduğu kimliklerin toplamından oluşur. Kurumlar geçmişleri olan ve bu geçmiş çerçevesinde bugün ve geleceğini şekillendiren kimlikten oluşur (Herbst, 1998, 33). Bu ifadeden yola çıkılarak kurumları çalışanlarının şekillendirdiğini söylemek mümkündür. Bu nedenle kurumda çalışanların kimlikleri kurumun geleceğini oluşturacağı için önemli olduğu düşünülebilir.

Kurumsal kimlik bir kurumu diğer kurumlardan ayıran unsurların tamamıdır. Bu unsurlar semboller, örgütsel davranış ve örgütsel iletişim çerçevesinde şekillendirilebilir. Kurumsal semboller, kurumun sahip olduğu belirleyici niteliklerden oluşmaktadır. Bu nitelikler kurumun sahip olduğu mimari özellikler, logo, yazı tipografisi, renkler ve isminden oluşmaktadır. Diğer taraftan örgütsel davranış ise kurumun çevresel faktörlerinden, kurumun etik davranışlarından ve çeşitli iş yapış şekillerinden oluşmaktadır. Son olarak örgütsel iletişim ise bir yönüyle pazarlama konusunu da içine almaktadır. Kurumsal iletişim, mal ve hizmetlere yönelik olarak reklam, satış, tutundurma ve sponsorluk faaliyetlerinden oluşmaktadır (Karaosmanoğlu ve Melewar, 2006: 200-201). Bu üç unsur kurumsal kimlik karmasını da oluşturmaktadır. Kurumsal kimliğin oluşumu ve gelişiminde çok önemli bir role sahip olduğu ifade edilebilir.

Kavramsal özelliklere ilişkin olarak araştırmanın yapıldığı hastanelerin yapılarını açıklamak uygun olacaktır. Sağlık kurumları verdikleri hizmetler doğrultusunda, birinci basamak, ikinci basamak ve üçüncü basamak olarak tanımlanmaktadır. Birinci basamak sağlık hizmeti veren kurumlar, tedavi hizmetlerinden ziyade daha çok koruyucu tedavi hizmeti vermektedir. Birinci basamak sağlık hizmeti veren sağlık kuruluşları hastaların ilk olarak müracaat ettikleri birimlerdir. İkinci basamak sağlık hizmeti veren kuruluşlar ise uzmanlaşmış bir kadroya sahip tanı ve tedavi hizmeti veren kuruluşlardır. Birinci basamak sağlık kurumlarında çözülemeyen sorunlar ikinci basamak sağlık kurumlarında çözülmeye çalışılır. Son olarak üçüncü basamak sağlık kuruluşlarında ise tedavi hizmetleri daha ön planda olan salık kuruluşlarıdır. Üçüncü basamak sağlık kurumlarında

birinci ve ikinci basamakta çözülemeyen hastalıkların tedavisi için kurulmuş ve yoğun teknoloji ve uzman personel gerektiren durumlara uygun olarak tasarlanmıştır (Kavuncubaşı ve Yıldırım, 2022, s.43).

Sağlık kurumlarındaki yöneticiler iki grup altında değerlendirilebilir. Birinci grupta sağlık kurumlarında bir hekim yöneticiler bulunmaktadır ve bunlar başhekim ve başhekim yrd. gibi görevlerde yerine getirmektedir. Ancak hekim yöneticiler sağlık eğitimi harici yönetsel konular ile ilgili herhangi bir eğitim almamaktadır (Barsbay, 2019, s. 98). Öte yandan sağlık kurumlarında görev yapan ve mali ve idare işleri yöneten yöneticiler ise alanlarında yönetsel konular ile ilgili eğitim almış kişilerdir. Araştırmanın kavramsal çerçevesi bu minvalde çizilmiştir. Bundan sonraki başlık altından araştırmanın metodolojisi açıklanacaktır.

## 1. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Sağlık kurumları yöneticileri, kurumsal kimlik ile ilgili olarak her gün belki farkına bile varmadan pek çok karar alıp uygulamaktadırlar. Bu da araştırmacı açısından temel bir merak konusu olmuştur. Bu nedenle araştırmanın amacı, kurumsal kimlik ve kurumsal imaja sağlık kurumlarında çalışan yöneticilerin bakışlarını anlamak üzerine oluşturulmuştur. Yöneticiler üzerinde yapılmasının nedeni ise sağlık kurumlarında kurumsal kimlik ve kurumsal imajın geliştiricisi oldukları varsayımından yola çıkılarak yöneticilerin bu duruma bakışlarının anlaşılmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Nitel araştırmada fenomenleri yüzeysel değil daha derinlemesine araştırma ve anlama fırsatı vermektedir. Nitel araştırmalarda araştırmayı yapmaktan ziyade araştırmanın nasıl ve ne için yapılacağını veya diğer bir deyişle tasarımın belirlenmesi araştırılmak istenen konunun açıklanmasında çok önem arz etmektedir.

Nitel araştırma günlük hayatta karşılaşılan olayları, olguları ve durumları araştırmaya yönelik ortaya atılan bilimsel bir araştırma yöntemidir. Nitel araştırma, insanların hayatlarını, inanışlarını, felsefelerini ve algılarını derinlemesine bir bakış açısıyla ortaya koymaya çalışır (Given, 2021).

Nitel araştırmalar, konuyu fenomenler üzerinden ele alarak daha az katılımcı ile konu üzerinde derin bir anlayış oluşturmayı amaçlar. Bu fenomenler günlük hayatta sürekli karşı karşıya geldiğimiz her konu olabilmektedir (Silverman, 2018). Nitel araştırmada veriler 3 temel yöntem ile toplanabilir. Bunlardan ilki bu çalışmada kullanılan derinlemesine ve açık uçlu mülakat yöntemidir. Diğerleri ise doğrudan gözlem ve yazılı mülakatlardır (Patton, 2018:4).

Araştırmada nitel araştırma tasarımlarından fenomenolojik araştırma tasarımı seçilmiştir. Fenomenolojik araştırma tasarımı bir varlığın tüm yönleri ile ortaya konulmasını amaçlamaktadır (Husserl, 2003). Bu araştırmada varlığı araştırılacak olan fenomen kurumsal kimlik olarak belirlenmiştir. Araştırmacının merakı ile fenomen tüm yönleri ile ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Yöneticilerin kurumsal kimlik ve kurumsal kimliği şekillendiren unsurları ortaya çıkarmak için hazırlanan

araştırma soruları aşağıda gösterilmektedir.

Sağlık kurumlarında çalışan bir yönetici kurumsal kimliği nasıl açıklıyor?

Sağlık kurumlarında kurumsal kimlik ile ilgili çalışmalar nasıl sürdürülüyor?

Sağlık kurumlarında kurumsal kimliği kimler nasıl şekillendiriyor?

Sağlık kurumlarında kurumsal kimlik ile ilgili nasıl bir yol haritası oluşturulabilir?

Bu sorular ışığında araştırma şekillendirilmiştir. Kurumsal kimliğe ilişkin yöneticilerin açıklamaları konu hakkındaki düşünceleri derin bir kavrayış ile anlaşılmasına çalışılmıştır. Görüşme sırasında ise aşağıdaki sorular sorularak katılımcıların araştırılan fenomenlere yönelik bakış açıları ortaya konulmaya çalışılmıştır.

- Sizce kurumsal kimlik nasıl tanımlanabilir?
- Kurumsal kimlik nasıl belirlenmelidir?
- Kurumsal kimliğin öğeleri nelerdir?
- Bir hastanede kurumsal kimlik nasıl geliştirilebilir?
- Kurumsal kimlik kurum üzerinde nasıl fırsat ve risk etkileri oluşturabilir?
- Kurumsal kimlik uygulamaları sonucunda kurum hangi alanlarda kazanımlar elde edebilir?

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak görüşme seçilmiştir. Araştırmacı, katılımcılar ile yaptığı görüşmelerde açık uçlu sorular sorarak katılımcıların fenomeni nasıl tanımladığını anlamaya çalışmıştır. Bu yöntemin seçilmesindeki temel amaç araştırmaya katılanların bir fenomen hakkındaki görüşleri hakkında derinlemesine bilgi edinmektir (Creswell ve Creswell, 2018).

Araştırma, 3. basamak bir sağlık kurumunda kurumsal kimliğin oluşumuna etki edeceği düşünülen başhekim yardımcısı, müdür ve müdür yardımcıları ile yüz yüze görüşme yapılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma 13 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın katılımcılarının gizliliğinin muhafaza edilmesi nitel araştırmalar için önemli bir konudur. Araştırmaya katılanların kimliğini açık edecek tüm bilgilerin gizlenmesi önemli bir husustur. Katılımcısı çok olan anket gibi uygulamalarda anonimliği sağlamak kolay iken az sayıda katılımcı ile yürütülen nitel araştırmalarda bu daha zor bir durum olmaktadır (Lune ve Berg, 2017). Araştırma katılımcılarının demografik bilgileri katılımcıların gizliliğini yok etme kaygısından dolayı verilmemiştir. Araştırmada amaçlı örneklem yöntemi ile örneklemi belirlemiştir. Amaçlı örnekleme araştırmacı katılımcıların konuyla olan ilgileri temel olarak örnekleme oluşturur (Neuman, 2012: 320). Bu çerçevede katılımcılar ile yapılan görüşme süreleri aşağıda paylaşılmıştır.

**Tablo 1: Katılımcı Süreleri**

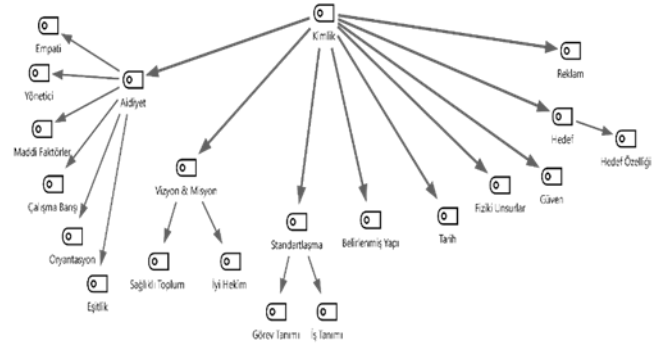
Katılımcı Numarası	Süresi
Katılımcı 1	28'12''
Katılımcı 2	31'30''
Katılımcı 3	17'21''
Katılımcı 4	22'51''
Katılımcı 5	20'07''
Katılımcı 6	25'17''
Katılımcı 7	20'32''
Katılımcı 8	55'22''
Katılımcı 9	50'10''
Katılımcı 10	53' 37''
Katılımcı 11	47' 03''
Katılımcı 12	45'42''
Katılımcı 13	41'00''

Araştırmanın temel varsayımı, katılımcıların tutarlı ve nesnel olduğudur. Sınırlılıkları ise araştırmanın pandemi döneminde gerçekleştirilmesi ve bu nedenle zaman ve mekân mümkün olan iyi şekilde kullanılmaya çalışılmıştır. Araştırmanın diğer önemli kısıtlılığı ise nitel araştırmaların doğasında bulunan örneklemin küçüklüğünden dolayı evreni temsil etmesindeki kısıtlılıktır. Ancak nitel araştırmalarda temel amaç bir evreni temsil edecek örnekleme ulaşmak değil bir kavramı tüm yönleri ile açıklamaya çalışmaktır.

Geçerlilik yapılan araştırmanın kalitesiyle ilgili temel bir konu olmaktadır. Araştırmacı amacını net olarak belirlemesi ve veriler ile uzun süre çalışması nitel araştırmalarda geçerliliği sağlayacak önemli bir unsur olduğu görüşü öne sürülmektedir (Merriam ve Grenier, 2019). Araştırmacı araştırmanın geçerliliğini yükseltmek için uzun zaman araştırma verileri üzerinde çalışmıştır. Bunun yanı sıra alanda uzman ve nitel çalışmalar yapmış araştırmacılar araştırma sürecine dahil edilmeye çalışılmıştır. Araştırmada amaçlı örneklem kullanılarak yani kurumsal kimliğe ilişkin çalışan yöneticiler seçilerek araştırmanın aktarılabirliği sağlanmaya çalışılmıştır. Geçerliliği sağlamak için ise Creswell ve Miller (2000), tarafından ortaya konan prensiplerden kanıtların doğrulanması, zengin betimlemeler ve araştırma desteği alınarak geçerlilik sağlanmaya çalışılmıştır.

## 2. ARAŞTIRMA BULGULARI

Yöneticilerin kurumsal kimliğe ilişkin ifadeleri incelendiğinde kurum kimliğine yönelik olarak, aidiyet, vizyon/misyon, standartlaşma, belirlenmiş yapı, tarihsel süreç, fiziksel unsurlar, güven, hedef, iletişim, disiplin, ciddiyet, reklam ve yasal mevzuatın verdiği rol çerçevesinde kodlar oluşmuştur.

**Şekil 1. Kurumsal Kimlik Etkileşim Haritası**

Aidiyet koduna ilişkin olarak araştırma katılımcılarının 8 tanesi fikir beyan etmiştir. Katılımcılar aidiyet kodunu kurumsal kimliğin oluşum ve gelişimi açısından önemli bulmaktadır. Aidiyet koduna ilişkin ifadelerden bir kısmı aşağıda paylaşılmıştır.

K-2'nin ifadeleri aşağıdaki gibidir.

"Kurumsal kimlik geçmişten gelen kurumun şeceresidir. Kurum geçmişte neler yapmış günümüzde neler yapıyor. Geçmişte yaptığının bütün özel işler ve izler kurumun kimliğini oluşturur. Aidiyet, donanım ve çevreye verilen hizmetler, kurum çalışanlarının kurumu özümsemesidir. Eğer kurum çalışanları kurumu sahiplenmiş ise kurumsal kimlik vardır denilebilir."

K-5'in ifadeleri;

"Hastane içinde çalışanların aidiyet duygusu çok önemlidir. Bir çalışanın kurumla kurduğu aidiyet duygusunun oluşumu kimlik ve imajın çalışan tarafından algılanma sürecinde çok önem arz ediyor."

Aidiyet kategorisinin alt kodlarına bakıldığında ise empati, yöneticiler, maddi faktörler, çalışma barışı, oryantasyon ve eğitim ön plana çıkmaktadır.

Yöneticilerin vizyon ve misyon kategorisi ile ilgili olarak ifadelerinin bazıları ise şu şekilde oluşmuştur.

K-10'un ifadesi

"Kurumun hedefleri ne kadar gerçekleştiği misyon ve vizyon dışarıya oluşturduğu algı kurumsal kimlik olarak adlandırılır."

K-3'ün ifadeleri ise;

"Vizyon misyon dışında hastanede hekim yetişmesi sağlanır. Sağlıklı bir toplum için efor sarf ediyor. İyi hekim yetiştirmek için efor sarf ediyor. Bunlar kimliğin oluşumunda etkili olacaktır. Toplum ve dünyaya hekim yetiştirilmesinde katkı sağlar."

K-1'in ifadeleri ise;

"Siz kurumun dışından gören kişi kurumun misyonu vizyonu nasıl tanımlarsa kimlik aşamasında kurumu o şekilde görür."

Vizyon ve misyon kategorisinin kodları ise ifadeler

ışığında iyi doktor yetiştirmek ve sağlıklı bir toplum çerçevesinde oluşmuştur.

Standartlaşma kategorisi, sistem, görev ve iş tanımları kodları çerçevesinde oluşmuştur. Standartlaşmaya ilişkin ifadeler aşağıdaki gibi oluşmuştur.

K-13'ün ifadeleri;

“Kurumsal kimlik; bir kurumun yaptığı iş ile ilgili o işlerin yapılış şekilleri, kimlerle yapılacağı, sürecin nasıl yönetileceği, sonuca nasıl varılacağı, doğru ve zamanında işlerin nasıl yapılacağı ile tanımlanmış süreçlerin uygulamaya geçirilmiş halinin yansımaları diye düşünüyorum.”

K-4'ün ifadeleri;

“Kurumsal kimlik olan yerlerde bu düşüncelere girilmemesi lazım, standart belli olması lazım en alttaki adamla en üstteki adamın yapacağı iş kitaba göre mi yazıya göre mi dersiniz, görev tanımı mı dersiniz, iş tanımı mı dersiniz süreç yönetimi mi dersiniz bunların belirlenmesi lazım.”

K-3'ün ifadeleri;

“Biraz önce dediğim gibi kişiye bağlı bir sistem olduğu için o egolarıyla gidiyorlar. Ama o kişinin egosuyla değil de kurumun kimliğiyle gittiği zaman o kişi de olsa başka bir kişi de olsa sistemin işlemesi lazım o zaman kurumsal kimlik ortaya çıkıyor. Sistem kişilere değil de kurallara bağlı olması gerekiyor.”

Belirlenmiş yapıya ilişkin kategori özellikle sağlık kurumlarına ilişkindir. Çünkü sağlık kurumlarına sağlık bakanlığı tarafından belirli özellikler atfedilir. Atfedilen bu özellikler ile sağlık kurumları işlevlerini yerine getirir. Belirlenmiş yapıya ilişkin ifadeler aşağıdaki gibidir.

K-9'un ifadeleri ise;

“Hastaneler doğası gereği özellikle üçüncü basamak sağlık hizmeti sunan bu hastanede işler hızlı bir şekilde çözülemez.”

K-6'ın duruma ilişkin ifadeleri ise;

“Kurumsal kimlik devletin o hastaneye verdiği statüdür. Devlet kendi içinde hastaneleri birinci basamak, ikinci basamak ve üçüncü basamak sağlık kuruluşu şeklinde gruplandırmıştır. Kimlik oluşumunda ana etkili unsur sizin hangi grupta yer aldığınızdır. Üniversite hastanesi ve üçüncü basamak sağlık kuruluşu buna müdahale edilemez.”

Kurumsal kimliğe ilişkin oluşan diğer bir kategori ise tarihsel süreç olarak oluşmuştur. Kategori içindeki kodlar ise kurumun felsefesi, kurumun kültürü ve kurumun değerleri çerçevesinde oluşmuştur. Kategoriyeye ilişkin ifadeler ise şunlardan oluşmaktadır;

K-4'ün ifadesi ise şudur.

“Kurumun geçmişte yaptığının bütün özel işler ve izler

kurumun kimliğini oluşturur.”

K-1'in ifadesi,

“Kurumsal kimlik kurumun tüm paydaşlarının istek ve kararları ile oluşan uzun yıllar içinde oluşan bir olgudur. Geçmişten gelen değerler kurumu daha değerli hale getirir.”

K-2'nin ifadesi ise,

“O standartları oluşturmak için de arşivinizin olup, o geçmişinizi toplayıp, kuruma yönelik bir sistematik oturtmanız lazım işte buna zaman zaman kalite belgesi diyorlar farklı yönetim sistemleri diyorlar. Her ne ise sürekli bir modül çıkarıyorlar. Ortaya ama bunları bizim kuruma uyum sağlayıp olamayacağını bölgeye hitap edip etmeyeceğini sentezden geçirip de bu kurumsal kimliği oluşturmak lazım.”

Araştırmaya katılan katılımcıların kurumsal kimlik ile ilişkili gördüğü kod ise fiziki unsurlardır. Kurumun sahip olduğu kuruma özgü ya da kurumun hizmet kalitesine etki eden unsurlar fiziki unsurlar olarak tanımlanmıştır. Katılımcılardan bir tanesi kurumun ortamının kurumsal kimliğe etki ettiğini düşünmektedir. Başka bir katılımcı kurumun sahip olduğu donanımların kurumun kimliğine etki ettiğini ifade etmiştir.

Katılımcıların bir kısmı güvene ilişkin kategorinin oluşumuna katkı sağlamıştır. Bu noktada katılımcılar kuruma duyulan güvenin kurumun kimliğine olumlu düzeyde etki ettiği ifade edilmiştir.

K-8'in ifadesi ise,

“Güven duygusunu hastaya veremezse bu kurumsal kimlik ve imaj oluşmaz.”

Kurumsal kimliğe ilişkin oluşan diğer kategori ve kodlar ise şu ifadeler neticesinde ortaya çıkmıştır.

K-11'in ifadeleri ise,

“Ama başarmak sizin ve çevrenizdekilerin etkisindedir. Siz bu sisteme ne kadar sahip çıkarsanız başarı oranında sizi o kadar etkiler. Hedeflenen her zaman bu olmalıdır. Hedefler açık ve net olmalıdır.”

Kurumsal kimliğin önemli bir noktasının hedef olduğu araştırma katılımcıları tarafından ifade edilmiştir.

Diğer bir nokta ise iletişimdir. K-12'nin ifadesi ise şu şekilde olmuştur. “Kurumsal kimlik iletişimdir.”

Disiplin koduna ilişkin olarak ise katılımcılardan bir tanesi şu ifadeyi kullanmıştır. K-14'ün ifadesi ise “Kurumsal kimlik bana göre kurumun kemikleşmesi lazım. Mesela herhangi bir özelliğiyle belki disipliniyle olabilir.” Şeklinde açıklama yapmıştır.

Ciddiyete ilişkin olarak ise kurum yöneticilerinden bir tanesi şu şekilde açıklama yapmıştır.

K-7'nin ifadeleri ise;

“Kurumdan bahsettiğimizde biz bir hastaneyiz, hastalara ... uygulama araştırma hastanesi ağırlığını hissetmeli. Hastalar orada işler çok ciddi çalışır, işlerin zordur ama hakkını alırsın diye hastaların ya da dışarıdaki halkın bu ciddiyeti kabulleniyor olması lazım. Oraya giren çıkamaz işinde halledemezsin hekime ulaşmamasından ziyade orası çok ciddi bir kurumdur.”

Diğer ifadeler ise reklam ve yasal mevzuat olarak ifade edilmiştir. Reklama ilişkin olarak K-5 “Kurumun reklamları kurumsal kimliği oluşturur.”, şeklinde ifade etmiştir. Yasal mevzuat için ise K-9 “Kurumsal kimlik devletin verdiği roldür. Yöneticiler devletin penceresinden olaylara ve olgulara bakmalıdır. Devletin kimliği ile kurumunu ilişkilendirmelidir. Devlet bir rol biçti ve bir isim belirledi. Eğitim kararı verildi. Bu aşamadan sonra olacılara etki edilebilir.” İfadelerini kullanmıştır. Kurumsal kimliğe ilişkin bulgular bu ifadeler çerçevesinden şekillenmiştir. Kurumsal kimlik konusundaki sonuç çıkarımları bu bulgular çerçevesinde gerçekleştirilecektir.

### 3. SONUÇ

Kurumsal kimliğe ilişkin en önemli bulgu olan aidiyet kategorisi olduğu tespit edilmiştir. Kurum yöneticileri kurumsal kimliğin oluşturulmasında ve geliştirilmesinde aidiyetin önemini vurgulamaktadır. Bu noktada aidiyetin yükseltilmesi için empatinin, yöneticilerin tutum ve davranışlarının önemli olduğu, bununla birlikte çalışanların maaş vb. ödemelerinin de etkili olduğu söylenebilir. Ayrıca aidiyette etkin olan faktörlerin çalışma barışı ve kurumdaki eğitimlerin etkili olduğu yöneticiler tarafından beyan edilmiştir. Yapılan literatür değerlendirilmesinde de benzer sonuçlara rastlanmıştır. Aidiyet, bir davranışı ifade eder bu davranışlar ise kurumsal kimliğin temelini oluşturur (Melewar, 2003). Bir kurumda çalışan personelin sadece para ile değil başka unsurlar ile kuruma bağlı ve ait hissetmesi önemlidir. Bu yapıldığı takdirde kurum çalışanın tüm yeteneklerini olumlu şekilde kullanabilecek ve bundan dolayı da hastaların memnuniyet düzeylerini artıracaktır (Güngör vd., 2020, s. 313).. Bu noktada sadece kurumda bir çalışanın aidiyet ya da bağlılığından ziyade grubun bağlılığı ön plana çıkmaktadır. Grupların kuruma olan bağlılık düzeylerinin artırılması amacıyla örgütte yer alan tüm çalışanların birbirine karşı sevgi ve saygı beslemesi, adil görev dağılımının sağlanması ve özverili çalışma anlayışı geliştirmesi gibi faktörlerin önemli olduğu yapılan bir araştırma neticesinde elde edilmiştir (Sığı, 2017, s. 489).

Vizyon ve misyona yönelik olarak hastane yöneticilerinin değerlendirmeleri kurumun verdiği hizmet çerçevesinde gerçekleştiği görülmüştür. Kurumun verdiği hizmetler olan doktor yetiştirme ve sağlık hizmetleri çerçevesinde olması gerektiği yöneticiler tarafından düşünülmektedir. Kurumsal kimliğe ilişkin araştırmada ortaya çıkarılan vizyon ve misyon sağlık kurumları açısından literatür ile desteklendiğinde şu değerlendirmeler ortaya çıkmaktadır. Sağlık kurumlarında genel olarak internet siteleri incelendiğinde kurumların vizyon ve misyon kavramını

çok iyi kavrayamadıkları ve bunun neticesinde vizyon ve misyon ifadelerinin birbirini yinedikleri gözlemlenmiştir. Bu unsurlar kurumların stratejik yönetimin varlığını gösterdiği için önemli kavramlar olduğu değerlendirilmektedir (Şantaş vd., 2013, s.75).

Kurumsal kimliğin tutarlılığı açısından önemli bir diğer unsurun araştırma neticesinde standartlaşma olduğu görülmüştür. Standartlar bir kurumun işleyişinde düzeni sağlayan önemli bir unsurdur. Standartlar ayrıca kurumun üyelerinin benimsemesi gereken rolleri ve uygulamaları göstermektedir (Chreim vd. 2020)

Melewar ve Jenkins'in (2002) yaptığı çalışma ile kurumsal kimliğin iletişim, mimari ve konum, görsel kimlik unsurları, kurumsal davranış, yönetim davranışı, çalışan davranışı, hedef, felsefe ve prensipler, milli özellikler, kurumsal imaj ve tarih, çevre ve endüstri özellikleri ve pazarlama stratejilerinden oluşmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde çalışmada ortaya konulan kategoriler ile benzerlik göstermektedir.

Belirlenmiş yapı kuruma mevzuatlar çerçevesinde atfedilen nitelikleri ifade etmektedir. Kurum yöneticileri kurumun mevzuat çerçevesinde kimliğini şekillendirdiği ve bu nedenle kurumsal kimlikte yöneticilerin etkinliğinin azaldığını düşünmektedirler. Bir araştırmada belirlenmiş yapı hastane kavramına ilişkin olarak melez bir kurumsal yapı olduğu irdelenmektedir. Bunun nedeni ise kurumun ticari mantığı, hizmet mantığı ve akademik mantığı olmasından kaynaklanmaktadır (Kıray ve Koç, 2016, s.88).

Kurumları köklendiren unsurlardan bir diğeri de içinde geliştiği tarihsel süreçtir. Kurumlar kuruldukları günden itibaren iç ve dış paydaşların zaman içinde kuruma kazandırdığı değerler ile gelişim sergilerler. Bu nedenle kurumsal kimliğin oluşumunda tarihsel sürecin etkisi azımsanmayacak derecede büyüktür. Tarihsel süreç olgusu, hastaneler açısından pek çok şeyi içinde barındırmaktadır. Ancak en önemlisi ise kurumun verdiği benzersiz tedavi hizmetleri ile tarihsel sürecin daha güçleneceği ortaya konulmuştur. Bu noktada kurumun kültürünün de tarihsel süreç üzerinde şekillendiği unutulmamalıdır (Hatch ve Schultz, 1997, s. 359).

Fiziksel unsurlar, kurum kimliğine ve imajına etki eden ve onun kimlik ve imajını şekillendiren bir unsurdur. Araştırmada katılımcılar fiziksel unsurların kurumun verdiği hizmete olumlu olarak etki edeceğini kurumun kimliğini geliştireceğini ifade etmişlerdir. Bu çerçevede kurumun sahip olduğu fiziksel unsurların kurumun kimliği üzerinde de olumlu etkileri olacağı düşünülmektedir. Yapılan bir araştırmada kurumun sahip olduğu fiziksel unsurların günün şartlarına uygun ve ihtiyaçları karşılayacak niteliklere sahip olmasının kurumun tercih edilebilirlik düzeyini artırdığı sonucu gözlenmiştir (Çetintürk, 2021, s. 2229)

Kurumsal kimliğe ilişkin olarak diğer bir noktada güven bulunmaktadır. Kurumun mal ve hizmet sunduğu müşterilere verdiği güven duygusu kurumun kimliğinin oluşmasında önemli bir unsur olduğu görülmektedir. Bu noktada güvenle ilişkili olarak değerlendirilebilecek olan unsurun ciddiyet olduğu söylenebilir. Güvenilir ve ciddi

bir kurum, kimlik açısından olumlu etkileri olacaktır. Yine ciddiyetle ilişkili olarak disiplin kategorisi oluşmuştur. Disiplin kurumun işleyişinde önemli bir unsur olarak değerlendirilebilir. Disiplinli bir kurumun ortaya koyacağı kimlikte başarılı olacağı varsayılabilir. Özellikle hastaneler gibi çok yoğun bir şekilde insana bağlı olan süreçlerde standart ve sistemler işleyişi düzgün hale getirmek için önemli bir yoldur. Ayrıca Sağlık Bakanlığının akreditasyon süreçleri de bu sistem ve standartlara yönelik olarak geliştirilmiştir (Kayral vd., 2016, s.14).

Araştırma neticesinde elde edilen bazı unsurlar (fiziksel unsurlar, reklam vb.) daha çok imaj unsurları gibi görünse de katılımcıların görüşleri çerçevesinde kimlik içinde de etkili olduğu düşünülmektedir. Reklama ilişkin olarak, ilk ortaya çıktığında daha çok tüketicilerin satın alma davranışlarını değiştirmeye yönelik olsa da sonra reklamın kurumsal olarak bir fayda sağlayabileceğini ortaya koyan çalışmalar literatür taramasında da görülmüştür. Kurumsal reklamlar ile kurumlar finans çevreleri ile, hissedarlar ile, müşteriler ile kurumun kurumsal özellikleri çerçevesinde şekillenmektedir (Schumann vd., 1991).

Kurumsal kimlik çalışmaları ilgili kurum yöneticileri olaylara karşısında çok geniş bir bakış açısına sahip olmalı bu doğrultuda hareket etmelidir. Çünkü kurumsal bakış açısı olay ve yapılara geniş bir şekilde bakmayı gerektirmektedir. Bu geniş bakış açısı kurum açısından gelişmeyi paydaşlar açısından ise memnuniyeti beraberinde getireceği düşünülmektedir.

Araştırmada en önemli bulgu aidiyete ilişkin olarak ortaya konmuştur. Yöneticilerin 53 kez aidiyet ve aidiyeti çağrıştıracak ifadeler kullanmıştır. Bu nedenle araştırma neticesinde kurumsal kimlik ile ilgili çalışma yapan yöneticilerin bu hususa dikkat etmeleri faydalı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca kurumsal kimliği sürdürülebilirliği önemli bir nokta olarak değerlendirilmiştir. Bunu sağlamak için ise kurumun güçlü bir finansal yapıya ve insan kaynağına sahip olmasının gerekli olduğu ifade edilebilir.

## KAYNAKÇA

BALMER, J. M., GREYSER, S. A. (2006). *Corporate Marketing: Integrating Corporate Identity, Corporate Branding, Corporate Communications, Corporate Image And Corporate Reputation*. European Journal Of Marketing, 40(7/8), 730-741.

BARSBAY, Ç., M. (2019). *Sağlık Kurumlarında Yönetim Yöneticilik Beceri ve Roller*. Siyasal Kitabevi

CHREÏM, S., LANGLEY, A., REAY, T., COMEAU-VALLÉE, M., & HUQ, J. L. (2020). *Constructing And Sustaining Counter-Institutional Identities*. Academy of Management Journal, 63(3), 935-964.

CORNELİSSEN, J. P., HASLAM, S. A., & BALMER, J. M. (2007). *Social Identity, Organizational Identity And Corporate Identity: Towards An Integrated Understanding Of Processes, Patternings And Products*. British Journal Of Management, 18, S1-S16.

CRESWELL, J. W., MİLLER, D. L. (2000). *Determining Validity In Qualitative Inquiry*. Theory Into Practice, 39(3), 124-130.

CRESWELL, J., W., CRESWELL, J., D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches* (5. Edition), SAGE.

ÇETİNTÜRK, İ. (2021). *Hizmet Kalitesinin Kurumsal İmaj Üzerindeki Etkisi: Kamu Hastanesinde Bir Uygulama*, İşletme Araştırmaları Dergisi, 13(3), 2223-2231.

GİOİA, D. A., PATVARDHAN, S. D., HAMILTON, A. L., & CORLEY, K. G. (2013). *Organizational Identity Formation And Change*. Academy of Management Annals, 7(1), 123-193.

GİVEN, L., M. (2021). *100 Soruda Nitel Araştırma* (Çev. Ed. Bakla, A., Çakır, İ.), Ankara: Anı Yayıncılık.

GÜNGÖR, T., ŞAHİN, A. O., & BAYRAM, S. S. (2020). *Sağlık Kurumlarında Kurumsal İmaj Algısı ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki*. Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi, 2(7), 310-315.

HATCH, M. J., SCHULTZ, M. (1997). *Relations Between Organizational Culture, Identity And Image*. European Journal of Marketing, 31(5/6), 356-365.

HERBST, D. (1998). *Corporate Identity*. Berlin: Cornelsen.

HUSSERL, E. (2003), *Fenomenoloji Üzerine Beş Ders 2. Baskı* (Çev. Tepe, H.), Ankara: Bilim ve Sanat.

KARAOSMANOĞLU, E., MELEWAR, T. C. (2006). *Corporate Communications, Identity And Image: A Research Agenda*. Journal of Brand Management, 14(1-2), 196-206.

KASHYAP, S. (2014). *A Study On Extended Corporate Identity Mix*. Indian Research Journal, 1 (6).

KAVUNCUBAŞI, Ş., YILDIRIM, S. (2022). *Hastane ve Sağlık Kurumları Yönetimi (6. Baskı)*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

KAYRAL, İ. H. (2018). *Dünya'da ve Türkiye'de Sağlık Hizmetleri Akreditasyonu*. Sağlıkta Kalite ve Akreditasyon Dergisi, 1(1), 27-31.

KIRAY, A., KOÇ, O. (2016). *Kurumsal Karmaşa ve Stratejik Yanıtlar: Tıp Fakültesi Hastaneleri Örneğinde Bir Araştırma*. Marmara Üniversitesi, VII. Örgüt Kuramı Çalıştayı Bildiri Kitabı.

LUNE, H., BERG, L., B. (2017), *Qualitative Research Methods For The Social Sciences (9. Edition)*, Essex: Pearson.

MELEWAR, T. C. (2003). *Determinants Of The Corporate Identity Construct: A Review Of The Literature*. Journal of marketing Communications, 9(4), 195-220.

MELEWAR, T. C., & JENKİNS, E. (2002). *Defining The Corporate Identity Construct*. Corporate Reputation Review, 5, 76-90.

MERRİAM, S., B., GRENIER, S., R. (2019), *Qualitative research in Practice, Examples For Discussion and Analysis (Second Edition)*, Jossey-Bass, Willey.



NEUMAN, W. L. (2012).

*Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar I-II. Cilt (5. Basım)*. İstanbul:Yayın Odası.

OLINS, W. (1991). *Corporate Identity Making Business Strategy Visible Through Design*. London: Thames and Hudson.

OTUBANJO, O., MELEWAR, T.C.. & Cornelius, N. (2008). *Corporate Identity: A Paradigmatic Shift in the Theoretical Construction*. SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1299668> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1299668>

PATTON., Q., M. (2018). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri 3. Baskıdan çeviri*. Çev. Ed. Mesut Bütün, Selçuk Beşir Demir. Ankara: PEGEM.

SCHUMANN, D. W., HATHCOTE, J. M., & WEST, S. (1991). *Corporate Advertising In America: A Review Of Published Studies On Use, Measurement, And Effectiveness*. Journal of Advertising, 20(3), 35-56.

SCOTT, S. G., LANE, V. R. (2000). *A Stakeholder Approach to Organizational Identity*. The Academy of Management Review, 25(1), 43-62.

SİĞRI, Ü. (2017). *Gruplarda Bağlılık ve Performans İlişkisi Üzerine Nitel Bir Çalışma*. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, 16. UIK Special Issue, 481-490. DOI: 10.18092/ulikidince.32165

SİLVERMAN., D. (2018). *Nitel Verileri Yorumlama, İçinde; Nitel Araştırmayı İnanılır Kılmak (Çev. Uluçınar, U., & Dinç, E.), 5. Baskıdan Çeviri*. çev. ed. Erkan Dinç (*Interpreting Qualitative Data*). Ankara: PEGEM.

ŞANTAŞ, F., UĞURLUOĞLU, Ö., KANDEMİR, A. (2013). *Sağlık Kurumlarında Yönlendirme Stratejileri*. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 5(2), 63-78.

## TÜRKİYE CUMHURİYETİ'NİN 100. YILINDA TURİZM

Ayşe Durgun Kaygısız<sup>1\*</sup> 

**Özet:** Turizm sektörü insanların sosyal yaşantılarında dinlenmek, eğlenmek ve gezmek amaçlı yaptıkları bir faaliyet olmakla birlikte ülke ekonomileri için çok daha farklı amaçlara hizmet etmektedir. Ekonomik büyüme, dengeli bölgesel kalkınma, istihdama ve cari dengeye katkı sağlama vb. nedenlerle ülke ekonomisine gelir kazandırmaktadır. Bunun yanı sıra sosyo-kültürel etkileşim yolu ile ülkeyi tanıtmak adına öncü sektör yolunda ilerlemektedir. Bu makalenin amacı Türkiye Cumhuriyetinin 100. Yılında turizm sektörünün ülke ekonomisindeki gelişim seyrini ortaya koymaktır. Bu amaçla cumhuriyetten günümüze kadar sektördeki gelişim nitel araştırma yöntemlerinden olan literatür taraması ve doküman analizi yöntemi ile ele alınmıştır. Bu doğrultuda Türkiye'deki turizm kurumları tarafından yayımlanan ikincil veri kaynakları olan raporlar ile akademik araştırmalar, doküman analizi yoluyla karşılaştırılmıştır. Elde edilen veriler ışığında Türkiye'de turizm sektörünün yıllar itibariyle her yönüyle gelişim gösterdiği görülmektedir. Özellikle milli gelire olan katkısı, görünmeyen ihracat kalemi olarak döviz girdisi sağlaması, dış ticaret açığını kapatması ve istihdam sağlayarak bölgesel kalkınmaya olan etkisi sayesinde öncü sektörlerden birisi olmuştur.

**Keywords:** Turizm sektörü, Türkiye, turizm gelirleri, turizm giderleri.

## TOURISM IN THE 100TH ANNIVERSARY OF THE REPUBLIC OF TURKEY

**Abstract:** Although the tourism sector is an activity that people do for rest, entertainment and travelling in their social lives, it serves many different purposes for the economies of countries. Economic growth, balanced regional development, contribution to employment and current account balance, etc. It brings income to the country's economy for reasons such as. In addition, it is on the way to the leading sector in order to promote the country through socio-cultural interaction. The aim of this article is to reveal the development course of the tourism sector in the country's economy in the 100th anniversary of the Republic of Turkey. For this purpose, the development in the sector from the republic to the present day has been handled by literature review and document analysis method, which is one of the qualitative research methods. In this direction, reports and academic researches, which are secondary data sources published by tourism institutions in Turkey, were compared through document analysis. In the light of the data obtained, it is seen that the tourism sector in Turkey has developed in every aspect over the years. In particular, it has become one of the leading sectors thanks to its contribution to national income, providing foreign currency inflow as an invisible export item, closing the foreign trade deficit and its impact on regional development by providing employment.

**Abstract:** Tourism sector, Türkiye, tourism revenues, tourism expenses

<sup>1</sup>**Adres:** Süleyman Demirel Üniversitesi, Ankara, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Isparta- Türkiye

\* **Sorumlu Yazar:** aysedurgun@sdu.edu.tr

**Atıf:** Durgun Kaygısız, A. (2023). Türkiye Cumhuriyeti'nin 100. Yılında Turizm. Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(2): 124-133.

## 1. GİRİŞ

Ülke ekonomilerine sağladığı katkı nedeniyle turizm sektörü önemsenmekte ve gelişimi desteklenmektedir. Turizmin çarpan etkisinin yüksek olması dolayısıyla ekonomi içerisindeki yayılma özelliği geniş bir alanı kaplamaktadır. Bu sebepten dolayı turizm her geçen gün hızla değişen ve gelişen bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Turizm ülke ekonomileri açısından öncelikli sektör olmasa da sanayi alanında kaynağı ve alt yapısı bulunmayan bölgeler için büyük önem arz etmektedir. Bu nedenle hem dünyada hem de Türkiye’de ekonomi planlarının içerisine dâhil edilmektedir (T.C. Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019:94-96).

Gezmek, dinlenmek, sağlık ve dini sebepler gibi nedenlerle yapılan turizm hareketi ilk çağlardan beri görülmektedir. Günümüz turizm anlayışının ise endüstri devrimi ile başladığını söyleyebiliriz. Teknolojinin gelişimiyle birlikte tarımın makineleşmesi, ulaşım imkânların gelişmesi, şehirleşme, boş zamanın artması, ekonomik özgürlüklerin kazanılması gibi nedenler turizm faaliyetlerini hızlandırmıştır. Özellikle İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra, konaklama, yeme içme ve eğlence sektörlerinin alt yapılarının hızla gelişmesiyle birlikte turizm olayı bilimsel açıdan ekonomik ve sosyal bilimler içinde yer almaya başlamıştır (Durgun, 2006)

İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra en hızlı büyüyen sektör olarak görülen turizm sektöründe 1950 yıllarında dünya turist sayısı 25 milyon iken, 1990’lı yıllarda 500 milyonu aşmış ve 2011 yılında ise 1 milyarı aşmıştır. Pandemi öncesi 2019 yılında ise 1 milyar 461 milyona ulaşmıştır (TÜRSAB, 2020a: 6). Pandemi döneminde dünya turizm hareketleri %74 oranında azalmıştır. Bu dönemde turizm gelirlerinde yaşanan düşüşün, 2008 küresel krizinde yaşanan kaybın 11 katına çıktığı öne sürülmektedir (TÜRSAB, 2020b). Bu düşüşlerin nedeni pandemi sürecinde yasaklar nedeniyle turizm faaliyetlerine katılamama ve ekonomik açıdan zor duruma düşenlerin turizm faaliyetine bütçe ayıramamasıdır (Durgun Kaygısız, 2021: 86). Bu nedenle bu dönem dünya turizm tarihinin en kötü yılı olarak görülmektedir. Ayrıca Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi’nin verilerine göre sektörün dünya ekonomisine 8.9 trilyon dolarlık katkı sağlandığı belirtilmektedir. Dünya genelinde toplam istihdamında %10’unu karşılayarak 330 milyon kişiye iş imkânı sunmaktadır (WTTC, 2023)

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Öncelikle Türkiye’deki turizm kurum ve kuruluşlarının yayınladığı istatistikler, raporlar ve araştırmalar incelenerek doküman analizi yapılmıştır. Google akademik veri tabanı ve arama motorları kullanılarak konuyla ilgili literatür taraması yapılmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde dünya turizm sektörü incelenmiştir. İkinci bölümde ise Türkiye turizminin gelişimi ve günümüzdeki durumu değerlendirilmiştir. Sonuç kısmında ise sektörler ilgili ileriye dönük değerlendirmeler yapılarak çalışma sonlandırılmıştır.

## 2. DÜNYA TURİZM SEKTÖRÜ

Küresel boyutta turizmin dünya ekonomisine katkısı giderek artmaktadır. 2014- 2019 yılları arasında küresel olarak her beş yeni istihdam fırsatından birini ve tüm işlerin %10.3’ünü seyahat ve turizm sektörü oluşturmuştur. 2019 yılında ise tüm işletmelere 334 milyon iş imkânı ile %10.3’ü seyahat ve turizm sektörü tarafından sağlanmıştır. 2019 yılında sektörün turizmin dünya ekonomisine katkısı 10 trilyon dolar olmuştur. Bu rakam dünya GSYH’nin % 10.4’ünü oluşturmaktadır (WTTC, 2023). 2020 yılında etkisini gösteren pandemi ile birlikte küresel turizm sekteye uğramıştır. 2020 yılında turist gelişleri %73, turizm gelirleri ise %63 oranında azalmıştır (UNWTO, 2021: 5). Ayrıca Avrupa’ya gelen uluslararası turist sayısının %4’ü Rusya ve Ukrayna bölgesinden gelmektedir. Bu nedenle 2022 yılında başlayan Rusya-Ukrayna çatışması da turizm hareketinin yavaşlamasına neden olmuştur (UNWTO, 2022:4). Pandemi sonrası 2022 yılında seyahat ve turizm sektörünün küresel GSYH’ye sağladığı katkı %7.6 olarak gerçekleşmiştir. Bu oran 2021 yılına göre %22 artmış fakat 2019 yılına göre %23 daha düşüktür. 2022 yılında sektör küresel boyutta 2021 yılına göre %7.9 artışla 2.2 milyon yeni iş imkânı sağlamıştır (WTTC, 2023).

Tablo 1, 2018 yılında en çok turist çeken ülkeleri göstermektedir. Buna göre dünyada en fazla turist çeken ilk üç ülke Fransa, İspanya ve ABD’dir. Pandemi öncesinde en çok turist çeken ülkeler sıralamasına göre Türkiye 6. sırada yer almıştır. Dünyada en çok turist çeken ilk 10 ülke küresel toplam turist sayısının %41.2’sine karşılık gelmektedir.

**Tablo 1:** 2018 Yılı Ziyaretçi Açısından Dünya Sıralaması

<i>Sıra</i>	<i>Ülke</i>	<i>Aldığı turist (milyon)</i>
1	Fransa	<b>%6.4</b>
2	İspanya	%5.9
3	ABD	%5.7
4	Çin	%4.5
5	İtalya	%4.4
6	Türkiye	%3.3
7	Meksika	%2.9
8	Almanya	%2.8
9	Tayland	%2.7
10	İngiltere	%2.6

**Kaynak:** BM dünya turizm örgütü

Tablo 2 2019 yılında dünya genelinde en fazla turizm geliri kazanan ülkeleri göstermektedir. Turizm gelirleri açısından ilk 10’a giren ülkelerin elde ettikleri turizm gelirleri küresel toplam turizm gelirinin yaklaşık olarak %48’ini oluşturmaktadır. En fazla turizm geliri elde eden ülke ABD’dir. En fazla turist çeken ülke sıralamasında üçüncü durumda olmasına rağmen turizm gelirleri açısından birinci sırada yer almaktadır. Buna karşın Fransa ise en fazla turist çeken ülke olmasına rağmen turizm gelirleri açısından dünya sıralamasında üçüncüdür. Türkiye en fazla turist çeken ülkeler sıralamasında dünya çapında ilk 10’da yer almasına rağmen turizm gelirleri açısından 13. sırada bulunmaktadır. Yine de 2018 yılı için Türkiye, Japonya ve Çin ile birlikte turizm gelirlerinde en çok artış gösteren ülkelerden olmuştur (TTYD, 2019: 11).

**Tablo 2:** 2019 Dünya Genelinde En Fazla Turizm Geliri Elde Eden Ülkeler Sıralaması

Sıra	Ülke	Turizm geliri (milyar \$)
1	ABD	214.1
2	İspanya	79.7
3	Fransa	65.4
4	Tayland	60.5
5	İngiltere	49.9
6	İtalya	49.8
7	Japonya	46.1
8	Avustralya	46
9	Almanya	41.6
10	Macao (Çin)	39.5
11	Çin	35.8
12	Hindistan	30
13	Türkiye	29.8

**Kaynak:** UNWTO

Tablo 3 2019 yılında uluslararası alanda en çok turizm harcaması yapan ülkeleri göstermektedir. Buna göre listenin başında Çin ve ABD yer alırken, Türkiye ise 49. sırada yer almaktadır.

**Tablo 3:** 2019 Yılı En Çok Turizm Harcaması Yapan Ülkeler

Sıra	Ülke	Turizm harcaması (milyar \$)	% Değişim 2019/2018
1	Çin	254.6	-4.2
2	ABD	152.3	+5.4
3	Almanya	91.9	+1.4
4	Birleşik Krallık	71.1	+7.7
5	Fransa	50.2	+10.6
6	Avustralya	36.2	+5.3
7	Rusya	36.2	+5.5
8	Kanada	34.8	+3.5
9	G.Kore	32.3	-8.1
10	İtalya	30.5	+6.7
49	Türkiye	4.1	-10.6

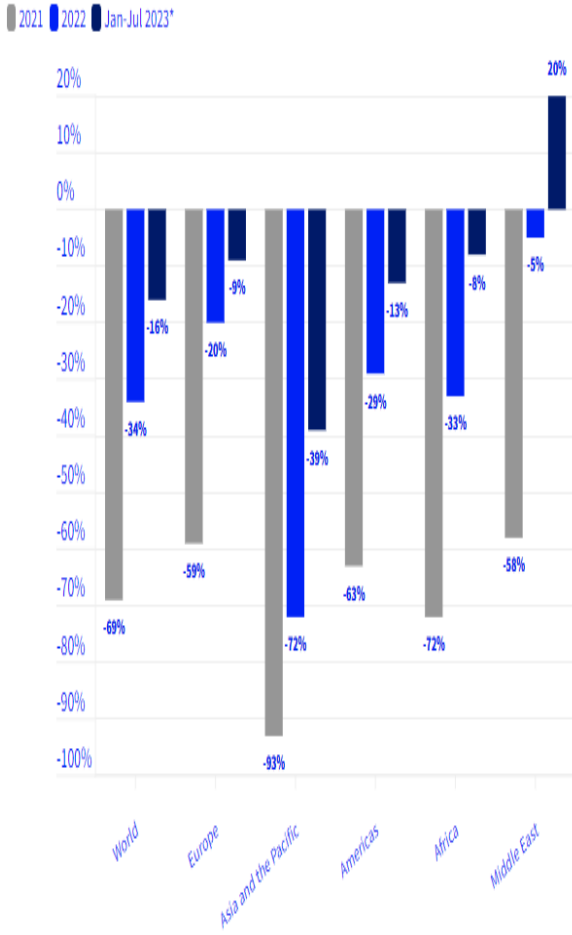
Tablo 4, pandemiden hemen önceki 10 yıllık sürede uluslararası turizm hareketlerinden pay alan bölgeleri göstermektedir. Tabloya göre en fazla turist Avrupa bölgesine gitmektedir. Sonrasında onu Asya-Pasifik ve Afrika kıtası izlemektedir. Ayrıca 2019 yılında uluslararası turizm hareketlerine katılan kişi sayısı 1 milyar 462 milyon seviyesine ulaştığı görülmektedir. Pandemi sonrası 2023 Ocak-Temmuz döneminde 2019 dönemindeki turizmin %84'ü tekrar kazanılmış durumdadır. Uluslararası turist sayısı ise 2023 Temmuz ayında salgın öncesi seviyenin %90'nına ulaşmıştır (UNWTO, 2023). Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından yapılan değerlendirmeye göre; Covid-19'un turizm sektörüne verdiği zarar 2009 yılındaki küresel ekonomik krizin sekiz katı kadardır (TURSAB, 2020a:6).

**Tablo 4:** 2010-2019 Dönemi Uluslararası Turizm Hareketlerinden Pay Alan Bölgeler ve Seyahatlerin Dağılımı

Bölge	Yıllara göre seyahat sayısı*				Sahip olduğu pay
	2010	2017	2018	2019	%
Dünya	952	1.332	1.407	1.462	100
Avrupa toplamı	487	676.6	716.1	744.3	50.9
-K. Avrupa	57	79.1	78.7	79.9	5.5
-B. Avrupa	154.4	192.7	200.2	204.3	14
-O. Avrupa	98.6	136.9	148.5	156.2	10.7
-Akdeniz (Avrupa)	177.1	267.9	288.8	304	20.8
Asya - pasifik	208.2	324.1	347.7	360.6	24.7
Amerika kıtası	150.3	210.7	215.7	220.2	15.1
Afrika	50.4	63	68.4	73.2	5
Ortadoğu	56.1	57.7	59.4	64.2	4.4

**Kaynak:** UNWTO- \*milyon

Şekil 1, pandemi sürecinde ve sonrasında bölge bazında turist gelişlerini göstermektedir. Şekle göre 2021 yılında en fazla turist kaybeden bölge Asya-pasifik bölgesi iken en az turist kaybeden ülke ise Orta Doğu olmuştur. 2023 yılındaki toparlanmaya bakıldığında ise Orta Doğu'nun en hızlı toparlanarak Pandemi öncesi turist sayısının %20 oranının üstüne çıktığı görülmektedir. Diğer bölgeler ise pandemi öncesi turist sayılarına daha ulaşamamışlardır. Pandemi öncesi turist sayılarının; Avrupa %91, Afrika %92, Amerika Kıtası %87 ve Asya-Pasifik %61'ini yakalamış durumdadır.



Kaynak: <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data>

**Şekil 1:** Pandemi ve Sonrası Uluslararası Turist Gelişleri, Dünya ve Bölgeler

### 3. TÜRKİYE'DE TURİZMİN GELİŞİMİ VE EKONOMİDEKİ YERİ

Tam 100 yıl önce "Türk Seyyahin Cemiyeti" adı ile kurulan dernek Türkiye Cumhuriyet'inde turizmin başlangıç adımı sayılmaktadır. Daha sonraları 1930 yılında bu dernek "Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu" adını almıştır (Durgun, 2006: 13). Kamu yararına kurulan bu dernek Türkiye'nin ilk turizm afişlerini, karayolu haritasını bastırması, turistik rehber hazırlama ve bunların sınavının yapılması, kongre ve konferans düzenleyerek yabancılarla ülke tanıtım faaliyetlerinde bulunmuştur (Dağlı ve Kalıpçı, 2023:112). 1930 ve 1940'lı yıllarda tanıtım ve turizm işleri ile ilgili kurumlar kurulsa da o yıllarda Türkiye'de turizmin geliştiğini söylemek mümkün değildir. İkinci Dünya Savaşı nedeniyle dünya genelinde de turizm faaliyetlerine katılım çok olmamıştır.

1960 planlı dönemle birlikte Kalkınma Planları içerisinde turizm sektörü de yerini almıştır. Buradaki amaç sektörün devlet kontrolünde gelişimini sağlayarak ülke ekonomisine katkısını arttırmaktır. İlk dört plan döneminde çoğunlukla alt yapının geliştirilmesi ve turist sayısı ve gelirinin artırılmasına yönelik politikalar üzerinde durulmuştur. Sonraki planlarda ise turistik ürün farklılaşması,

sürdürülebilirlik ve yılın geneline turizm faaliyetlerini yaymak çabalanmıştır. Ayrıca yüksek gelir grubu hedef olarak alınmıştır. Kalkınma planlarında yer alan turizmle ilgili hedef ve ilkeler aşağıdaki gibi özetlenebilir (Türkmen, 2023: 37).

- ✓ Kitle turizmüne uygun yatırımları teşvik etmek,
- ✓ Yabancı sermayeyi özendirme,
- ✓ Doğal ve kültürel değerlerin korunmasını sağlamak,
- ✓ Çevre ve gıda sağlığına önem verilmesi,
- ✓ Koruma kullanma dengesinin sağlanması,
- ✓ İç turizm faaliyetlerini geliştirmek,
- ✓ Turizm eğitimi politikasını belirlemek,
- ✓ Ulaşım imkanlarının geliştirilmesi,
- ✓ İstihdamı tüm yıla yaymak,
- ✓ Küçük işletmeleri desteklemek,
- ✓ Turizm istatistiklerini sağlıklı hale getirmek,
- ✓ Risk ve kriz yönetim planları hazırlamak
- ✓ Turizmde öncelikli yöreleri belirlemek,
- ✓ Tanıtım etkinliklerine ağırlık vermek,
- ✓ Kamunun alt yapıyı özel sektörün üst yapıyı gerçekleştirmesini sağlamak,
- ✓ Teşvik ve kredi politikasını yönlendirmek ve
- ✓ Turizmi çeşitlendirmek, tüm yıla yaymak.

Planlı dönemin ilk yirmi yılı turizmde kurumsal alt yapının oluşturulduğu ve ilgili mevzuatın geliştirildiği dönemdir. 1957 yılında kurulan Basın-Yayın ve Turizm Bakanlığı 1963 yılında Turizm ve Tanıtma Bakanlığı adını almıştır (Özdemir, 2003: 91). Ayrıca 1971 yılında da Kültür Bakanlığı kurulmuştur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023) Turizm işletmeciliği alanında sektöre öncülük eden Turizm Bankası (Evcin, 2023:155) ve Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) de (Kozak, 2023:582) bu dönemde kurulmuştur.

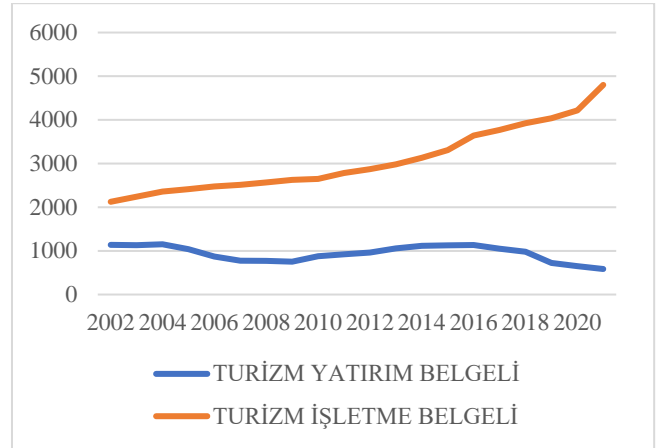
Türkiye turizminin parlak dönemi 1980'li yıllarda başlamaktadır. Özdemir ve Kozak (2000) 1983-1990 döneminde Türkiye turizminin yaşadığı hız ve gelişimin dünya ölçeğinde başka bir turizm sektöründe görülmediğini iddia etmektedirler. Bu durumun nedenini de özellikle Turizm Bankası tarafından sağlanan teşviklere bağlamaktadırlar. Türk turizminin atağa kalktığı 1983 yılı sonrasında Türkiye turizm sektörü, turizm arzı alt yapısı, turist sayısı ve turizm gelirleri açısından büyük bir artış sergileyerek günümüze kadar gelmiştir. Dokuzuncu Kalkınma Planı ile birlikte turizm sektörünün uzun vadeli ve sağlıklı gelişmesini sağlamak üzere, 2023 yılını hedef alan "Türkiye Turizm Stratejisi" oluşturulmuştur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). Bu çerçevede Türkiye doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi değerlerini koruma-kullanma dengesi içinde kullanmayı ve turizm alternatiflerini geliştirerek ülkemizin turizmden alacağı payı arttırmayı hedef almaktadır. Bu doğrultuda turizm koridorları oluşturulması, turizm bölgeleri, turizm kentleri ve eko turizm bölgelerinin oluşturulması hedef alınmıştır. Önceki dönemlerde kitle turizmüne öncelik verilmesi, kıyı kesimlerde aşırı yığılma, çarpık kentleşme ve altyapı yetersizliği gibi sorunlara yol açmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007:2). Bu sorunların ortadan kaldırılması amacıyla turizm stratejinde turizm arzları tek tek ele alınmak yerine bütüncül yaklaşımla davranarak turizm güzergâhı ve bölgesel varış noktalarının oluşturulması hedeflenmiştir.

Talep esnekliği yüksek ve hassas bir yapıya sahip olan turizm sektörü ekonomik krizlerden en fazla etkilenen sektörlerden biridir (Durgun ve Gövdere, 2011:141). Bu süre içerisinde yaşanan, doğal afetler, ekonomik krizler, terör saldırıları ve sağlık alanında yaşanan salgın hastalıklar turizm hareketini yavaşlatmıştır. Lakin bu riskli süreçler atlandıktan sonra turizm sektörü kendini hızlı bir şekilde toparlayarak artış eğilimine devam etmiştir. Türkiye’de planlı dönem öncesinde başta İstanbul olmak üzere İzmir ve bazı Anadolu şehirlerine nitelikli Avrupalı turist ziyaretleri yaşanmakla beraber ekonomik anlamda turizmin değer kazanması planlı dönemle birlikte başlamıştır. 1974 petrol krizi, sonrasında Türkiye’de yaşanan siyasi karışıklıklar turisti hareketliliğini olumsuz etkilemiştir. 1982 Turizm Teşvik Kanunu ile beraber turizmin tüm dallarında gelişim başlamıştır. Kitle turizm hareketleri ve paket turlar bu dönemde turistlerin ilgi odağı olmuş ve kıyı turizmi ön plana çıkmıştır. 2000’li yıllarda turist profilinde Ortadoğu ve Uzakdoğu ülkeleri ile çeşitlendiği görülmektedir. Cumhuriyetin ilk yıllarında yüksek gelir grubundaki turistler mevcutken, sonraki dönemlerde orta gelir seviyesine sahip turistler daha fazla gelmişlerdir. 1980’li yıllarda kitle turizmi, 2000 sonrası ise kitle turizmüne ek bireysel turizm hareketi de görülmüştür (Bingöl, 2023:37).

Yıllar itibariyle havayolu taşımacılığının yaygınlaşması paket turların standart hale gelmesi turizmin gelişerek dönüşümüne katkı sağlamıştır. Özellikle son dönemlerde internetin ve sosyal medyanın sıkça kullanılıyor olması insanların merakını daha da arttırmış ve turizm hareketini desteklemiştir. Turizmi sonsuz seçenek ve sınırsız talep olarak tanımlayan Anderson’a (2009) göre, turizmin gelişmesi ve dönüşümü devam etmektedir. Bu dönüşümler turistler üzerinde de değişime yol açmaktadır. Kitlesel tüketimin yerini bireysel tüketim almaya başlamış ve yenilik arayışı, turistleri yeni ve akılda kalıcı deneyimlere yönlendirmiştir (Bingöl, 2023:30). 100 yıllık süreç içerisinde Türkiye’deki turist profilinde de değişimler görülmektedir. 2022 yılı turist profili incelendiğinde en fazla gezi, eğlence sportif ve kültürel faaliyetler amaçlı, ikinci olarak ise akraba ve arkadaş ziyaretleri için Türkiye’ye geldikleri görülmektedir (TÜİK, 2023).

Turizm sektörü yapısı gereği emek yoğun bir sektördür. Bu nedenle doğrudan, dolaylı olarak ve uyarılmış istihdam olanaklarını oluşturmaktadır. Fakat iktisadi faaliyet kodlama sisteminde turizm başlıklı ayrı bir sınıflama bulunmadığından turizm ile ilgili istihdamın boyutu işgücü piyasası verilerinden doğrudan elde etmek mümkün değildir. Aldan vd. (2016) SGK kayıtlarından ve yerli yabancı turistlerin il bazında farklılaşmasından yola çıkarak 2008-2014 döneminde hizmet sektöründeki toplam istihdamın %8.8’inin turizmle alakalı olduğunu ileri sürmektedir. Bu oranın da yarısının konaklama sektöründeki istihdam olduğu belirtilmektedir (TCMB, 2016:49). Çelgin vd. (2021) Türkiye için yaptıkları çalışmalarında turist sayısındaki yüzde 10’luk artışın toplam istihdamda ilk iki çeyrekte sırasıyla yüzde 0,2 ve yüzde 0,4 oranında yükseliş sağladığı öne sürmektedirler. 2022 yılında Türkiye’de otellerde çalışan sayısı 421 bin iken, 2023 yılı Haziran ayında Türkiye otellerinde çalışan sayısı 457 bini geçmiştir (<https://www.turizmaktuel.com/haber/turizmin-istihdama-katkisi-suruyor-turkiye-deki-otellerde-kac-kisi-calisiyor>).

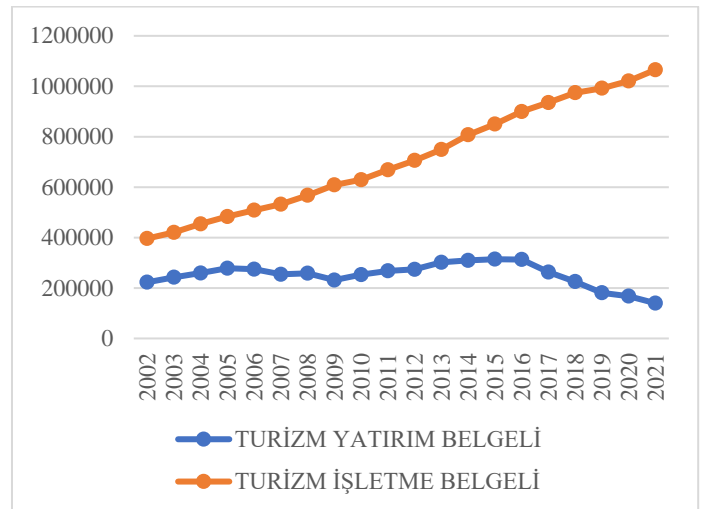
Turizm alanına yapılan yatırımlar genel itibariyle günümüze kadar artış eğilimi göstermiştir. Son 40 yıllık süreçte konaklama yatırımlarının toplam yatırım teşvikleri içerisinde 2003-2005 ile 2010-2014 yılları arasında hızlı artışlar sergilediği görülmektedir. Son dönemlerde ise bu hızlı artışın olmadığı, bununda konaklama tarafında birincil tesisleşmenin önemli ölçüde tamamlandığı, ziyaretçi sayısında ve gelirinde yaşanan düşüşler ve finansman koşullarının daralması görüşü vardır (TTYD, 2019:18). Bu süreçte turizm belgeli tesis sayıları da iki katına, yatak kapasitesi ise üç katına kadar yükselmiştir (Şekil 2). Yatak kapasitesinin tesis sayısından daha fazla artması kapasite bakımından büyük işletmelerin daha fazla kurulduğunu göstermektedir. Ayrıca 1990’lı yılların sonundan günümüze kadar Türk hava yollarının hem uçak sayısı hem de koltuk kapasitesi 4 katı kadar artmıştır (TTYD, 2019: 25).



**Kaynak:** Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Turizm İstatistikleri

**Şekil 2:** Turizm Belgeli Konaklama Tesislerinin Sayısı (2002-2021)

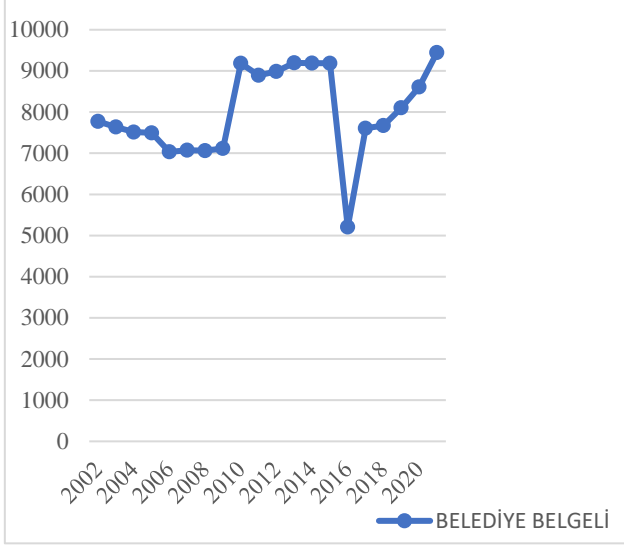
Şekil 2’de son yirmi yıldaki turizm belgeli konaklama tesislerinin sayısı gösterilmektedir. Bu süre içerisinde işletme belgeli tesislerin sayısı giderek artarken yatırım belgeli tesisler azalmıştır. İşletme belgeli tesisler son yirmi yılda yaklaşık olarak 2.5 katı kadar artmıştır.



**Kaynak:** Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Turizm İstatistikleri

**Şekil 3:** Turizm Belgeli Konaklama Tesislerinin Yatak Kapasitesi (2002-2021)

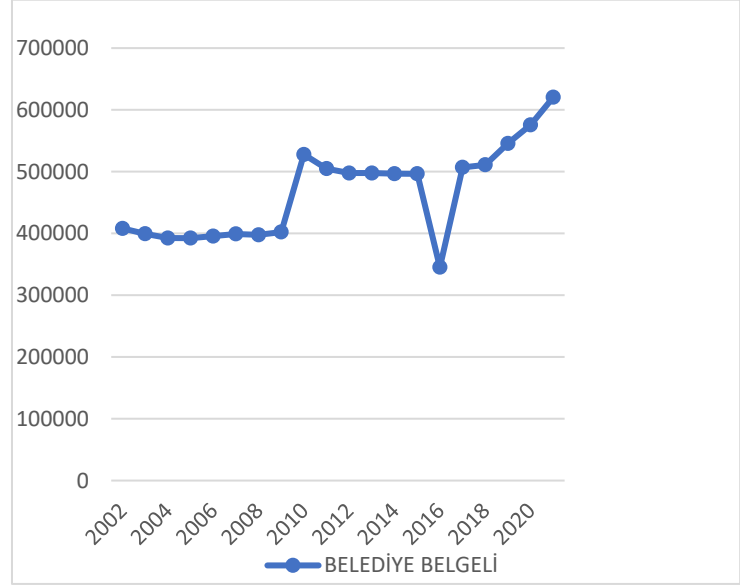
Şekil 3 konaklama tesislerindeki son yirmi yıldaki yatak kapasitelerini göstermektedir. İşletme belgeli tesislerin yatak kapasitesi yaklaşık olarak üç katına yükselmiştir. Yatırım belgeli tesisleri yatak kapasitesi ise azalmıştır.



**Kaynak:** Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Turizm İstatistikleri

**Şekil 4:** Belediye Belgeli Konaklama Tesislerinin Sayısı (2002-2021)

Şekil 4 belediye belgeli konaklama tesislerinin sayısı 2002 yılı itibariyle inişli çıkışlı bir seyir izlemiştir. 2016 yılında keskin bir düşüş yaşamış ardından yükselişe geçmiştir. Şekil 5 ise belediye belgeli tesislerdeki yatak kapasitesini göstermektedir. Yatak kapasitesi tesis sayıları ile paralel hareket etmiştir.



**Kaynak:** Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Turizm İstatistikleri

**Şekil 5:** Belediye Belgeli Konaklama Tesisleri Yatak Sayısı (2002-2021)

1999 yılı öncesinde yaşanan siyasi gerginlik arkasından yaşanan büyük deprem turizm gelirlerinin o dönem %34 oranında azalmasına neden olmuştur (Özdemir, 1999:6). Hem iç turizm hem de dış aktif turizmin azaldığı görülmektedir. Ardından yaşanan 2001 ekonomik krizi, 2008 küresel kriz, 2016 yılında darbe girişimi, Suriye'deki gelişmeler, Rusya ile uçak krizi, 2020 Pandemisi, 2022 Şubat depremi ve son olarak Ukrayna-Rusya savaşı turizm sektörünün olumsuz etkilendiği dönemlerdir. Pandeminin başlangıç yılı 2020 yılında Türkiye turizm geliri %65 oranında azalmıştır. Dünya turizm örgütünün bir çalışmasına göre 2019 yılında Rus ziyaretçi oranının en yüksek olduğu ülkeler sıralamasında Türkiye %14 ile 10. sırada yer almaktadır. Genel olarak değerlendirdiğinde ise bu savaşın turizm ekonomisine 14 milyar dolar zarar getirebileceğini ileri sürülmektedir (UNWTO, 2022: 4-6). Türkiye açısından değerlendirildiğinde ise Türkiye'ye gelen Rus ve Ukraynalı turistlerin oranı 2021'de %23 iken, 2022 de %11 olmuştur (EY, 2023:16).

**Tablo 5:** Türkiye Turist Sayısı, Turizm Geliri ve Gideri, Ortalama Harcama

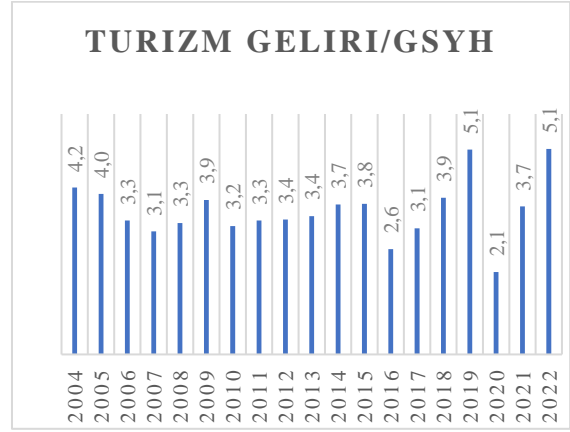
Yıllar	Gelen ziyaretçi sayısı	Turizm geliri (1000\$)	Ortalama harcama (\$)	Turizm gideri** (1000\$)
2004	20753734	17 076 607	843	2 954 459
2005	25045142	20 322 111	842	3 394 601
2006	23924023	18 593 951	803	3 270 948
2007	27239630	20 942 500	770	4 043 283
2008	31137774	25 415 067	820	4 266 197
2009	31759816	25 064 482	783	5 090 440
2010	32997308	24 930 997	755	5 874 520
2011	36769039	28 115 692	778	5 531 486
2012	37715225	29 689 249	814	4 593 389
2013	39860771	33 073 502	843	5 253 565
2014	41627246	35 137 949	848	5 470 481
2015	41114069	32 492 212	781	5 698 423
2016	30906680	22 839 468	728	5 049 793
2017	37969824	27 044 542	700	5 137 244
2018	46112592	30 545 924	669	4 896 310
2019	51747199	38 930 474	751	4 403 670
2020	15971201	14 817 273	936	1 104 545
2021	30038961	30 173 587	1 028	1 851 922
2022	51387513	46 477 871	905	4 276 533
2023*	45230069	41 999 592	942	5 100 527

\*Ocak-eylül dönem

\*\*Yurtiçi ikametli vatandaşların yurtdışında yapmış olduğu harcamalardır.

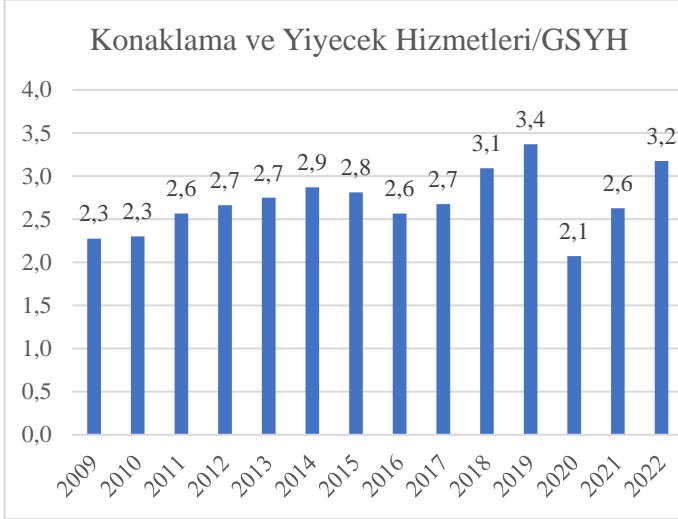
**Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri

2004-2023 dönemi Türkiye'ye gelen turist sayısı, turizm geliri-gideri ve ortalama harcama Tablo 5'te gösterilmektedir. Genel olarak artış eğiliminde olan turist sayısı 2006, 2015, 2016 ve 2020 yıllarında azalmıştır. 2019 yılında Türkiye'ye gelen toplam turist sayısı 51 milyonu aşmıştır. Rekor seviyelere ulaşan bu sayı Pandemi ile birlikte % 69 azalmış ve 15 milyon olmuştur. Pandemi nedeniyle önemli oranda turist sayısında gerileme yaşanmıştır. Aşınlanmayla birlikte yasakların kaldırılması ve sınırların açılması turizmi 2021'den itibaren tekrardan arttırmıştır. Sonrasında yaşanan Rusya- Ukrayna savaşı ve deprem felaketi de turist sayısını olumsuz yönde etkilemiştir. 2019 yılındaki turist sayısına ulaşılmasa da 2021 yılı itibariyle turizm sektörünün toparlanmaya başladığı görülmektedir. Bu şekilde ilerlerse 2023 sonunda Pandemi öncesi turist sayısına ulaşılabilirliği düşünülmektedir. Türkiye'ye turist gönderen ilk beş ülke sırası ile Rusya, Bulgaristan, Almanya, Ukrayna ve İngiltere'dir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020). 2021 yılında ise ilk beş ülke sıralamasında İngiltere'nin yerini İran almıştır (KPMG, 2022:23). 2023 yılının ilk çeyreğinde Türkiye'ye gelen turistlerin en fazla seyahat, eğlence, spor ve kültürel faaliyetler (%46.6) amaçlı geldikleri ve en çok yiyecek ve içecek kategorisinde harcama yaptıkları görülmüştür.

**Şekil 2:** Türkiye Turizm Gelirlerinin GSYH'ye Oranı**Kaynak:** TÜİK ve Turizm Bakanlığı verilerinden yazar tarafından hazırlanmıştır.

Pandeminin en fazla etkilediği sektörlerin başında turizm sektörü gelmektedir. Son dönemlerin turizm geliri incelendiğinde 2006, 2009, 2015, 2016 ve 2020 Türkiye'nin turizm gelirinin azaldığı yıllardır. Pandemi öncesi 2019 yılı ise Türkiye turizminin turizm geliri açısından rekor seviyeye ulaştığı yıldır. Bu yıl Türkiye turizm performansının en başarılı olduğu yıl olarak değerlendirilmektedir (Acuner ve Yerdelen Kaygın, 2021: 2404). 2019 yılında Türkiye'nin elde ettiği turizm geliri 38.9 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'de 2019 yılında turizmin gayrisafi milli hasılaya doğrudan katkısı 37,5 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir (EY, 2021: 3). Fakat turizm gelirleri Pandeminin etkisiyle birlikte 2020 yılında %65.1 oranında azalmış ve 14.8 milyar dolar olmuştur. 2022 ve 2023 (ilk 9 ay) yıllarında turist sayısı açısından 2019 yılı yakalanamamış olsa da turizm gelirleri açısından 2019 yılı geride bırakılmıştır. Diğer bir deyişle pandemi sonrası turistlerin turizm harcaması artmış ve turizm gelirleri de yükselmiştir (Tablo 5). Şekil 2 turizm gelirlerinin GSYH içindeki payını göstermektedir. Turist sayısı milli geliri etkilemiş ve turist sayısının azaldığı yıllarda turizm gelirleri de azalmıştır (Tütüncü, 2022: 372). 2020 yılında turizm gelirlerinin GSYH içindeki payı %2.1 seviyelerine kadar düşmüş, 2022 yılında tekrardan %5 seviyelerine yükselmiştir. Çelgin vd. (2021) tarafından Türkiye için yapılan bir çalışmada yüzde 10 düzeyindeki turizm şokunun GSYH büyümesi üzerinde birikimli etkisinin bir ve iki çeyrek sonra en düşük ve yüksek 0,5- 1,2 yüzde puan olduğunu belirtmektedirler. Girdi-çıkı tablolarıyla yapılan bir diğer analizde ise turist sayısında yüzde 10'luk artışın, GSYH'yi yaklaşık 0,7 yüzde puan artırdığı söylenmektedir.

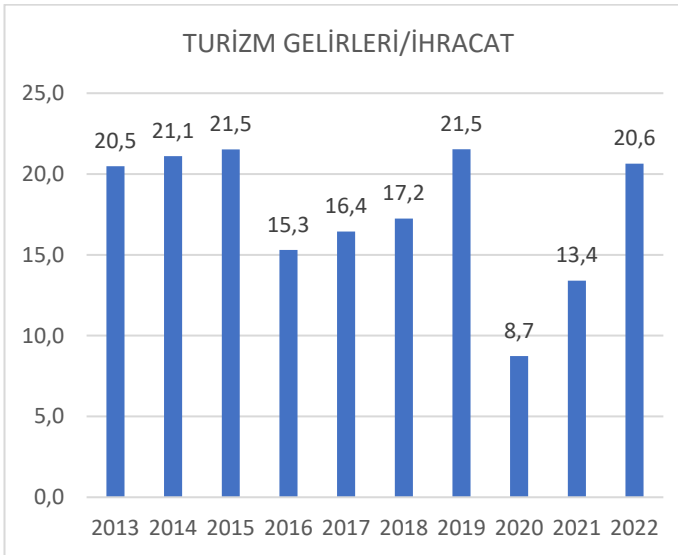




**Kaynak:** TÜİK verilerinden yazar tarafından hazırlanmıştır.

### Şekil 3: Konaklama ve Yiyecek Hizmetlerinin GSYH İçindeki Payı

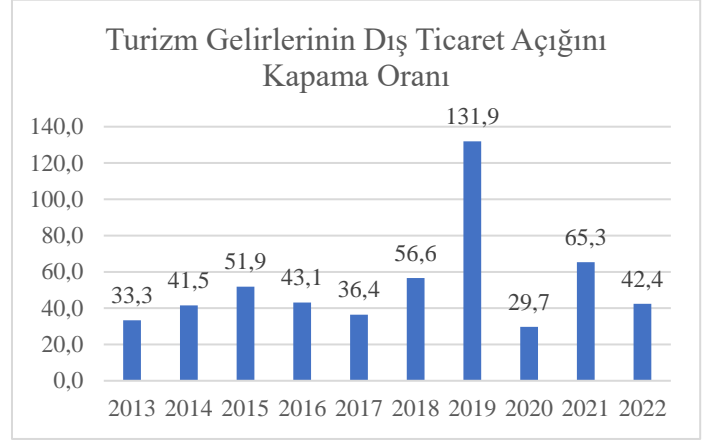
Türkiye konaklama ve yiyecek hizmetlerinin GSYH içindeki payı şekil 3'te gösterilmektedir. Bu sektör GSYH içinde %3-3.5 civarında bir paya sahiptir.



**Kaynak:** TÜİK verilerinden yazar tarafından hazırlanmıştır.

### Şekil 4: Turizm Gelirlerinin İhracata Oranı

Turizm sektörü döviz kazandırıcı etkisi nedeniyle görünmeyen ihracat olarak kabul görmektedir. Bunun nedeni turizm ürünün üretildiği yerde tüketilmesi gereğidir. Turizm arzından yararlanmak isteyen kişiler turist olarak bölgeye gelmekte ve ihracatı mümkün olmayan mal ve hizmetlerden turizm kanalı ile döviz girdisi elde edilmektedir. Şekil 4 turizm gelirlerinin ihracata oranını göstermektedir. Her yıl giderek artan bu oran 2016 ve 2020 yıllarında düşüş yaşamıştır. 2021 yılı itibarıyla toplam ihracat içerisinde turizm gelirlerinin payı yeniden artmıştır. 2019 yılında bu oran %21.5 iken 2022 yılında %20.6 olarak gerçekleşmiştir.



**Kaynak:** TÜİK ve Turizm Bakanlığı verilerinden yazar tarafından hazırlanmıştır.

### Şekil 5: Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açığını Kapama Oranı

Ödemeler bilançosunun mal dengesi kısmında dış ticaret açığı veren gelişmekte olan ülkeler bu açığı kapatmak için genellikle hizmetler dengesi içerisindeki turizm gelirlerinden yararlanmaktadırlar. Turizm gelirleri dış ticaret açığını kapatarak cari açığın azalmasını sağlamaktadır. Şekil 5'te turizm gelirlerinin dış ticaret açığını kapama oranı gösterilmiştir. Buna göre 2022 yılında bu oran %42.4 olarak görülmektedir.

## 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm sektörü Türkiye Cumhuriyeti'nde 100 yıldır gelişimini ve önemini artırarak bugünlere gelmiştir. 1950 sonrasında turizm alt yapısı gelişmeye başlamış lakin Türkiye turizminin atağa kalkması 1980'li yılları bulmuştur. Başlarda kitle turizm faaliyetleri desteklenerek yapılan turizm politikalarından son dönemlerde daha bütüncül, dört mevsime yayılabilen alternatif turizm faaliyetlerinin desteklendiği turizm politikalarına geçiş yaşanmaktadır. Bu yolla sadece kıyı turizmi değil birçok bölgenin de turizmden gelir kazanması düşünülmektedir.

Esnek talep yapısı ve gelirle doğru orantılı turizm faaliyetleri krizlerden, hastalıklardan ve doğal afetlerden en çok etkilenen sektörlerdendir. Bir asırdır Türkiye Cumhuriyeti'nin yaşadığı bu tarz olaylardan turizm olumsuz yönde etkilenmiştir. Fakat sonrasında hızlı bir şekilde toparlanma sürecine girdiği de görülmektedir. Yakın zamanda yaşanan Pandemi tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de turizm sektörünü olumsuz şekilde etkilemiştir. Ama turizm sektörü beklenildiğinden daha hızlı bir toparlanma yaşamıştır. Nitekim Rusya-Ukrayna çatışması ve Şubat Depremine rağmen 2022 yılı Türkiye turizm sektörü açısından hızlı toparlandığı yıl olmuştur. Son olarak İsrail- Filistin savaşının da turizm hareketini etkileyeceği söylenebilir. Tüm bunlara rağmen Türkiye'nin hem konjonktürel hem de ekonomik olarak fiyat avantajı yönünden yurtdışı turistlere cazip geldiği aşikârdır. Çünkü dünya genelinde en fazla turist çeken ülkeler sıralamasında ilk 10'da yer almaktadır. Buna karşın elde edilen turizm geliri açısından dünya genelinde ilk onun içerisinde girememektedir. 2022 yılında 2019 yılına göre daha az turist gelmiş olmasına rağmen ortalama harcamalar arttığı için elde edilen turizm geliri 2022'de daha fazla olmuştur. Turistlerin

ortalama harcamalarındaki artışın Pandemi sonrası değişen turizm anlayışı ve maliyetlerdeki artıştan kaynaklandığı söylenebilir. Bu durumu Türkiye açısından avantajla çevirmek sektörün lehine olacaktır. Buna karşın ülkedeki ekonomik ortamın harcama kalıpları üzerinde baskı oluşturarak iç turizm hareketini pasif dış turizm hareketine dönüştürme riski de bulunmaktadır. Zira son dönemlerde turizm giderleri de artmaktadır.

Türkiye Cumhuriyet'inin 100. yılında, 2023 hedeflerinde 50 milyon turist, 50 milyar dolar turizm geliri hedeflemektedir. Bu hedefi 2019 yılında 51 milyon turist ile sağlamış bulunmaktadır. Turist sayısı bakımından hedeflerini tutturmuş olsa da turizm geliri açısından 50 milyar dolar hedefini henüz yakalayamamıştır. Turizm gelirlerini artırabilmek için dünyada en çok turizm harcaması yapan ülkelere Türkiye'ye turist çekebilmenin yolları aranmalıdır. Örneğin dünyada en çok turizm harcaması yapan Almanya, İngiltere ve Rusya dışında Türkiye'ye gelen turist sayısı son derece düşüktür. ABD, Çin, İtalya, Fransa, Japonya, Güney Kore ve Kanada gibi yüksek düzeyde turizm harcamasına sahip ülkelere Türkiye'ye yönelik turizm talebinin artırılmasına önem verilmelidir.

Turizm sektörü ülkeye döviz girişini sağlayarak gelir kazandırması, istihdam olanakları sunması, cari açığı azaltıcı etkide bulunması ekonomik büyümeye katkı sağlaması açısından ülke ekonomilerinde önemli bir yere sahiptir. Ayrıca yarattığı çarpan etkisiyle 54 alt sektörü de etkilemekte ve gelirin tabana yayılmasına yardımcı olmaktadır. Bu nedenle sanayisinin gelişmediği ama turizm arzı potansiyeline sahip şehir ve bölgeler için turizm hayati önem taşımaktadır. Turizmin bu yönleriyle birlikte milli gelir içindeki payı da giderek artmıştır. Turizm gelirlerinin GSYH'ye oranı 2022 yılında %5.1, kazandırdığı dövizler ile dış ticareti kapama oranı ise %42.4'tür.

Turizmin milli gelir içindeki payı da dikkate alındığında turizmin Türkiye'de öncü ve öncelikli sektörlerin içinde yer alması gerekmektedir. 2023 turizm strateji ile başlatılan alternatif turizmin çeşitlendirilmesi turizmin dört mevsime yayılma çalışmaları Pandemi sonrası bireysel ve doğa ile iç içe turizm yapma isteği ile de paralellik göstermektedir. Bu konjonktürel durumdan da yararlanarak;

- Turizm politikalarının daha fazla gelir kazandıracığı ve ekonomik büyümeyi destekleyeceği bölgesel eşitsizlikleri azaltacağı alanlara doğru yönelmesi,
- Son dönemlerde ülkedeki fiyat istikrarsızlıklarının sektöre yansımalarını en aza indirip, iç turizmin canlı tutulması,
- En çok turizm harcaması yapan ülkelere yönelik tanıtım faaliyetlerinin artırılması,
- Sektöre verilen destek ve teşviklerin sürdürülmesi ülke yararına olacaktır.

## KAYNAKÇA

- Acuner, E. ve Yerdelen Kaygın, C. (2021). Türkiye turizm verilerinin CRITIC ve MABAC yöntemleriyle testi: 2005- 2019, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4): 2403.
- Anderson, C. (2009). The longer tail: How endless choice is Creating Unlimited Demand. New York: Hyperion.
- Bingöl, S. (2023). 1923-2023: Türkiye'de yabancı turist tipolojisinin dönüşümü. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 34(3), 29 – 38.
- Çelgin, A., Gökçü, M., Gül, S. ve Kazdal, A. (2021). Turizmin büyüme ve istihdam üzerindeki etkileri, *Ekonomi Notları*, Sayı: 02 ,TCMB.
- Dağlı E. ve Kalıpçı, M. B. (2023). Cumhuriyet'in kuruluş dönemi Türkiye'sinde turizm faaliyetleri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 34(3), 109 – 122.
- Durgun, A. (2006). Bölgesel kalkınmada turizmin rolü, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Durgun Kaygısız, A. (2021). Covid-19 sonrası Türk turizm sektöründe oluşabilecek fırsatlar ve riskler. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12 (23), 79 - 95
- Durgun, A. ve Gövdere B. (2011), 2008 küresel krizinin Antalya konaklama işletmelerine etkileri üzerine bir analiz. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 30(1), 139-159
- Evcin, E. (2023). Cumhuriyet tarihinde özgün bir iktisadi girişim: Türkiye turizm bankası anonim şirketi (1955-1960) *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 34(3), 139 – 162
- EY. (2021). *Pandemi Dönemi Turizm*, Building a Better Working World. Ernst & Young Global Limited.
- EY. (2023), *Tourism Update 2023 Türkiye and İstanbul*. Ernst & Young Global Limited.
- Harmoni, (2020). *2020 Turizm Sektörü Raporu*, Harmoni Gayrimenkul ve Danışmanlık.
- Kozak, N. (2023). Türk turizmde iz bırakanlar (1923 – 2023). *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 34 (3), 550 - 613
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023*, Ankara.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2023). 12.11.2023 tarihinde <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-43034/tarihce.html> adresinden alındı.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2020). *Turizm İstatistikleri Genel Değerlendirme 2020*. Ankara.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, (2023). Sınır İstatistikleri Ekim Aylık

Bülteni, 15.11.2023 tarihinde <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> sitesinden alındı.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023 12.11.2023 tarihinde <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-43034/tarihce.html> sitesinden alınmıştır.

KPMG, (2022) KPMG perspektifinden turizm sektörüne bakış, Carbon Neutral Company.

Özdemir M. ve Kozak, N. (2000). Türkiye turizm yayıncılığı tarihinden bir süreli yayım: T.C. Turizm Bankası A.Ş. bülteni (1 983-1 988). *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Prof. Dr. Hasan Olalı Özel Sayısı 1(1)*, 1 29 - 141.

Özdemir, M. (1999) Turizmimizde 1999 yılı kabusu. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10 , 5-7

Özdemir, M. (2003) Turizm bakanlığı yakında tekrar müstakil duruma gelecektir. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 90-92.

T.C. Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2019). *11. Kalkınma planı (2019-2023)*, Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Ankara.

TCMB. (2016). *Enflasyon Raporu 2016-III*, Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası.

Tütüncü, A. (2022). Türkiye’de Turizm Faaliyetlerini Belirleyen Makroekonomik Değişkenlerin Karşılaştırmalı Analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 369-388.

Türkmen, İ. (2023). Türkiye’de kalkınma planlarının turizm politikaları bağlamında değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 34(3), 368 – 378.

TTYD. (2019). *Turizmde Dönüşüm Senaryoları Raporu*, Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği, Ankara.

TÜİK. (2023). İstatistikler, 15.11.2023 tarihinde <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Ulusal-Hesaplar-113> adresinden alındı.

TÜİK. (2023). Turizm İstatistikleri, <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Egitim,-Kultur,-Spor-ve-Turizm-105>.

TÜRSAB. (2020a). Türkiye ve Dünya Turizmi Değerlendirmesi, İstanbul: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği.

TÜRSAB. (2020b). Dünya turizm istatistikleri, 15.11.2023 tarihinde <https://www.tursab.org.tr/dunya-turizm-istatistikleri> adresinden alındı.

UNWTO. (2021). The Economic Contribution Of Tourism And The Impact Of Covid-19, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423200>.

UNWTO. (2022). Impact of the Russian offensive in Ukraine on international tourism. UNWTO Tourism Market Intelligence and Competitiveness Department Issue 4 ([https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-05/16-05-22-impact-russia-ukraine.pdf?q7kCpUZsLi4Su\\_Zlo1d2b08bH0\\_L0Pln=](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-05/16-05-22-impact-russia-ukraine.pdf?q7kCpUZsLi4Su_Zlo1d2b08bH0_L0Pln=))

UNWTO. (2023). İstatistikler. 15.11.2023 tarihinde <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data> adresinden alındı.

WTTC, 2023, Economic Impact Research, 15.11.2023 tarihinde <https://wtcc.org/research/economic-impact> adresinden alındı.

<https://www.turizmaktuel.com/haber/turizmin-istihdama-katkisi-suruyor-turkiye-deki-otellerde-kac-kisi-calisiyor>

## “KÜRESEL MARKA” ve “ULUSLARARASI REKABET” AVANTAJI DENİZLİ TEKSTİL SEKTÖRÜ ARAŞTIRMASI

Murat Alkın<sup>1\*</sup>, Nurdan Kuşat<sup>2</sup>

**Özet:** Küreselleşme ve uluslararası ticaret, günümüz ekonomik faaliyetlerinin iki önemli unsurudur. Fakat firmaların ve ülkelerin küresel pazarların değişken rekabet ortamına uyum sağlayarak rekabet avantajı yakalamaları oldukça zordur. Uluslararası ticaret literatüründe firmaların rekabet avantajı yakalamalarını sağlayacak pek çok yöntemden bahsedilmektedir. ‘Küresel Marka’ sahipliği bu yöntemlerin en yenilerinden birisi olarak dikkat çekmekte ve yerli/yabancı araştırmalara konu olmaktadır. Bu çalışmalarda; yaratılan küresel marka ile işletmelerin sadece ürün ve hizmetlerinin tanıtılmadığı; aynı zamanda firma adına değer yaratma ve tüketici sadakati oluşturma süreçlerinin de bu oluşumdan önemli ölçüde etkilendiği gözlenmektedir. Ayrıca yerel işletmelerin küresel pazarlardaki rekabet avantajlarının ‘Küresel Marka’ sayesinde arttığı da anlaşılmaktadır. ‘Küresel Marka’ ve uluslararası rekabet avantajı arasındaki etkileşimin incelendiği çalışmanın örnekleme; Denizli ilinde TURQUALITY desteği alan tekstil firmaları olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda üç tekstil firması olduğu tespit edilmiş ve bu firmaların ikisinin dış ticaret departman üst düzey yetkililerine ulaşılarak; hazırlanan anket formu yüz yüze görüşmelerle doldurulmuştur. Elde edilen veriler, nitel olarak değerlendirmeye alınmış, tema ve betimsel analiz ile elde edilen bulgular sınıflandırılırken; içerik analizi ile bu bulgular yorumlanmıştır. Bu bulgulara göre firmaların TURQUALITY desteği alsalar da kendi markalarını ‘Küresel Marka’ olarak görmedikleri ve gelecek 10 yıl içerisinde de bu gerçeğin değişeceğine inanmadıkları sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Küresel Marka, Rekabet Avantajı, Turquality, Tekstil Sektörü, Denizli Tekstil Sektörü

## “GLOBAL BRAND” and “INTERNATIONAL COMPETITIVE” ADVANTAGE DENİZLİ TEXTILE INDUSTRY RESEARCH

**Abstarct:** Globalisation and international trade are two important elements of today's economic activities. However, it is very difficult for firms and countries to gain competitive advantage by adapting to the changing competitive environment of global markets. In the international trade literature, there are many methods discussed that can help companies achieve a competitive advantage. 'Global Brand' ownership stands out as one of the newest methods and has become the subject of domestic and foreign research. In these studies, it is observed that not only the products and services of the enterprises are promoted with the global brand created, but also the processes of creating value for the company and creating consumer loyalty are significantly affected by this formation. Furthermore, it is understood that the competitive advantage of local businesses in global markets is increased through the 'Global Brand'. The sample of the study, in which the interaction between 'Global Brand' and international competitive advantage is analysed, has been determined as textile companies receiving TURQUALITY support in Denizli province. In this context, it was determined that there are three textile companies and the foreign trade department senior officials of two of these companies were reached and the prepared questionnaire form was filled in face-to-face interviews. The data obtained were evaluated qualitatively and the findings obtained through theme and descriptive analysis were classified and interpreted through content analysis. According to these findings, it is concluded that the companies do not see their own brands as 'Global Brand' even though they receive TURQUALITY support and they do not believe that this fact will change in the next 10 years.

**Keywords:** Global Brand, Competitive Advantage, Turquality, Textile Sector, Denizli Textile Sector.

<sup>1</sup> **Adres:** Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta Türkiye

<sup>2</sup> **Adres:** Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksekokulu, Isparta, Türkiye

\* **Sorumlu Yazar:** murat.alkin90@gmail.com

**Atıf:** Alkın, M., Kuşat, N. (2023). Küresel Marka ve Uluslararası Rekabet Avantajı Denizli Tekstil Sektörü Araştırması. Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(2): 134-143.

## 1. GİRİŞ

Dünya ekonomik düzeninde radikal değişim ve dönüşüme sebep olan küreselleşme; en büyük etkiyi uluslararası ticaret faaliyetleri üzerinde ortaya çıkarmıştır. Ülkelerin ve firmaların küresel pazarlardaki rekabet koşulları da bu çerçevede değişerek; klasik dış ticaret anlayışında farklılaşmaya sebep olmuştur. Bu nedenle firmaların uluslararası pazarlarda güçlü bir avantaj yakalayabilmelerinde; küresel marka oluşturmanın ve doğru rekabet stratejileri belirlemenin hayati bir rol oynayacağı düşünülmektedir.

Uluslararası ticarete küresel marka oluşumu ile işletmelerin sadece ürünlerinin veya hizmetlerinin tanıtımına hizmet edilmez. Aynı zamanda işletmeler için değer yaratma ve tüketici sadakati oluşturma konusunda da bir destek sağlanmış olur. 'Marka' işletmelerin rekabet avantajı elde etmelerine, ürünlerini farklılaştırmalarına ve pazarda öne çıkmalarına olanak tanırken; 'Küresel Marka' belirli bir kültürün eseri olarak ortaya çıkmaktadır. Bu geleneksel markaların oluşmasında ve kabulünde de firmaların yönetim felsefeleri kadar tüm firma çalışanlarının firmalarına ve firmalarının ortaya koyduğu markalarına duydukları inanç önem taşır. Özellikle de firma üst düzey yöneticilerinin marka ve küresel marka olgusuna nasıl yaklaştıkları bu anlamda oldukça önemlidir.

Bu çalışmada, 'Küresel Marka' olgusunun uluslararası ticaret ve dolayısıyla uluslararası rekabet avantajı üzerindeki etkisi araştırılmak istenmektedir. Çalışma kapsamında Denizli ili ve bu ile ait 'Tekstil Sektörü' örneklem olarak seçilmiştir. Denizli ili Türkiye ekonomisi içinde yüksek katma değer yaratan önemli bir tekstil merkezi olarak dikkat çekmektedir. Denizli ili tekstil sektörü; ev tekstili, havlu, bornoz, yatak örtüleri ve perde gibi çeşitli ürün kategorilerinde faaliyet göstermekte olup uzun yıllardır kaliteli üretim ve rekabetçi fiyatlarla gerek ulusal gerek uluslararası pazarlarda belirli bir statüyü yakalamış durumdadır. Denizli'nin tekstil sektöründeki güçlü altyapısı, teknolojik bilgi birikimi, uzmanlaşmış işgücü ile uluslararası pazarlarda üst düzey marka değeri yaratma potansiyeline sahip olduğu bilinmektedir. Bu kapsamda çalışmanın amacı, Denizli tekstil sektöründeki işletmelerin küresel marka oluşturma süreçlerini incelemek ve sektörün küresel marka oluşturma potansiyelini ortaya koymak olarak belirlenmiştir.

Denizli tekstil sektöründe yüksek dış ticaret kapasitesi ve yerli - yabancı pazar büyüklüğü ile dikkat çeken ve il

kapsamında TURQUALITY desteği alan dört firmanın olduğu ve bu firmalardan üç tanesinin tekstil sektöründe faaliyet gösterdiği tespit edilmiştir. Nitel analiz yöntemleri kullanılacağı için bu üç tekstil firmasına ulaşılmasının yeterli olacağı düşünülmüş, fakat bu firmalardan bir tanesi (genel merkezi başka bir ilde olduğu için) ile bağlantı sağlanamamıştır. Bu nedenle çalışmanın örneklemini iki firma oluşturmaktadır.

Çalışmada çoktan seçmeli ve açık uçlu sorulardan oluşan bir anket formu kullanılmış ve bu anket formunda yer alan sorular örneklem firmalarının dış ticaret departman üst düzey yetkililerine uygulanmıştır. Yüzyüze görüşmeler neticesinde elde edilen veriler, örneklemin aynı zamanda tamamına ulaşıldığı için, nitel olarak değerlendirmeye alınmış, tema ve betimsel analiz yöntemi ile elde edilen bulgular sınıflandırılırken; içerik analizi ile bu bulgular yorumlanmıştır.

## 2.MARKA, KÜRESEL MARKA VE REKABET

Pazarlama literatürünün temel unsurlarından biri olan marka, çeşitli tanımların ve açıklamaların geliştirildiği çok geniş bir kavramdır. Şanal (2006) yazı veya görsel formda oluşturulan her türlü sembol veya işareti marka olarak tanımlamaktadır. Çiftçi ve Cop (2007: 70) markanın tüketicinin firmaya karşı ilgi duymasında ve müşteri memnuniyetini sağlamada öncü bir rol oynadığından bahsetmektedir. Bir marka planlama uzmanı olan Paul Feldwick'e göre ise, marka; tüketicinin zihninde şekillenen algıların toplamıdır (Hollis, 2011). Aslında marka tanımında anahtar kelime "kendine özgülük" tür (Knapp, 2000). Bu kendine özgülük; tüketicinin markanın benzersiz olduğuna inanmasını sağlayan en önemli özelliktir. Marka yalnızca bir ad, logo, işaret veya sembol olmanın ötesinde, tüketicilerin zihinlerinde taşıdığı anlamların bir bütünüdür. Ayrıca marka, tüketici perspektifinde tutarlılık ve kalitenin işareti olup; şirketlerin büyümesine de katkı sağlar (Kluyver ve Pearce, 2015).

Her geçen gün toplum, politika, ekonomi ve kültür alanlarında giderek artan bir değişim yaşanmaktadır. İşletmeler, bu değişimleri izlemekte, karşılına çıkan fırsatları ve tehditleri sürekli olarak değerlendirmektedir (Kandemir, 2016). Günümüz dünyasında markaların pazarlama süreci içerisindeki yeri ve rolünün de artarak güçlendiği gözlenmektedir. Çünkü küresel rekabet ortamında marka bir varlık haline gelmiş (Lamp vd., 1994; Doyle, 2008) ve bu dönüşüm çerçevesinde tüm işletme ve ülkeler için artan bir önemi yansıtmaya başlamıştır

(Bivainiene, 2011). Tüketicilerin zihninde olumlu çağrışımlar yaratan markaların, ürün ve hizmetlere değer katarak satışlar üzerinde olumlu katkı sağlaması mümkündür. Güney (2019) markalaşma sayesinde firmaların, tüketiciler üzerindeki farkındalığı artırarak; kâr paylarını ve sürdürülebilirliklerini de artırdıklarından bahseder. Ar (2004) da bu görüşü destekleyen bir bakış açısı sunarak; işletmeler için markanın çok değerli bir varlık olduğunu ifade etmekte ve marka sayesinde ürün ve hizmetlere 'özgün imajlar' katılarak rakiplerin taklit olasılıklarının azaltılabileceğini vurgulamaktadır.

Markanın yaratacağı faydalar gerçekten çok fazladır. Literatür taramalarında alanında uzman pek çok akademisyenin bu konuda bir fikir beyanında bulunduğu dikkat çekmektedir. Marka, işletmeye somut faydalar sağlayarak yasal koruma, ürünü rakiplerinden ayırma ve tanıtmaya gibi bir takım avantajlar sunmaktadır. Ayrıca, markanın ürüne kimlik kazandırarak rakiplerine göre üstünlük sağlama, işletmenin rekabet gücünü artırma ve fiyat rekabetini engelleme gibi faydaları da bulunmaktadır. Bu sebeple, doğru bir şekilde konumlandırılan ve isim, logo, slogan gibi unsurlarla pazarlama stratejisine uygun olarak şekillendirilen bir marka, tüketicilerin algılamasını kolaylaştırır ve marka ile firma imajını oluşturarak pazarlama faaliyetlerinin etkinliğini artırır (Tek ve Özgül, 2005). Marka, ürün sadakati oluşturarak mevcut tüketicilerin kaybedilme riskini azaltma ve siparişlerde düzen ve süreklilik sağlama potansiyeline sahiptir. Yeni pazarlara girişlerde önceki müşteri deneyimleri sayesinde firmaya marka tutundurma aşamasında kolaylık sağlar. Ayrıca marka firmaya itibar sağlayarak bir değer katar. Bunların dışında çok önemli bir hususta firmanın ürününün veya hizmetinin yasal yoldan korunmasını sağlamasıdır (Haliloğlu, 2008; Cop ve Bekmezci, 2005). Marka sadece bu markaya sahip olan firmaya fayda sağlamaz. Yaratılan fayda çoğaltan etkisiyle tüm ülke ekonomisi üzerinde etkileşim yaratarak, ülkenin küresel pazarlarda rekabet gücünü artırıcı etkiler yaratır. Bir markanın küresel bir marka gücüne kavuşup uluslararası düzeye gelmesi ile ülkenin uluslararası rekabet gücüne olumlu fayda sağlayacağını bulgulamış bazı çalışmalara da rastlanmaktadır (Ries vd., 2001; İslamoğlu & Fırat, 2011).

20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren marka ve küresel marka oluşumlarının firma ve ülke ekonomileri üzerinde yarattığı pozitif değer daha çok dikkat çekmeye başlamıştır. Adı geçen yıllar küreselleşmenin altın yılları olup, tüm dünya ekonomilerinin bu rüzgara kapıldığı yıllardır. Van Raaij (1997) ileri düzey küreselleşme olarak adlandırılacak bu dönemde, küresel pazarların genişlemesiyle marka çeşitliliğinde artışın yaşanmaya başladığını belirtmektedir. Ayrıca bu dönemin artan rekabet şartları nedeniyle; ürün çeşitliliği ve reklamların da arttığı dönem olduğu söylenebilir. Rekabet sürecinde artan ivme ise işletmelerin pazarlama süreçlerini gözden geçirmelerine sebep olarak; geleneksel pazarlama tekniklerinin yeniden ele alınmasını zorunlu kılmıştır. Bununla birlikte Yalçın ve Üner (2019)' a göre globalleşme, dünyayı tek bir entegre bütün haline getirerek, bir ülkede lanse edilen bir ürünün aynı anda tüm dünyada erişilebilir hale gelmesini sağlamakta, işletmeleri şiddetli bir rekabet mücadelesine sokmaktadır.

Griffin ve Kotler (1994) ve Kotler vd. (2015)' ne göre pazarlama; işletmelerin müşteri odaklı stratejiler belirlemesine, pazar ihtiyaçlarını anlamasına ve müşteri memnuniyetini sağlayıp müşteri ile ilişkileri yönetme sürecine yardımcı olurken; Onal (1993)'a göre mal ve hizmetlere değer katmak suretiyle yeni iş fırsatları oluşturmada ve toplumun refah seviyesinin artmasına katkıda bulunmaktadır. Farklılaştırılmış ürünlerin dış ticarete rekabet avantajı elde etme şanslarının yüksekliği düşünüldüğünde küresel markaların ürün farklılaştırma kabiliyetlerinin yüksekliği hemen akla gelmektedir. Nihayetinde küresel marka, bir satıcının ürünlerinin dünya çapında tanınmasını ve rakiplerinden farklılaşmasını sağlayan isim, söylem, ifade şekli, sembol, işaret, tasarım veya bunların bir araya gelip birleşimiyle oluşan bir olgudur (Ghuri & Cateora, 2014). Hatta Kelz ve Bloch (1993) biraz daha ileri giderek küresel markalaşmayı; bir uluslararası satıcının ürün ve hizmetlerini mevcut bir ürün segmentinden farklılaştırabilen bir yöntem, strateji ve felsefe olarak tanımlamaktadır.

### 3.DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE TEKSTİL SEKTÖRÜ

Tekstil sektörü, özellikle gelişmekte olan ülkeler için; ekonomik kalkınma sürecinde maksimum fayda sağlama kabiliyetine sahip lokomotif sektör olarak dikkat çekmektedir. Çünkü sektör tarıma dayalı hammadde yapısı, geçmişten gelen geleneksel üretim teknikleri ile modern teknolojinin harmanlanarak kullanılabileceği bir üretim yapısı ortaya koymakta ve ülke ekonomisi için yarattığı katma değer, istihdam ve ihracat-döviz imkanlarıyla ülkenin refah seviyesine önemli katkı sağlamaktadır. Bashimov (2017) da benzer şekilde tekstil sektörünü; birçok gelişmekte olan ülkede ekonomik büyümeyi destekleyen bir itici sektör olarak tanımlamaktadır.

Dünya ticaretine baktığımızda, tekstil sektöründe ihracatta öne çıkan ülkeler arasında Çin, Hindistan, ABD, Türkiye ve Almanya yer almaktadır. 2021 verilerine göre Çin, tekstil ihracatında %35'lük payıyla başı çekerken, Hindistan %6,9, ABD %5,3, Türkiye %4,2 ve Almanya %4,1 paya sahiptir (Ticaret Bakanlığı, 2023). 2021 yılı verilerine göre Dünya tekstil ithalatına baktığımızda, ABD, Vietnam, Çin, Almanya ve Bangladeş gibi ülkeler öne çıkmaktadır. ABD, tekstil ithalatında %11,4'lük payıyla en fazla ithalatı gerçekleştiren ülke konumundadır. Vietnam %7 payla ikinci sırada yer alırken, Çin %6,4, Almanya %4,8 ve Bangladeş %4,4 paya sahiptir. Türkiye ise dünya tekstil ithalatçıları arasında 7. sırada yer almaktadır (Ticaret Bakanlığı, 2023).

Dünya genelinde önde gelen tekstil ithalatçısı ve ihracatçısı ülkeler incelendiğinde, gelişmiş ülkelerin kalkınma süreçlerini tamamladıktan sonra da sektörden ayrılmadıkları açıkça görülmektedir. Aslında, en büyük tekstil ithalatçısı ülkeler aynı zamanda önemli tekstil ihracatçıları olarak da faaliyet göstermektedir. Sektörün terk edildiği şeklindeki yanlış bir algı, gelişmiş ülkelerin ihracatlarının başka alanlarda artmasıyla birlikte tekstil sektörünün toplam ihracat içindeki payının azalmasından ve özellikle yoğun işgücü gerektiren üretimin gelişmekte olan ya da gelişmemiş ülkelere fason üretim şeklinde devredilmesinden kaynaklanan bir yanılsama olarak değerlendirilmektedir. Küresel rekabetin yoğun olduğu bu sektörde, teknolojik gelişmeleri takip etmek, yenilikçi ürünler sunmak ve pazarlama stratejilerini doğru şekilde uygulamak, başarılı

olmak için önemli faktörler olarak değerlendirilebilir.

Türkiye için tekstil sektörü, en önemli ve en büyük endüstriyel sektörlerinden biridir. Tekstil sektörü, Türkiye ekonomisine önemli katkılar sağlamakta olup, dünya tekstil ve hazır giyim sektöründe üstün rekabet avantajına sahiptir. Hatta Yücel (2010) tekstil sektörünü Türkiye ekonomisindeki ağırlığı nedeniyle “Türkiye’nin Petrolü” olarak tanımlamakta ve sektöre üst düzey bir pozisyonu bahsetmekte herhangi bir sakınca görmemektedir. Bu nedenle, tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabetçiliğinin artırılması ve sürdürülmesi Türkiye için hayati bir öneme sahiptir.

Türkiye tekstil ve hazır giyim sektörünün üstünlüğünün ilişkili olduğu birkaç faktörden bahsetmek mümkündür. Bu çerçevede yüksek üretim kapasitesi, sektördeki deneyim ve

bilgi birikimi, hammadde kaynaklarının bolluğu, teslimat sürelerinin kısalığı, kaliteli üretim, uygun maliyet, esnek üretim ve geniş ürün çeşitliliği gibi faktörler, Türkiye’yi rekabetçi kılan unsurlar olarak sıralanabilir. Hem iç piyasada hem de uluslararası pazarda büyük bir paya sahip olan sektör, özellikle istihdam yaratma ve ihracat gelirlerinin artırılması açısından kritik bir role sahiptir. Aynı zamanda da bu sektör, yerli ve yabancı yatırımcıların yoğun ilgisine maruz kalmakta ve bu ilginin sürekliliği zaman içerisinde artmaya devam etmektedir (Çoban ve Kök, 2005; Bostan vd., 2010).

Türk tekstil sektörünü daha iyi anlayabilmek ve yorumlayabilmek için; sektöre yönelik gerçekleştirilmiş olan çalışmalardan esinlenerek hazırlanmış olan sektöre ait SWOT (GZFT) analizi Tablo 1’de paylaşılmıştır.

**Tablo 1. Türkiye Tekstil Sektörü Swot Analizi**

<b>Güçlü Yönleri</b>	<b>Zayıf Yönleri</b>
- Üretim Hızı	- Güçsüz Sermaye Yapısı
- Esneklik	- Markalaşamamak
- İşgücü Potansiyeli	- Finansman Sıkıntısı
- Tecrübe	- Enerji Maliyetleri
- Doğal Kaynaklar	- Kayıt Dışı Yaygınlığı
- Hammadde Üretimi	- İş Gücü Maliyetleri
- Coğrafi Konum	- Vergi ve SGK Primleri
- Genç Nüfus	- Teşvik Yetersizliği
- Görece Fazla Ürün Çeşitliliği	- Pazarlama Sorunları
	- Yaşanan Ekonomik Belirsizlik
	- Yüksek Enflasyon Rakamları
	- Döviz Kurundaki Dalgalanmalar
	- AR-GE Yatırım Eksikliği
<b>Fırsatlar</b>	<b>Tehditler</b>
- Pazara Yakınlık	- Uluslararası Rekabetin Artması
- Yerli Pamuk Üretimi	- Kotaların Dünya Geneli Kalkması
- Çin’e Karşı Uygulanan Yaptırımlar	- Çin’in Oluşturduğu Haksız Rekabet
- Ticaret Yolları Üzerinde Olması	- Asya Ülkelerinin Maliyet Avantajı
- AB’nin Artan Yaşlı Nüfus Yapısı	- Bürokratik Engeller
	- AB Mevzuatı Çevre Yaptırımları

*Kaynak: Ener ve Yelkikalan, 2004; Çöp, 2016; Ulaş vd., 2005; Erkan, 2013’den esinlenilerek hazırlanmıştır.*

Tablo 1, Türk tekstil sektörünü her yönüyle incelemekte, sektörün tüm artı ve eksilerini gözler önüne sermektedir. Yapılan çalışma açısından dikkat çeken kısım ise, sektörün zayıf yönleri arasına yerleştirilmiş olan markalaşamamak kavramıdır. Bu sonuç çalışmada incelemeye çalıştığımız konuyla birebir ilişki içerisinde.

#### 4.UYGULAMA

Çalışmanın analiz kısmının iki ana başlık altında sunulması uygun görülmüştür. İlk kısımda Türkiye tekstil sektöründe önemli yeri ve önemi olan Denizli ilinin sektörel görünümü ekonomik ağırlıklı olarak kısaca değerlendirilmekte; ikinci kısımda ise yapılan çalışmaya ait amaç, kapsam, yöntem ve bulgular paylaşılmaktadır.

#### 4.1.Denizli Tekstil Sektörü

Tekstil ve ticaret, Denizli ve çevresinin antik dönemlerden itibaren zenginlik kaynağı olmuştur. Bölge uzun yıllar boyunca tekstil ve ticaretin ana kaynağı olarak zenginlik ve başarı elde etmiştir. Bu köklü geçmiş, Denizli’nin tekstil sektöründe uluslararası başarıya ulaşmasındaki en büyük etkidir. Tarihsel dönemlerde, Laodikya olarak bilinen Denizli bölgesinde üretilen ve ün kazanan el dokuması ürünlerin, Ege kıyısındaki liman kentlerinden Yunanistan ve İtalya’ya ihraç edildiği bilinmektedir (DENİB, 2023).

Denizli Tekstil sektörünün günümüzdeki konumu da ekonomik açıdan yadsınmayacak bir büyüklüğe sahiptir. Tablo 2 Denizli ili tekstil sektörüne ait 2022 yılı ihracat değerlerini ve bir önceki yıla göre ihracatta yaşanan değişimi göstermektedir.

**Tablo 2. Denizli İli Tekstil Sektörü İhracat Performansı (1000 \$) (31.12.2022)**

SEKTÖR	1 Ocak – 31 Aralık		
	2021	2022	Değişim %
Hazır Giyim ve Konfeksiyon	1.396.650,28	1.329.272,88	-%4,8
Tekstil ve Hammaddeleri	369.414,63	359.569,50	-%2,7

*Kaynak: Türkiye İhracatçılar Meclisi (2023). Erişim:12.06.2023, <https://tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari>*

Tablo 2’den de anlaşılacağı üzere Denizli, tekstil sektöründeki ihracatıyla ilin öncü sektörü konumuna sahip bir tekstil merkezidir. Bölgedeki diğer gelişmiş illere kıyasla (İzmir gibi) daha az gelişmiş olmasına rağmen, tekstil sektöründe ürün bazında uzmanlaşmış ve uluslararası pazarlarda başarılı bir şekilde yer almıştır. Denizli ili ülke ekonomisine bu sektörde çok önemli katkılar sunmaktadır. Bununla birlikte, işgücü verimliliği, teknoloji kullanımı ve ürün geliştirme ile Ar-Ge çalışmalarını geliştirmesi halinde daha iyi ihracat rakamlarına ulaşabileceği öngörülmektedir (TİM, 2023).

Koçoğlu ve Sarıtaş (2016) çalışmalarında, Denizli’de tekstil sektöründe faaliyet gösteren firmaların küresel marka yaratma konusunda gerekli çalışmaları yapmadıklarını, küresel pazarda rekabet edebilmeleri için tutundurma ve marka stratejilerine önem verilmesi gerektiğini ve ayrıca fason üretim yerine ortak çalışma yapılarak marka yaratmada işbirliğine gidilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Koçoğlu (2012) bir diğer çalışmasında ise Denizli’de tekstil sektöründe en fazla uygulanan tutundurma aracının satış geliştirme, satış geliştirme aracı olarak da en fazla uygulanan stratejinin fuarlara katılım olduğunu ifade etmiştir. Sarı ve Bardakçı (2005) ise Denizli ilinde firma büyüklüğünün ihracat üzerine etkilerini araştırmış ve Denizli ilinde her ölçekteki firmanın ihracat yapabileceğini belirtmişlerdir.

## 5.ÇALIŞMANIN AMAÇ, KAPSAM VE YÖNTEMİ

Çalışmada Denizli tekstil sektöründe yüksek dış ticaret kapasitesi ve yerli - yabancı pazar büyüklüğü ile dikkat çeken ve il kapsamında TURQUALITY desteği alan tekstil firmalarının küresel marka kabiliyetleri ve küresel marka olgusuna bakış açıları değerlendirilmek istenmektedir. Denizli’de bu destekten yararlanan dört firmanın olduğu ve bu firmalardan üç tanesinin tekstil sektöründe faaliyet gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışma kapsamında örneklemin tamamına ulaşmak hedeflenmiş ancak; bu firmalardan bir tanesi ile bağlantı sağlanamamıştır. Bu nedenle çalışmanın örneklemini iki firma oluşturmaktadır.

Küresel markaların belirli bir kültürün eseri olduğu bilinen bir gerçektir. Bu geleneksel markaların oluşmasında ve kabulünde firmaların yönetim felsefeleri kadar, tüm firma çalışanlarının firmalarına ve firmalarının ortaya koyduğu markalarına olan inançları önem taşır. Öncelikle de firma üst düzey yöneticilerinin marka ve özellikle de küresel marka olgusuna nasıl yaklaştıkları ayrı bir öneme sahiptir. Bu gerekçeyle çalışmamızda çoktan seçmeli ve açık uçlu sorulardan oluşan bir anket formu kullanılarak örnekleminizde dış ticaret departmanı müdürü olarak görev yapan üst düzey yetkililere ulaşılmış ve mülakat şeklinde görüşmeler ile bu formların doldurulması sağlanmıştır.

Araştırmanın görüşme mülakat formu Ünalın (2020), Güney (2019), Alkan (2016) ve Bölükbaşı (2016)’nın geliştirmiş olduğu Turquality ve Küresel Marka İmajı ölçeğinde yer alan ölçek ifadelerinden yararlanılarak hazırlanmıştır. Yüzyüze görüşmeler neticesinde elde edilen veriler, nitel olarak değerlendirmeye alınmış, tema ve betimsel analiz ile elde edilen bulgular sınıflandırılırken; içerik analizi ile bu bulgular yorumlanmıştır.

## 6.ÇALIŞMA BULGULARI VE DEĞERLENDİRME

Örnekleme firmalarına ait genel tanımlamalar şu şekildedir: Çalışma örneklemini oluşturan firmalar 20 yıldan daha fazla süredir tekstil sektöründe faaliyet göstermekte olan ve bir tanesi yıllık 50 bin ton, diğeri 135 bin ton üretim kapasitesine sahip, her ikisi de yurt dışı pazarları hedef almış firmalardır. Bu firmaların Almanya, Avusturya, Belçika ve Hırvatistan gibi Avrupa ülkelerine ihracatları oldukça yoğundur. Firmalar her ne kadar bu ortak pazarlarda hem birbirleri hem de uluslararası firmalarla rekabet ediyor olsalar da; firmalardan bir tanesi Amerika, diğeri ise Hollanda ile yoğun ticaret yaptığını belirtmektedir. Firmaların üretimde dışa bağımlı oldukları; her iki firmanın da % 50 oranında hammadde ithal ettiği ve bu ithalatın da Hindistan’dan gerçekleştiği anlaşılmaktadır.

Çalışma çerçevesinde örneklemden elde edilen verileri tasnif edip değerlendirmek ve ayrıca yorumlamak için beş ana kategori belirlenmiştir. Bu kategoriler aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

1. ‘Küresel Marka’ farkındalığı
2. Türk Malları ve ‘Küresel Marka’
3. Tekstil Sektörü ve ‘Küresel Marka’
4. Türk Tekstil Sektörü ve ‘Küresel Marka’
5. Denizli İli Tekstil Sektörü ve ‘Küresel Marka’

### 6.1.‘Küresel Marka’ Farkındalığı

Örnekleme ‘Küresel Marka’ farkındalığı konusunda yöneltilen 14 soruya alınan cevaplardan; fikir birliğinde buldukları alanların fazla olduğu anlaşılmaktadır. Örnekleme dünyanın her yerinde bulunan ve dünyanın her yerindeki insanlar tarafından tanınan ‘Küresel Marka’ ların yüksek kalite standartlarına sahip, içinde bulunduğu pazara yön veren ve kendine has bir tarzı olan değerler olduğunu kabul etmektedir. Fakat bu markaların eşsiz olduğu görüşüne katılmamaktadır. Bu genel kabulün yanı sıra örnekleme ‘Küresel Marka’ ların oluşumunda yerel ihtiyaçlardan yola çıkıldığı, bu markaların diğer markalara kıyasla daha sosyal sorumluluk sahibi olduklarını düşünmektedir. Hatta örneklemin bu markaları kullanarak zamandan tasarruf edilebileceği konusunda her iki firmanın da şüpheleri olduğu gözlenmektedir.



Örneklemin kendi içerisinde ‘Küresel Marka’ konusunda ayrıştığı noktalar bulunmaktadır. En önemli ayrışma noktası ise küresel markaların dünyanın her yerinde benzer özelliklere sahip, diğer markalara kıyasla daha kaliteli, daha güvenilir, daha yenilikçi ve daha heyecan verici olduğuna dair inanış konusudur. Görüşme yapılan firma yetkililerinden birisi ‘Küresel Marka’ların dünyanın her yerinde benzer özelliklere sahip, diğer markalara kıyasla daha kaliteli, daha güvenilir, daha yenilikçi ve daha heyecan verici olduğunu düşünürken; diğer firma yetkilisi tam tersine inanmaktadır.

## 6.2. Türk Malları ve ‘Küresel Marka’

Uluslararası ticaret teorilerine göre; bir ülkenin rekabet avantajını artıracak tekniklerden bir tanesi yerli markaların ‘Küresel Marka’lar arasındaki sayısının artırılmasıdır. Türkiye’nin dünya piyasalarında çok fazla işlem hacmi olan markaları bulunmaktadır. Fakat bu markaların tüm dünya ülkelerinde tanınırlığının sağlandığını söylemek çok da mümkün değildir. Bu bölüm örneklemin gözünden Türkiye’deki ‘Küresel Marka’ olgusunu değerlendirmek amacıyla düzenlenmiştir.

Örnekleme yer alan her iki firma da önümüzdeki 10 yıllık sürede Türkiye’nin bir ‘Küresel Marka’ çıkarıp çıkaramayacağı konusunda kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Türkiye’yi dünyada temsil edecek markaların taşınması gereken en önemli özellik olarak ‘güvenilirlik’ kriterini göstermişlerdir. Ayrıca bir markanın ‘Küresel Marka’ olabilmesi için; ‘güçlü olması’, farklı kültürlerden insanlara hitap edebilmesi’ ve ‘Türkiye’ye özgü milli değerler taşınması’ gerektiğini de belirtmişlerdir. Hatta markanın ‘ticari açıdan büyük olması’ da ‘Küresel Marka’ yolunda önemli bir kriter olarak değerlendirilmiştir.

Örneklemin Türkiye’nin dünya pazarlarında işlem göreceği ‘Küresel Marka’ lar oluşturmasının önündeki en önemli iki sorun konusunda ortak fikir beyan ettikleri dikkat çekmektedir. Türkiye’de ‘Küresel Marka’ oluşturmanın önündeki engellerden bir tanesi ‘ekonomik sebepler’, bir diğeri ise ‘Ar-Ge yatırım eksikliği’ olarak belirtilmiştir. Ayrıca ‘vizyon eksikliği, yöneticilerin küçük düşünmesi’ ve ‘pazarlama faaliyetlerinin yetersizliği’ de Türk ‘Küresel Marka’ larının önündeki diğer engeller olarak değerlendirilmektedir.

## 6.3. Tekstil Sektörü ve ‘Küresel Marka’

Tekstil sektörü; üretimin tarım ve sanayi sektöründen yararlanarak gerçekleştirildiği, ağırlıklı olarak niteliksiz işgücüne istihdam sağlayan hibrit sektörlerden bir tanesi olup gelişmekte olan ülkelerin kalkınmasında özel öneme sahip sektörlerin başında gelmektedir. Bu açıdan gelişmekte olan ülke statüsünde yer alan Türkiye için özel bir anlam ve önem teşkil etmektedir. Çalışma çerçevesinde Türkiye’deki sektör temsilcilerine göre ‘Küresel Marka’ denilince ilk akla gelen global markaların neler olduğunu ve bu markalarla ilgili genel tüketici algısının nasıl olduğu

sorgulanmıştır.

Tekstil sektöründe ‘Küresel Marka’ olarak kabul gören Adidas ve Nike gibi markaların yanında; bazı tekstil gruplarının da kendi ‘Küresel Marka’ larını tekstil piyasasına kabul ettirdikleri anlaşılmaktadır. Örnekleme çerçevesinde; Inditex Group (Zara, Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home ve Uterqüe), Kering Group (Gucci, Yves Saint Laurent, Boucheron, Bottega Veneta, Balenciaga, Alexander McQueen, Brioni, Girard-Perregaux, Qeelin, Pomellato, Christopher Kane, Tomas Maier ve Ulysse Nardin), Burberry Group, PUAH Corp dünya tekstil sektörünün önde gelen ‘Küresel Marka’ ları olarak belirtilmektedir. Elde edilen bulgular ‘Küresel Marka’ olduğuna inanılan bir ürünün; yurt dışında da yaygın olarak satıldığı ve satın alındığına; kaliteli, güvenilir, sağlam, lüks, çok prestijli olduğuna ve tüketiciye statü sağladığına olan inancın yüksek olduğunu göstermektedir. Bu inancın ise tüketici üzerinde marka bağımlılığı yarattığı da vurgulanmaktadır.

## 6.4. Türk Tekstil Sektörü ve ‘Küresel Marka’

Örneklemin Türk tekstil sektörünü ‘Küresel Marka’lar yaratılabilir potansiyeli açısından değerlendirmeleri istenmiştir. Elde edilen sonuçlar sektörün kalifiye işçilik ve güvenilir ürün konusunda ‘Küresel Marka’ kabiliyetine sahip olmasına rağmen kalite ve tasarım konusunda bazı sıkıntılarının olduğunu ve bu nedenle Türk tekstil ürünlerinin küresel bir imaja sahip olduğuna inanmakta zorlandıklarını göstermektedir.

Örnekleme bir markanın küresel tekstil pazarına giriş ve tutundurma çabalarının olumlu sonuç verebilmesi için pazar araştırması ve rekabet analizlerinin yapılmasının gerekliliğini ifade ederken; dağıtım ve lojistik konusunun da maliyetler için önemli olduğuna değinmektedirler. Marka bağımlılığı için kalite ve güven unsurlarının sürdürülebilirliğini ön plana çıkarmak gerekirken, müşteriye değer katacak prestijli ürünlerin bu bağımlılığı daha kolay sağlayacağını da belirtmektedirler.

Yerel markadan küresel markaya geçiş süreci için örneklemin tavsiye ettiği adımlar ise şu şekilde özetlenebilir: (1) Dağıtım ve lojistik ağının genişletilmesi, (2) Doğru pazar araştırması ve kitleye uygun reklam, (3) Farklı tüketici kitlelerine hitap edebilme kabiliyeti. Ayrıca reklam ve halkla ilişkilerin küresel tekstil sektöründe söz sahibi olabilmek için en önemli tutundurma bileşenleri olacağına inanmaktadırlar.

## 6.5. Denizli İli Tekstil Sektörü ve ‘Küresel Marka’

‘Küresel Marka’ yaratılabilir potansiyeli açısından örneklemin Denizli ili tekstil sektörü değerlendirme sonuçları, Türk tekstil sektörü değerlendirme sonuçlarıyla örtüşmektedir. Denizli’de üretilen tekstil ürünlerinin iyi bir işçilik ürünü oldukları ve bunun sonucunda ürüne olan güvenin yüksek olduğu buna karşın tasarım ve kalite konusunda eksikliklerin bulunduğu ve sonucunda da

küresel imajın yakalanamadığı ifade edilmektedir.

Örnekleme aynı bakış açısıyla kendi ürünlerini değerlendirdiklerinde; kendi üretimlerini hem Türk tekstil sektörü hem de Denizli tekstil sektörü değerlendirmelerinin daha üzerinde bir yere yerleştirmektedirler. Ürünlerinin işçilik, güvenilirlik, kalite ve küresel imaj konusunda sıkıntılarının olmadığını, zaman zaman tasarım konusunda zorlandıklarını belirtmektedirler. Örneklemin bu açıklamaları bir anlamda firmaların ürettiği ürünlerin TURQUALITY desteğine layık görülmesinin gerekçesi de olarak düşünülebilmektedir. Bu firmalar ve firmaların ürettiği ürünler Türk tekstil sektörü için özel bir anlam ifade etmektedir.

## 7.SONUÇ

Bir ürünün; yurt dışında da yaygın olarak satılıp satın alındığına; kaliteli, güvenilir, sağlam, lüks, çok prestijli olduğuna ve tüketiciye statü sağladığına olan inanış yüksek olduğunda; bu ürünün tüketici için marka bağımlılığı yarattığı ve bu ürünün 'Küresel Marka' olarak algılandığı oldukça açıktır. Türk tekstil sektörü genelinde ve Denizli ili tekstil sektörü özelinde; kalifiye işgücü sayesinde üretilen ürünlerin arkasında güçlü bir şekilde güven imajı oluşturulduğu, buna rağmen kalite ve tasarım konusunda ise bazı sıkıntıların yaşanmakta olduğu anlaşılmaktadır. Kalite ve tasarım konusunda karşı karşıya kalınan sıkıntıların sektörün küresel imaj yaratmasını zora soktuğu da bellidir. Türk tekstil firmalarının 'Küresel Marka' yaratma kabiliyetlerinin önündeki en önemli engeller; imaj, reklam ve lojistik ağları kaynaklı olarak kendisini göstermektedir.

Elde edilen bulgulara göre; dünyanın her yerinde bulunan, dünyanın her yerindeki insanlar tarafından tanınan, yüksek kalite standartlarına sahip, içinde bulunduğu pazara yön veren ve kendine has bir tarzı olan markalar 'Küresel Marka'dır. Fakat bu markaların eşsiz olarak nitelendirilmesi de söz konusu olamaz. 'Küresel Marka'ların oluşumunda yerel ihtiyaçlardan yola çıkılmasına gerek yoktur. Bu markaların diğer markalara kıyasla daha fazla sosyal sorumluluk sahibi olduğundan bahsedilemez. Hatta bu markaları kullanarak zamandan tasarruf edilmesi de mümkün olmayabilir. Küresel Marka'lar dünyanın her yerinde benzer özelliklere sahip olmayabilir. Diğer markalara kıyasla daha kaliteli, daha güvenilir, daha yenilikçi ve daha heyecan verici olup olmadığı konusu da bir diğer tartışma konusudur. Anlaşılacağı üzere 'Küresel Marka' konusunda bir kafa karışıklığı yaşanmakta ve firmalar her ne kadar 'Küresel Marka' yaratma konusunda TURQUALITY desteğinden yararlanmakta olsalar da bu desteğin istenilen derecede verimli bir sonuca ulaşımaması netlik kazanmamaktadır. Bu durumda da acaba devletin kaynaklarından sağlanan bu tür desteklerin daha verimli bir şekilde kullanımı konusunda çalışmalar mı yapılmalıdır? şeklinde bir soru kafalarımızı kurcalamaktadır. O nedenle TURQUALITY konusunun sağladığı destekten elde edilen verimin daha iyi bir seviyeye getirilmesi için kapsamlı bir şekilde yeniden gözden geçirilmesi bir zorunluluktur.

## KAYNAKÇA

- AR, A. (2004). *Marka ve Marka Stratejileri*. Ankara: Detay Kitap ve Yayıncılık.
- ALKAN, C. (2016). Çimento Sanayinde Küresel Marka Yaratma Konusunda Sektör Yöneticileri Görüşlerinin Değerlendirmesi. *Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İşletme Yüksek Lisans Programı Yüksek Lisans Tezi*
- BASHIMOV, G. (2017). Orta Asya ekonomilerinin tekstil ve hazır giyim sektöründeki uluslararası rekabet gücü. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 5(2), 23-33.
- BIVAINIENĖ, L. (2011). Interpretation of Brand Concept and Functions: Theoretical Approach. *Socialiniai Tyrimai*, (1), 5-13.
- BOLUKBASI, C.S. (2016). Yerel Markadan Küresel Markaya Dönüşüm Sürecinde Tutundurma Stratejileri ve Şirket Uygulamaları. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı İşletme Programı Doktora Tezi*
- BOSTAN, A., ATEŞ, I. & URUT, S. (2010). Türkiye Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Rekabet Gücü: Avrupa Birliği Ülkeleri ile Bir Karşılaştırma. *Journal of Management and Economics Research*, 8(13), 43-58.
- COP, R., & BEKMEZCI, M. (2005). Marka ve Bilinirliği Yüksek Markalı Çamaşır Deterjanı Üzerine Bir Uygulama. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 66-81.
- CIFCI, S., & COP, R. (2007). Marka ve Marka Yönetimi Kavramları: Üniversite Öğrencilerinin Kot Pantolon Marka Tercihlerine Yönelik Bir Araştırma. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 44(512), 69-88.
- COBAN, O., & KOK, R. (2005). Türkiye Tekstil Endüstrisi Ver Rekabet Gücü: AB Ülkeleriyle Karşılaştırmalı Bir Analiz Örneği, 1989-2001. *İktisat İşletme ve Finans*, 20(228), 68-81.
- COP, S. (2016). *Türkiye Tekstil Sektöründe Uluslararası Rekabet Gücünün Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yöntemi ile Değerlendirilmesi* (Master's thesis, Dış Ticaret Enstitüsü).
- DENİB - Denizli İhracatçılar Birliği. (2023) "Antik Çağdan Bu Yana Denizli'de Tekstil". (11.06.2023), <https://www.denib.gov.tr/tr/denizli-hakkinda-antik-cagdan-bu-yana-denizlide-tekstil.html>
- ENER, M., & YELKİKALAN, N. (2004). Çin'in Dünya Ticaret Örgütü'ne Üyeliğinin Türkiye'nin Tekstil ve Konfeksiyon Sektörüne Olası Etkileri ve Çözüm Önerileri. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 1-15.

ERKAN, B. (2013). Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektörü ihracatında uluslararası rekabet gücünün belirlenmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 93-109.

GHAURI, P., & CATEORA, P. (2014). *EBOOK: International Marketing*. McGraw Hill.

GUNEY, O. (2019). Küresel Marka Algısının Tüketici Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisine Yönelik Ampirik Bir Araştırma. *Celal Bayar Üniversitesi İşletme Ana Bilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Programı Yüksek Lisans Tezi*.

HOLLIS, N. (2011). *Küresel Marka*. İstanbul:Brandage.

IHKIB (2023) (<https://www.ihkib.org.tr/tr/bilgi-bankasi/dunyadan-haberler/dunyanin-en-degerli-hazir-giyim-markalari/i-5800>) (27.05.2023)

ISLAMOGLU, A. H., & FIRAT, D. (2011). *Stratejik Marka Yönetimi* (2. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

GRIFFIN, M. & KOTLER, P. (1994). *Marketing Management: Analysis Planning Implementation and Control*. Prentice Hall, Incorporated.

KANDEMİR, H. (2016). Çevre Etkenlerinin Kurumsal Stratejilere Etkisi: Büyük Ölçekli İnşaat Firmaları Üzerinde Bir Araştırma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17(36), 29-48.

KELZ, A., & BLOCH, B. (1993). Global Branding: Why and How? *Industrial Management & Data Systems*, 93(4), 11-17.

KLUYVER, C. A. D. & PEARCE, J. A. (2015). *Strategic Management: An Executive Perspective*, Business Expert Press.

KNAPP, D. E. (2000). *Marka Akli*, Çev. Azra Tuna Akartuna, Ankara, MediaCat Kitapları.

KOCOĞLU, D., & SARITAS, E. (2016). İhracat Pazarlama Faaliyetlerinde Pazarlama Karmaşı Adaptasyonun Önemi ve Denizli Tekstil Sektöründe Bir Araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (Ek1), 124-134.

KOTLER, P., BURTON, S., DEANS, K., BROWN, L., & ARMSTRONG, G. (2015). *Marketing*. Pearson Higher Education AU.

LAMP C. W., HAIR J. F. & MCDANIEL C., (1994). *Principles of Marketing*, Second Edition, South-Western Publishing Co., Ohio.

ONAL, G. (1993). *Temel İşletmecilik Bilgisi*. Marmara Üniversitesi Nihad Sayar Eğitim Vakfı Yayınları.

RIES, A., RIES, L., & KALINYAZGAN, I. B. (2001). *İnternet'te Marka Yaratmanın 11 Değişmez Kuralı*. MediaCat Kitapları.

SARI, A. & BARDAKCI, A. (2005). Firma Büyüklüğünün İhracat Üzerindeki Etkilerinin Araştırılmasına Dönük Bir Çalışma: Denizli Örneği. *In Journal of Social Policy Conferences* (No. 50, pp. 1159-1172).

SANAL, O. (2006). *Markalarda Hükümsüzlük Davaları*. Ankara: Adalet Basım Yayım.

TEK, O. B., & OZGUL, E. (2005). *Modern Pazarlama İlkeleri*. İzmir: Birleşik Matbaacılık.

Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü, *Tekstil ve Hammaddeleri Sektör Raporu*, <https://ticaret.gov.tr/data/5b87000813b8761450e18d7b/Te%20kstil%20ve%20Hammaddeleri%20Raporu.pdf> (09.07.2023).

TİM - Türkiye İhracatçılar Meclisi (2023). <https://tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari> (12.06.2023).

UNALAN, M. (2020). Küresel Marka Olmaya Çalışan Türk Markalarının Tercih Edilmesinde Marka Küreselliği İpuçları, Ülke İmajı, Etnosentrizm ve Kozmopolitanizmin Etkisi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Doktora Tezi*

ULAS, D., OZER, A. & KOCAK, F. A. (2005). *Çin Tehdidine Yönelik Hazır Giyim Sektörünün Değerlendirilmesi*. 10. Ulusal Pazarlama Kongresi (Tam Metin Bildiri) (Yayın No:3167708)

VAN RAAIJ, W. F. (1997). Globalisation of Marketing Communication? *Journal of Economic Psychology*, 18(2-3), 259-270.

YALCIN, A., & UNER, M. M. (2019). Uluslararası Girişimcilik Yöneliminin Yenilikçilik Boyutu: Küresel Doğan İşletmeler Üzerine Nitel Bir Çalışma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 37(4), 721-745.

YUCEL, Y. (2010). Uluslararası Ticaretin Serbestleştirilmesi Sürecinde Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Rekabet Gücü ve Çin Tehdidi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(2), 227-250.

**Extended Abstract:** Globalisation, which has caused radical change and transformation in the world economic order, has had the greatest impact on international trade activities. The competition conditions of countries and firms in global markets have also changed within this framework, leading to a differentiation in the classical foreign trade understanding. For this reason, it is thought that creating their own global brands and determining the right competitive strategies will play a vital role for companies to gain a strong advantage in international markets.

Global brand formation in international trade not only serves to promote the products or services of enterprises. At the same time, support is provided for businesses in creating value and consumer loyalty. While 'brand' enables businesses to gain competitive advantage, differentiate their products and stand out in the market; 'Global Brand' emerges as a work of a certain culture. In the formation and acceptance of these traditional brands, the belief of all company employees in their companies and the brands of their companies is as important as the management philosophy of the companies. In particular, how the senior managers of the company approach the brand and global brand phenomenon is very important in this sense.

In this study, it is aimed to investigate the effect of the 'Global Brand' phenomenon on international trade and thus on international competitive advantage. Within the scope of the study, Denizli province and the 'Textile Sector' of this province have been selected as a sample. Denizli province draws attention as an important textile centre that creates high added value for the Turkish economy. The textile sector of Denizli province operates in various product categories such as home textiles, towels, bathrobes, bed linen and curtains, and has achieved a certain status in both national and international markets with quality production and competitive prices for many years. It is known that Denizli has the potential to create high level brand value in international markets with its strong infrastructure, technological know-how and specialised workforce in the textile sector. The aim of the study is to examine the global brand building processes of the enterprises in Denizli textile sector and to reveal the global brand building potential of the sector.

It has been determined that there are four companies in Denizli textile sector which attract attention with their high foreign trade capacity and domestic and foreign market size and which receive TURQUALITY<sup>1</sup> support within the scope of the province and three of these companies operate in the textile sector. Since qualitative analysis methods will be used, it was thought that it would be sufficient to reach these three textile companies, but one of these companies could not be contacted (since its head office was in another province). Therefore, the sample of the study consists of two companies.

In the study, a questionnaire form consisting of multiple-choice and open-ended questions was used and the questions in this questionnaire form were applied to the foreign trade department senior officials of the sample companies. The data obtained as a result of face-to-face interviews were evaluated qualitatively since the entire sample was reached at the same time, and the findings obtained through theme and descriptive analysis were classified and interpreted through content analysis.

As a result of the study, it is understood that both firms have been operating in the textile sector for more than 20 years, have high production capacity and both of them have mainly targeted foreign markets. Although the exports of these firms to European countries such as Germany, Austria, Belgium and Croatia are quite intensive; it is observed that one of the firms has intensive trade with the USA. It is also understood that the companies need to import 50 per cent of raw materials for production and that they meet this need with raw materials imported from India.

While the data obtained from the sample were analysed qualitatively, five main categories were created and the analysis was carried out under these five headings. These categories are as follows: (1) 'Global Brand' awareness, (2) Turkish Goods and 'Global Brand', (3) Textile Sector and 'Global Brand', (4) Turkish Textile Sector and 'Global Brand', (5) Denizli Province Textile Sector and 'Global Brand'.

When the belief that a product is widely sold and purchased abroad, is of high quality, reliable, robust, luxurious, very prestigious and provides status to the consumer is high; it is quite obvious that this product creates brand addiction for the consumer and this product is perceived as a 'Global Brand'. In the Turkish

---

<sup>1</sup> TURQUALITY support, which can be considered as the world's first and only state-sponsored branding programme, aims to build global brands of Turkish companies in sectors where Turkey has a competitive advantage, by considering every stage from production to marketing of product groups with branding potential, and thus to create and establish the image of quality Turkish goods in international markets.

textile sector in general and in Denizli province textile sector in particular; it is understood that a strong image of trust is created behind the products produced thanks to the skilled labour force, however, some problems are experienced in terms of quality and design. However, it is also clear that this situation makes it difficult for the sector to create a global image. The most important obstacles in front of the ability of Turkish textile companies to create a 'Global Brand' are image, advertisement and logistics networks.

According to the findings obtained; brands that are located all over the world, recognised by people all over the world, have high quality standards, shape the market they are in and have a unique style are 'Global Brands'. However, these brands cannot be characterised as unique. There is no need to start from local needs in the formation of 'Global Brands'. It cannot be said that these brands are more socially responsible than other brands. It may not even be possible to save time by using these brands. Global Brands may not have similar characteristics all over the world. Whether they are of higher quality, more reliable, more innovative and more exciting than other brands is another subject of debate. As it can be understood, there is confusion about the 'Global Brand' and although companies benefit from TURQUALITY support in creating a 'Global Brand', the question of what this support does or will do remains inconclusive. Are the resources of the state being wasted? It is a necessity to discuss this issue comprehensively.

There is another study finding that is effective in making this enquiry. Even the companies that receive TURQUALITY support in order to move their brands to the position of 'Global Brand' both believe that Turkey does not have a real 'Global Brand' and are hesitant about whether this fact will change in the next 10 years. This hesitation experienced by the practitioners about whether a support provided by the state will be successful or not makes us think once again that TURQUALITY support should be reviewed by the government.

---