

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ	ANADOLU UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES
---	--

Cilt / Volume: 4

No / Number: 1

2004

İÇİNDEKİLER / CONTENT

MAKALELER



Bülent YÜCEL

Hukuki İşlemlerin Sınıflandırılması Bakımından
Yasama - İdare İşlevi Ayrımı ve Yasama Organının İdari İşlemleri
1-18



Işıl KABAĞCI

H. Ferhan ODABAŞI

Teknolojiyi Kullanmak ve Teknogerçekçi Olabilmek
19-28



A. Mesud KÜÇÜKKALAY

Numan ELİBOL

Osmanlı İmparatorluğu'na Avrupa'dan
Karayolu İle Yapılan İhracatın Değerlendirilmesi: 1795-1804
29-54



Mine OYMAN

Tüketicilerin Satış Tutundurma
Etkinliklerine Yönelik Tutumları ve Yarar Algılamaları
55-76



Veysel YILMAZ

Lisrel ile Yapısal Eşitlik Modelleri
Tüketici Şikayetlerine Uygulanması
77-90



Aydoğan Aykut CEYHAN

Ortaöğretim Alan Öğretmenliği Tezsiz
Yüksek Lisans Programına Devam Eden Öğretmen
Adaylarının Umutsuzluk Düzeylerinin İncelenmesi
91-102



Kenan ÖNCÜ

Der dialogisierte innere Monolog in
Martin Walsers Roman *Brandung*
103-112

KİTAP TANITIMI



R. Şeyda ÜLSEVER

Eruz, F. Sakine (2003). Çeviriden Çeviribilime: Yüzyılımızın Penceresinden
Çeviribilimsel Gelişmelere Bir Bakış. Multilingual Yabancı Dil Yayınları: İstanbul.
113



**Sosyal Bilimler Dergisi
Makaleleri Yazım Kuralları**

Instructions to Authors

114-117

Hukuki İşlemlerin Sınıflandırılması Bakımından Yasama - İdare İşlevi Ayrımı ve Yasama Organının İdari İşlemleri

(The Distinction between Legislative and Administrative Functions and the Administrative Acts of Legislative Organ in view of the Categorization of Legal Acts)

Bülent YÜCEL*
Anadolu Üniversitesi
Hukuk Fakültesi

Öz: Bu çalışma iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda kuvvetler ayrılığı bağlamında yasama ve yürütme arasındaki ilişki incelenmiştir. Ayrıca, maddi ve organik işlem ölçütlerine bağlı olarak yasamanın ve idarenin işlevsel ayrılıkları açıklanmıştır.

İkinci kısımda Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin idari işlemler yapıp yapamayacağına tartışıldığı yargısal kararlar incelenmiştir.

Anahtar kelimeler: Yasama, yürütme, idare, kuvvetler ayrılığı, idari işlem.

Abstract: This study consists of two parts. In the first part, the relationship between the legislature and the executive has been examined in connection with the separation of powers. In addition, the functional differences of the administration and the legislature have been explained in relation with the substantive and organic criteria.

In the second part, judicial decisions, which contain arguments on whether the Turkish Grand National Assembly can make administrative acts have been examined.

Key words: Legislative, executive, administration, separation of powers, administrative act.

* (Anadolu Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, Yunus Emre Kampüsü, Tepebaşı, Eskişehir. Tel: 3350580 - 2206.
E-mail: byucel@anadolu.edu.tr)

1. GİRİŞ

Kuvvetler ayrılığı ilkesinin bileşenlerini oluşturan yasama, yürütme ve yargı erklerinin birbirleriyle ilişkileri, hukuki ve siyasi birçok sorunun ana temasını oluşturmaktadır. Yargı organının hükümet sistemlerinin oluşumunda belirleyici olmaması, yasama ve yürütme organları arasındaki etkileşimi ön plana çıkarmaktadır. Her iki organın faaliyet alanları çerçevesinde kendi işlevlerini gerçekleştirebilmeleri için yapmaları gereken hukuki işlemler açısından kesin çizgilerle bir ayırım ortaya koymak mümkün değildir. Çünkü, gerek yasama organı gerekse de yürütme organının, birbirlerinin işlev alanına giren işlemleri yapmaları söz konusudur.

Yasama ve yürütme organlarının karşılıklı ilişkisi açısından, bu ilişkinin somut işaretlerini gösteren hukuki işlemlerin niteliğinin saptanması gerekmektedir. Bu nitelik değerlendirmesi yapılırken; bir yandan "işlev" irdelemesi yapılacak, öte yandan da maddi ve organik işlem ölçütleri yardımıyla ne ölçüde bir ayırım olduğu araştırılacaktır. Çünkü, her organın yaptığı işlemin mutlak olarak o organın işlemleri olduğunu kabul etmek, işlevsel anlamda belli bir açıklığı ortaya koymaktan uzaktır.

Bu çalışmada Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin, asli işlevi olarak bilinen kural koyma işlevinin dışında, yürütme organının faaliyet alanına dahil olan idari işlemleri yapıp yapmadığı örneklerle açıklanmaya çalışılmıştır. İncelemenin derinleştirilmesinde ise, öğretici görüşlerine ek olarak yargı organlarının kararlarından da yararlanılmıştır.

2. YASAMA - İDARE İŞLEVİ AYRIMI

Devletin üç temel erkini oluşturan yasama, yürütme ve yargı organlarının sınıflandırılmasında anayasa hukuku açısından iki ana ölçüt kullanılmaktadır. Bunlardan ilkinin Leon Duguit'nin (Özbudun, 2000, 172) savunduğu maddi ölçüt; ikincisini ise Raymond Carre' de Malberg'in (Özbudun, 2000, 174) geliştirdiği biçimsel ya da organik ölçüt oluşturur.

Maddi ölçüte göre; kamu hukukunda işlemler kural - işlem, birel işlem ve yargı işlemi olarak üçe ayrılır. Ayırım, aynı zamanda devletin işlevlerini de ifade etmektedir. Bu çerçevede; devlet, yasama işlevi ile genel, sürekli, nesnel ve kişisel olmayan işlemler oluşturmaktadır. Ancak, bu içerikte bir işlemin hangi organ tarafından yapılacağı önemli değildir (Gözler, 2000, 269-70). Maddi ölçüte dayanarak yapılacak olan tanımlamaya göre, idarenin işlevi; yasama ve uyumsuzlukları çözen bağımsız yargı organlarının işlemleri dışında kalan kamu faaliyetleridir (Yayla, 1990, 28. dipnot, 22).

Duguit'nin getirdiği maddi ölçütün yetersizliği, devlet erklerinin mahiyet itibarıyla birbirlerinin yerine geçebilecek nitelikte işlemler gerçekleştirmeleri ve bunun hukuk yaşamında doğurduğu karışıklık sakıncası bu ayırımdan daha yalın olan Malberg'in biçimsel ya da organik ölçüt yaklaşımını gündeme getirmiştir.

Malberg, devletin oluşturduğu işlemlerin hukuki niteliklerinin ve içeriklerinin, bu işlemleri yapan organlara ve işlemlerin yapılış biçimlerine göre belirlenmesini savunmaktadır. Bu çerçevede düşünüldüğünde, yasama organının kanun adı altında ve kanun biçiminde oluşturduğu bütün işlemler kanundur ve kanun gücünü taşımaktadır. Buna karşılık idari ya da yargısal makamların yaptıkları işlemler, içerikleri ve hukuki nitelikleri itibarıyla kanunla aynı özelliği gösterebilirler, hiçbir zaman kanun kabul edilmeyeceklerdir (Özbudun, 2000, 174-75).

Kuvvetler ayrılığı ilkesi temeline dayanan organik ölçüte göre; hukuki işlemin içeriği önemli değildir. Üzerinde durulması gereken nokta, işlemin hangi organ tarafından yapıldığıdır. Dolayısıyla, işlem onu yapan organa göre nitelendirilecektir. Ancak, yürütme organının yaptığı her işlem özel, birel olmadığı gibi yasama organının her işlemini de nesnel, genel, soyut ve bir kez uygulanmakla tükenmeyen işlemler oluşturmaz (Tanör ve Yüzbaşıoğlu, 2001, 259).

İşlevlerin ayrımını daha iyi anlayabilmek için, idare işlevinin tanımlamasını ve konumunu doğru saptamak gereklidir. ONAR'a göre; idare işlevi yalnızca halka sunulan hizmetlerle sınırlı değildir. Hükümet işlevinin gerektirdiği günlük işler de bu idare işlevinin sahası içine girer ki; bu durumda idare işlevi, genel çıkarların tatmin ve hükümet işlevinin gerektirdiği araçların sağlanması için gerçekleştirilen günlük faaliyetler olarak tanımlanabilir (Onar, 1952, 49).

GİRİTLİ - BİLGİN - AKGÜNER'e göre; idari işlevin konusunu, yasama ve yargı organları dışında yer alan ve fakat yürütme organı içindeki kamu makamları olarak nitelenen idarenin, kamu yararını sağlamak amacıyla kamusal gücünü kullanarak yürüttüğü etkinlikler ve yerine getirdiği görevler oluşturmaktadır (Giritli vd. 2001, 14). GÜNDAY da, benzer bir tanım geliştirerek, idari işlevin konusunu, yasama ve yargı işlevleri dışında kalan, ayrıca yürütmenin siyasal nitelikli faaliyetlerinin dışındaki, toplumun günlük gereksinimlerini karşılayan ve günlük yaşamın sürdürülmesini sağlayan bütün kamusal iş ve faaliyetler olarak formüle etmiştir (Günday, 2002, 14-15).

GÖZÜBÜYÜK ve TAN genel olarak idari işlevi, yasama ve yürütme organlarının belirlediği yönde hukuk sınırları içinde kalınması koşuluyla toplumun yaşamını devam ettirmesi için yürütülen kamusal etkinlikler olarak tanımlamaktadırlar. Hatta tanımı biraz daha netleştirmek anlamında, bu etkinliklere ilişkin olarak bazı özellikleri saptamışlardır. Buna göre;

- a) İdari işlevin amacı, kamu yararının sağlanmasıdır. İdari işlevin ulaşmak istediği amaç, yasama ve yürütme organı tarafından saptanır.
- b) İdari işlevlerin konusu, toplumun gereksinimlerini karşılayabilmek, toplumun yaşamını sürdürebilmek için, yürütülen kamu hizmetleridir.
- c) İdari işlevler, ya hukuksal işlem olarak, ya da eylem olarak yapılır.
- d) [İdari] işlevler ve bunları yürüten görevliler süreklidirler. Yürütme, ya da yasamanın değişmesi ile, idari işlevleri yürüten görevliler, kural olarak değişmez.
- e) İdari işlevler, hukuka uygun olarak yürütülür.
- f) İdari işlevler, bir istekle bağlı olmaksızın, idari kuruluşlarca kendiliğinden yürütülür; uygulamaları da, kural olarak, idari kuruluşlarca yapılır; başka bir kamu kuruluşunun, ya da kişilerin aracılığına gerek duyulmaz. İdarenin aldığı kararlar, kural olarak, kendiliğinden hukuksal sonuç doğuran kararlardır (Gözübüyük ve Tan, 1998, 4-5).

ERKUT, idarenin geniş kapsamlı bir hareket alanının olması nedeniyle, olumsuz bir işlev tanımlamasının daha yerinde olacağı görüşündedir. Buna göre; yasama ve yargı işlevleri ile hükümet etme faaliyetlerinin dışında kalan bütün kamusal işler, idare işlevi kapsamında düşünülmelidir. Asıl önemli olan nokta, idare işlevi ile hükümet işlevi ayrımının belirlenmesidir. Bu aşamada yürütme kavramı, bir üst belirleyici ölçüt olarak karşımıza çık-

maktadır. Yürütme, bir yandan milletin olağanüstü, siyasal gereksinmelerini karşılamayı ifade eden siyasi görevi (hükümet işlevini); öte yandan, halkın toplu, genel, günlük, devamlı ve teknik gereksinmelerinin giderilmesi olan idare görevini (idare işlevini) kapsamaktadır. Her ne kadar birbirinden farklılıkları bulunsa da idare ve hükümet etme işlevleri, yürütme bünyesinde kaynaşmıştır (Erkut, 1990,63-64).

ÖZAY ise idare teriminin yalnızca yürütme organına özgü olmadığını, gerek yasama, gerekse de yargı organları içinde idari birimlerin yer aldığını ve bu birimler yoluyla bu organların idari nitelikli etkinlikler yürüttüğünü belirtmektedir. ÖZAY, bu noktada idare işlevinin kapsamının ne olduğunun net bir biçimde saptanması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu belirleme çerçevesinde; yürütme organı dışındaki organların gereksinimlerinin giderilmesi, mal ve yönetimleri altındaki değerlerin korunması için günlük ve fakat uzun süreli olan, bu yüzden de kesintisiz olarak yürütülen etkinlikler idare işlevini ifade etmektedir (Özay, 2002, 336-39).

Ancak, yasama ve idare işlevleri açısından bir ayrıma gitmek pek kolay değildir. Çünkü, maddi ölçüte göre yasamanın yaptığı genel, soyut, nesnel, kişisel olmayan ve herkese uygulanabilen kurallar koymak işlevine belirli ölçüde idare de sahiptir. İdarenin, yasama işlevi kapsamında değerlendirilen düzenleyici işlemlerinin yanında; yasama organının da kural koyma işlevinin dışında birel işlemler yapması söz konusudur. Bu nedenle, yasama ve idare işlevleri arasında kesin çizgilerle bir farklılık ortaya koymak için maddi ölçüt yetersiz kalmıştır. Bu işlevler arasında net bir ayrımın ortaya konabilmesi açısından organik ölçütle maddi ölçütün birlikte değerlendirilmesi gerekir. Bu durumda, yargı işlevine girmeyen ve Anayasada yasama organının yetki alanına sokulan birel işlemler dışındaki devlet etkinlikleri, kural olarak, yürütme ve özellikle idare işlevi içine girmektedir (Giritli vd., 2001, 7).

3. YASAMA ORGANININ İDARİ İŞLEMLERİ

3.1. Genel Olarak

Yasama organının organik ölçüte göre yaptığı işlemlerin bütünü yasama işlemi olmakla birlikte, yapılan işlemlerin maddi ölçüte göre değerlendirilmesi söz konusu olduğunda, bu kadar yalın bir yanıt vermek pek mümkün olmamaktadır. Yasama organının yaptığı işlemlerin bazılarının birel, öznel ve bir kez uygulanmakla tükenen bir niteliğe sahip olması, o işlemleri idari işlemler kategorisine yaklaştırmaktadır. Ancak, Anayasada yasama organı tarafından yapılacağı öngörülen bu tür işlemler, maddi anlamda idari olsalar da yasama işlemi olarak kabul edilmektedirler. Mahkemelerce verilip kesinleşen ölüm cezalarının yerine getirilmesine karar vermek (1961 Any. md. 64, 1982 Any. md. 87), bunun somut bir örneğini oluşturmaktadır.*

Yasama organının, bünyesinde bulunan birimlerinin işleyişleriyle ilgili (TBMM'nin büro ve muhasebe kuruluşu, Başkanlık Divanı'nın bunlara yönelik kararları gibi) olarak yaptığı bazı işlemleri de idari işlemler arasında sayılmaktadır (Balta, 1972, 5).

* 5170 sayılı Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının Bazı Maddelerinin Değiştirilmesi Hakkındaki Kanunun 6. maddesi ile Anayasanın 87. maddesi değiştirilmiş ve "mahkemelerce verilip kesinleşen ölüm cezalarının yerine getirilmesi" ibaresi Anayasa metninden çıkarılmıştır. Böylece TBMM'nin bu yetkisi sona erdirilmiştir.

Bu tür işlemlerden birine 1961 Anayasası döneminde verilen bir yargı kararını örnek olarak gösterebiliriz:

“Cumhuriyet Senatosu Genel Sekreterliği görevini yapmakta iken emekliye sevkine ve buna dayanılarak aylık ve istihkaklarının ödenmemesine ilişkin işlemlerin iptali istemiyle açılan davada; emeklilik işleminin davacıya görev başında iken bildirilmiş olduğu anlaşıldığı gibi sıhhi iznini kullanmakta olan memurlara bu süre içinde emekliye sevk işlemi tebliğ olunamayacağı yolunda bir hüküm bulunmadığından bu konuda ki davacı iddiasının yasaya uygun bulunmadığı ve emeklilik işleminin Cumhuriyet Senatosu İçtüzüğü’nün 7. maddesinin 7. bendi hükmüne uygun olarak başkanlık divanının düşüncesi alındıktan sonra, başkan tarafından yapılmış olmasında bir usulsüzlük olmadığı görülmekle beraber Anayasanın 114. ve 5434 sayılı Yasanın 545 sayılı Yasa ile değişik 100. maddeleri karşısında, emekliye irca işlemlerinin de resen emekliye sevk işlemleri gibi maksat yönünden yargı denetimine tabi tutulması gerektiğine... karar verilmiştir” (DDK, E: 1967/846, K: 1968/271, T. 5.4.1968, 190-91).

3.2. Meclis Başkanlık Divanı İşlemleri

3.2.1. Genel Olarak

Meclis Başkanlık Divanı işlemleri organik ölçüte göre yasama işlemleridir. Ancak, organik ölçütü tek başına kullanarak yapılan bu değerlendirme, işlemlerin hukuki niteliğinin açıklığa kavuşturulmasında yeterli olmayacaktır. Çünkü maddi ölçütün de dikkate alınması halinde, Başkanlık Divanı işlemlerinin bir kısmının aslında idari düzenleyici işlem oldukları ortaya çıkacaktır.

1961 Anayasası döneminde yasama organının yaptığı idari düzenleyici işlemlerden bazıları:

- 2.7.1962 tarihli T.B.M.M. telefon yönetmeliği,
- 10.3.1965 tarihli T.B.M.M. üyeleri için rozet yönetmeliği,
- 19.2.1974 tarihli Millet Meclisi üyelerine bakmakla yükümlü oldukları kimselere ve eski üyelere verilecek tedavi masrafları hakkında yönetmelik
- 28.4.1976 tarihli Cumhuriyet Senatosu üyeleri ve bakmakla yükümlü buldukları kimselere ait tedavi yönetmeliği
- 24.3.1977 tarihli Parlamento muhabirlerinin parlamentodaki çalışmalarını düzenleyen talimatname (Teziç, 1980, 47-49) oluşturmaktadır.

İdarenin Anayasada belirtilen düzenleyici işlemler dışında, sirküler, karar, genelge, yönerge gibi adlarla ifade edilen adsız düzenleyici işlemler yapabilmesi de mümkündür. Bu imkan idarenin, takdir yetkisini nasıl kullanacağını göstermek açısından “belirlilik” ve “düzenli idare” ilkelerinin bir gereğidir. Düzenleme yetkisi genel nitelikte olup, idare için varlığı zorunlu olan takdir yetkisinin bir sonucudur. Dolayısıyla, Anayasada yer almasa da bu adsız düzenleyici işlemleri yapabilecektir (Günday, 2002, 196).

Adsız düzenleyici işlemler aynı zamanda yasama ve yargı organlarının kendi birimleri tarafından da faaliyetleri ölçüsünde yapılırlar (Balta, 1972, 175). 1961 Anayasası döneminin çift meclisli yasama organının her iki kanadının ve ortak başkanlık divanının yönetmelik,

talimatname adı altında idari düzenleyici işlemler yapması söz konusu olduğu gibi, 1982 Anayasasıyla tek meclisli bir yasama organı haline getirilen TBMM de benzer biçimde, Meclis İçtüzüğü'nde yer alan yetkilere dayanarak idari düzenleyici işlemler yapmaktadır. Bu düzenleyici işlemlere örnek olarak;

- Özel giriş kartları ile ilgili esasları belirlemek (İç. md. 168)
- Basın ve yayın organları üyelerine özel dinleme locaları ve çalışma büroları ayırmak; basın ve yayın organları üyelerine ilişkin diğer kuralları saptamak (İç.md. 168)
- Eski ve yeni milletvekillerine verilecek tanıtıcı belge ve işaretlerin nitelikleriyle nereden kullanacaklarına ilişkin bir yönetmelik çıkarmak (İç. md. 175)
- TBMM bina, bahçe ve arsalarının bakım, yapım ve onarımı hakkında karar almak (İç. md.176/5) (Bakırcı, 2000, 263-64) gösterilebilir.

3.2.2. Bazı Kurullara Üye Seçme

TBMM Kültür Sanat ve Yayın Kurulu'na ve Yayın Danışma Kurullarına Başkanlık Divanı kendi içinden üye seçebilmektedir. Kültür Sanat ve Yayın Kurulu Yönetmeliği'nin 5. maddesi ile Kurul'un yönetim kuruluna, Başkanlık Divanı'nın iki katip ve bir idare amirini seçebilmesi mümkün kılınmıştır. Ancak, söz konusu kurulun hukuki dayanağı içtüzükte yer almakta ve İçtüzük, Kurul'un Divan bünyesinde kurulmasını öngörmektedir. Dolayısıyla Yönetmelikle, İçtüzük bağdaşmamaktadır. Yine Divan'ın, 16 Mayıs 1996 tarihli kararıyla kabul edilen yönetmelik gereğince Yayın Danışma Kurulu'na da benzer yöntemle üye seçimi söz konusudur (İba, 2001, 248).

3.2.3. Meclisin Dış İlişkilerinin Düzenlenmesine Yönelik Yetkiler

Başkanlık Divanı, 28.3.1990 tarihli ve 3620 sayılı Kanuna dayanarak, Meclisi temsil etmek üzere oluşturulan heyetlerin sayısı ve oranlarını belirleyebilmektedir. Yine, aynı Kanun gereğince parlamentolar arası birlik gruplarının tüzüklerini hazırlama yetkisi de hükümetin görüşünün alınması koşuluyla Başkanlık Divanı'na verilmiştir. Meclis binalarının kullanılmasına izin vermek yetkisi de Divan'a bırakılan yetkilerden bir diğerini oluşturur (İba, 2001, 252-53).

3.2.4. Milli Saraylara İlişkin Yetkiler

Osmanlı İmparatorluğu'nun yıkılmasını izleyen dönemde ülke genelinde bütün yetkilere sahip olan Türkiye Büyük Millet Meclisi, bunun doğal sonucu olarak, İmparatorluktan miras kalan Milli Saraylara ilişkin yetkiye de sahip kılınmıştır. Bugün için kuvvetler ayrılığının siyasal sistemimizde iyice benimsendiğini kabul ettiğimizde, saraylara yönelik yetkinin Meclis Başkanlık Divanı'nda bulunması düşündürücü bir olgudur. Çünkü, yasama organının saraylar için yaptığı her türlü bakımı, onarımı, yenileştirmeyi, bu alanda uzmanlaşması daha kolay ve çabuk olabilecek idarenin gerçekleştirmesi mümkündür. Bu yetkinin hükümetin bir bakanlığının görev alanına sokulması, ya da tarihi eserlere yönelik bir bakanlığın oluşturulması daha uygun bir çözüm olacaktır.

Eski eser ve anıtların bakımı, onarımı, restorasyon ve ikmal hizmetleri için Meclis Başkanlığı'nca hazırlanacak master planlarını onaylamak, Divan'ın yetki alanına bırakılmıştır. Yine, milli saray ve köşkların bir devlet kuruluşuna eşya verebilmesi ya da satışa sunulabilmesi için Divan kararı gereklidir. Ayrıca, Sarayların Güvenliği ve Korunmasına İlişkin Yönetmelik gereğince:

“Milli Saraylar, köşk ve kasırlarda geceleme ve ikamet; Cumhurbaşkanı, Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanı, Başbakan ve TBMM Başkanlık Divanı üyeleri dışında, Başkanlık Divanı kararına veya Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanının onayına bağlıdır” (İba, 2001, 254).

Meclis Başkanlık Divanı'nın bu yetkisine ilişkin olarak Kültür Bakanlığı, TBMM Başkanlığı'na (Milli Saraylar Dairesi Başkanlığı'na) karşı dava açmıştır. Bakanlık, Milli Saraylar Daire Başkanlığı Korunma ve Değerlendirme Kurulu Kuruluş ve Görevleri Yönetmeliği'nin, Anayasanın 123. ve 124. maddelerine aykırı olduğunu, 2863 ve 2919 sayılı Kanunlara göre ise taşınmaz kültür ve tabiat varlıklarının korunmasına ilişkin gerekli önlemleri alma yetkisinin kendisinde bulunduğunu ileri sürmüştür. Bakanlık, TBMM'ye bağlı saraylar, köşklar ve kasırlar hakkındaki Meclis yetkisinin, yalnızca bakım, onarım ve korumayla sınırlı olduğunu iddia ederek ilgili yönetmeliğin iptalini talep etmiştir (Danıştay, 6.D., E.1996/91, K.1996/929, T. 28.02.1996, 471-77).

Danıştay'ın 28.02.1996 tarihli kararına göre;

“ ...

Korunması gerekli taşınır ve taşınmaz kültür ve tabiat varlıkları ile ilgili tanımları belirlemek, yapılacak işlem ve faaliyetleri düzenlemek, bu konuda gerekli ilke ve uygulama kararlarını alacak teşkilatın kuruluş ve görevlerini teşkil etmek amacıyla 2863 sayılı yasa kabul edilmiş, anılan yasanın 10. maddesinin 1. fıkrasında her kimin mülkiyetinde veya idaresinde olursa olsun taşınmaz kültür ve tabiat varlıklarının korunmasını sağlamak için gerekli tedbirleri almanın Kültür Bakanlığının yetkisinde olduğu kabul edilmiş, 2., 3., 4. ve 5. fıkralarında ise Türkiye Büyük Millet Meclisi idare ve kontrolünde bulunan Kültür ve Tabiat Varlıklarının korunmasının Türkiye Büyük Millet Başkanlığınca yerine getirileceği, bu korunmanın sağlanmasında gerektiğinde Kültür Bakanlığının teknik yardım ve işbirliğinin sağlanacağı, Milli Savunma Bakanlığının idare ve denetiminde veya sınır boyu ve yasak bölgede bulunan kültür ve tabiat varlıklarının korunması ve değerlendirilmesinin Milli Savunma Bakanlığı ile Kültür Bakanlığı arasında düzenlenecek protokol esaslarına göre yürütüleceği, Vakıflar Genel Müdürlüğü'nün idaresinde veya denetimindeki mazbut veya mülhak vakıflara ait taşınmaz kültür ve tabiat varlıkları ile gerçek ve tüzel kişilerin mülkiyetinde bulunan han, hamam, mescit, zaviye, mevlevihane, çeşme vb. kültür varlıklarının korunması ve değerlendirilmesinin koruma kurulları kararı alındıktan sonra Vakıflar Genel Müdürlüğüne yürütüleceği, diğer kamu kurum ve kuruluşlarının mülkiyetinde bulunan taşınmaz kültür ve tabiat varlıklarının korunma ve değerlendirilmesinin bu kanun hükümlerine uygun olarak kendileri tarafından sağlanacağı belirtilmiş, aynı Yasanın 51. ve 57. maddelerinde kültür ve tabiat varlıklarını koruma yüksek kurulu ile koruma kurullarının kuruluş, görev yetki ve çalışma şekli düzenlenmiş, korunması gerekli taşınmaz kültür ve tabiat varlıklarının korunması ve restorasyonu ile ilgili işlerde uygulanacak ilkeleri belirlemek Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Yüksek Kurulunun görevleri arasında gösterilmiştir.

2919 sayılı Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Sekreterliği Teşkilat Kanununun 3. maddesinin (1) bendinde ise, Türkiye Büyük Millet Meclisi yönetiminde bulunan milli saray, köşk, kasır ve müştemilatının bakım, onarım ve muhafazası ile ilgili hizmetleri yapmak, Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Sekreterliğinin görev ve sorumlulukları arasında sayılmıştır.

Türkiye Büyük Millet Meclisi Milli Saraylar Daire Başkanlığı bünyesindeki saray, köşk ve kasırlar ile bunların içinde bulunan taşınır kültür varlıkları, tarihi bahçeleri ve çevrelerinin koruma ve değerlendirme hizmetlerinin... yürütülmesini sağlamak üzere kurulan “Koruma ve Değerlendirme Kurulu” nun oluşumu, görevleri ile çalışma usul ve esaslarını belirlemek amacıyla davaya konu yönetmelik yayımlanmış ise de, T.C. Anayasasının anılan maddesiyle idarelerin yönetim ve oluşum biçimlerinin kanunla düzenleneceği... hükme bağlanmıştır.

Uyuşmazlık konusu olayda, Türkiye Büyük Millet Meclisi bünyesindeki kültür varlıklarının bakım, onarım ve muhafazası ile ilgili olarak 2919 sayılı yasanın 2. maddesiyle Milli Saraylar Daire Başkanlığının oluşturulduğu, bu oluşumun dava konusu edilen yönetmelikle değiştirilerek bazı üyeleri kurum dışından atanan kişilerden oluşan Milli Saraylar Koruma ve Değerlendirme Kuruluna kanunda öngörülen yetki ve görevlerin verilmesi sonucunda, anılan daire başkanlığının görev ve yetkilerinin kaldırıldığı veya anılan kurulca paylaşıldığı, bu durumda Anayasada öngörülen idarenin kuruluşunun kanunla düzenleneceğine ilişkin hükümlere aykırı olarak tesis edilen yönetmelikte hukuka uyarlık bulunmamaktadır.

Diğer taraftan, idare hukukunda düzenleyici işlem niteliğinde bulunan yönetmeliklerin çıkarılması ve yürürlüğe girebilmesi için ilgili kanunda açık hüküm bulunması, diğer bir deyişle kanunun öngördüğü, sınırları ve içeriği belirlenen bir konuda yönetmelik çıkarılabileceği gibi kanunda böyle bir yetkinin bulunmaması durumunda T.C. Anayasasının anılan 124. maddesinde belirlenen esaslar çerçevesinde idarelerce yönetmelik çıkarılabileceği öngörülmüştür... yeni bir teşkilatın kurulmasına, görev ve yetkilerinin belirlenmesine yönelik olarak çıkarılan dava konusu yönetmeliğin, Anayasasının anılan maddesinde öngörülen kanunların ve tüzüklerin uygulanmasını sağlamak üzere yönetmelik çıkarılacağına ilişkin hükmüne ... aykırı olduğu açıktır.

...

Yukarıda yer alan 2863 ve 2919 sayılı Yasa hükümlerinin birlikte değerlendirilmesinden, mülkiyet ilişkisine bakılmaksızın Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Yüksek Kurulunun saptayacağı ilkeler doğrultusunda taşınmaz kültür ve tabiat varlıklarının korunması kapsamında muhafaza, bakım, onarım, restorasyon, fonksiyon değiştirme işlemleri konusunda gerekli önlemleri almanın Kültür Bakanlığı'nın yetkisinde olduğu tartışmasızdır...Kültür Bakanlığı'na verilen bu yetkinin, Türkiye Büyük Millet Meclisi'ne devredildiğine ilişkin hiçbir yasal düzenleme olmadan sözü edilen yönetmelik hükümlerine göre ihdas edilen yetkiye dayanarak Milli Saraylar Daire Başkanlığı'na bağlı kültür varlıklarını koruma ve değerlendirme hizmetlerinin yürütülmesini sağlamak üzere 2863 sayılı Yasadaki yetkilere sahip olarak “Koruma ve Değerlendirme Kurulları” oluşturulması amacıyla düzenlenen... yönetmelik bu nedenle... hukuka uyarlık bulunmamaktadır”.

Danıştay, yukarıda belirtilen nedenlere dayanarak, dava konusu yönetmeliğin iptaline karar vermiştir.

3.2.5. Personele İlişkin Yetkiler

Başkanlık Divanı'nın kendi personeline ilişkin olarak yaptığı idari işlemler açısından yetkileri İçtüzükten ve Genel Sekreterlik Kuruluş Kanunundan kaynaklanmaktadır. Bunları örneklemek gerekirse:

İçtüzükten kaynaklananlar;

- Genel Kurul Salonundaki görevlilerin kıyafetlerini belirlemek (İç. md.56/3).
- TBMM'nin iç hizmetlerine ilişkin düzenleyici kararlar almak (İç. md. 171).
- TBMM kütüphanesinden yararlanma koşullarını bir yönetmelikle saptamak (İç. md. 173) (Bakırcı, 2000, 263).

Genel Sekreterlik Kuruluş Kanunundan kaynaklananlar;

- 13.10.1984 tarihli 2919 sayılı Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Sekreterliği Teşkilat Kanunu'na bağlı cetvellerde belirtilen kadro sayısı ile sınırlı kalmak kaydıyla, yılda bir kez, kadro derecelerinde gerekli değişiklikleri yapmak,
- Personelin özlük haklarına ilişkin yetkileri kullanmak,
- Komisyonlarda sözleşmeli olarak çalıştırılacak raportörlerin ücret ve diğer haklarını düzenleyen kararlar almak,
- Yasama etkinlikleriyle ilgili özel bilgi ve uzmanlık gerektiren konularda çalıştırılacak sözleşmeli personelin ücretlerine, sözleşme usul ve esaslarını belirlemek,
- Uzman ve uzman yardımcılığı kadrolarına ilişkin atama ilkelerini belirlemek,
- Mecliste çalışan personele ödenen özel hizmet tazminatıyla ilgili konuları belirlemek (İba, 2001, 254-55) biçiminde özetlenebilir.

Başkanlık Divanı'nın TBMM'de görevli bütün personele ödenecek ek göstergelerin saptanması konusundaki yetkisinin 375 sayılı KHK'nin yürürlüğe girmesinden sonra da devam edip etmeyeceğine Danıştay 1. Dairesi 4.10.1990 tarihinde karar vermiştir. Bu karara göre;

657 sayılı Devlet Memurları Kanununun değişik 36 ncı maddesinin (F) fıkrasında, Türkiye Büyük Millet Meclisinde asli ve sürekli görevlerde bulunanların kadro, ünvan, derece, ek gösterge, intibak ve diğer özlük haklarının tespit ve kullanılmasında Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlık Divanının yetkili olacağı açıklanmış bulunmaktadır.

Diğer taraftan, 375 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin 3 üncü maddesiyle ek göstergeler yeniden belirlenmiş ancak, göstergelerin Türkiye Büyük Millet Meclisinde görevli personel için uygulanacağı yolunda bir hüküm getirilmemiştir.

Açıklanan hükümlerden Türkiye Büyük Millet Meclisinde asli ve sürekli görevlerde çalışan çeşitli hizmet sınıflarına mensup personelin ek göstergelerinin tesbiti konusun-

da Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlık Divanı'na tanınan yetkide 375 sayılı Kanun Hükümünde Kararnameyle bir değişiklik yapılmadığı anlaşılmaktadır (Danıştay, 1.D., E.1990/111, K.1990/249, T.4.10.1990, 47-51).

3.3. Meclis Başkanlığı İşlemleri

Meclis Başkanlığı'nın idari olan ve Anayasadan kaynaklanan işlemleri, Meclisin bütün büna, tesis, eklenti ve arazisinde gerçekleştirilen kolluk ve yönetim hizmetlerine ilişkin olanlardır (1982 Any. md. 95/III).

Meclis Başkanlığı'nın bu yetkisinin öngörüldüğü benzer bir düzenleme İçtüzükte karşımıza çıkmaktadır. İçtüzüğün 14. maddesinde belirtildiği üzere; "Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin idari ve mali işleri ile kolluk işlerini yürütmek ve denetlemek" başkanın görevleri arasında yer almaktadır (İba, 2001, 242).

1961 Anayasası dönemindeki bir yargı kararı, Meclis Başkanlığı'nın idari işlemlerine örnek olarak gösterebiliriz. 5.4.1978 tarihinde Sayıştay Başkanlığı için yapılan seçime ilişkin olarak Sayıştay Başkanı'nun aylık ve ödeneklerini ita amiri sıfatıyla ödemeyen ve davalı idare kabul edilen Millet Meclisi Başkanlığı'nın bu işleminin iptali yönünde dava açılmıştır. Davanın görülmesi çerçevesinde, Sayıştay Başkanı'nun seçimi usulü tartışılmış olmakla birlikte, davacı Sayıştay Başkanı'na görevine başladığı tarihten itibaren aylık ve ödeneklerinin ita amiri sıfatıyla Millet Meclisi Başkanlığı'nca verilmemesi işlemi iptal edilmiştir. (Danıştay, 5. D., E.1978/5410, K.1978/4239, T.27.12.1978, 298-301).

3.4. Sayıştay Üyelerinin Seçimi

Sayıştay Başkan ve üyelerinin seçimi konusunda da TBMM'nin yetkisi ve özellikle seçim işlemlerinin hukuki niteliği tartışılmıştır. 1961 Anayasası döneminde olduğu gibi 1982 Anayasası döneminde de Sayıştay başkan ve üyelerinin seçimine yönelik olarak gerek Danıştay gerekse de Anayasa Mahkemesi'nin kararları söz konusudur.

1961 Anayasası döneminde Sayıştay Birinci Başkanı ve yedi üyesinin seçimine ilişkin TBMM Bütçe Karma Komisyonu kararı ve bu kararı onaylayan Cumhuriyet Senatosu kararı, dava konusu olmuştur. Davaya bakan Danıştay 3. Dairesi, karar gerekçesinde yasama organının bu işleminin hukuki niteliğine de değinmiştir. Buna göre;

"... Sayıştay Birinci Başkanını seçme işlemi bir yasama işlemi olmadığı gibi bir içtüzük düzenlemesi veya değiştirilmesi de değildir. Keza, yasama dokunulmazlığının kaldırılması veya üyeliğin düşmesi işlemi de olmadığına göre Karma Komisyonca Sayıştay Birinci Başkanını belirleme işlemi seçim yöntemiyle gerçekleştirilen bir atama tasarrufu dolayısıyla bir idari tasarruftur. Bu atama tasarrufunun Meclislerin Genel Kurullarınca ayrı ayrı onaylanması gereğinin amacı, TBMM adına denetleme görevi yapan Sayıştay'ın Başkanlığı'na atanan kişinin, TBMM'yi oluşturan meclislerce uygun görülmesi, benimsenmesinin sağlanmasından ibarettir" (Danıştay, 3.D., E.1978/834, K.1978/894, T.18.07.1978, 175-76).

TBMM, Sayıştay başkan ve üyelerinin seçimi için doğrudan görevlendirilmemekle birlikte, başkan ve üyelerin nitelikleri ve atanmalarının kanunla düzenleneceği (Any. md. 160/3) Anayasada öngörülmüştür. Başkanlık için aday belirlenmesi ve gerekli değerlendirmelerin

yapılması amacıyla Ön Seçim Geçici Komisyonu kurulur. Daha sonra Ön Seçim Geçici Komisyonu tarafından belirlenen iki aday arasından TBMM Genel Kurulu'nca gizli oyla seçim yapılır (Bakırcı, 2000, 490-92).

Sayıştay Kanunu'nun ek 8. maddesi gereğince, TBMM Genel Kurulu'nda yapılacak Sayıştay Birinci Başkanlığı seçimleri için söz konusu olan sürecin bir benzeri Sayıştay üyeleri için de öngörülmüştür. Buna göre üyelerin seçimi için de gerekli değerlendirmeleri yapmak ve aday belirlemek üzere Ön Seçim Geçici Komisyonu yetkili kılınmıştır. Komisyon'un belirlediği adaylar arasından nihai seçimi Meclis Genel Kurulu yapmaktadır.

Ek 8. madde 20.08.1996 tarihinde açılan iptal davasına konu edilmiştir. Ancak, Anayasa Mahkemesi'nin de işaret ettiği üzere;

“...komisyon, Plan ve Bütçe Komisyonu'nun üyeleri arasından siyasi partiler ile bağımsızların TBMM'ndeki temsil güçleri oranında ve ad çekme usulü ile belirlenen onbeş kişiden oluşacak, mevcudun salt çoğunluğu ile toplanarak gizli oyla karar verecektir. TBMM kimi konuların ön incelemesini kuracağı komisyonlara yaptırır. Bu durum, toplu çalışmanın doğal sonucudur. Komisyonlar çalışmalarında TBMM'ne yardımcı olmakla görevlidirler.

TBMM'nin bu yetkisini kullanırken seçimin genel kurulda kolay ve süratli bir biçimde sonuçlandırılmasını sağlamak amacıyla oluşturulan bir komisyona hazırlık işlemlerini yaptırmasında (aday belirleme) Anayasa'nın 87. ve 160. maddelerine aykırılık yoktur. Sayıştay Birinci Başkanı ve üyeleri, ön seçim geçici komisyonunca seçilmediğine ve bu komisyonca belirlenen iki adaydan biri nihai olarak TBMM genel kurulunca seçildiğine göre, genel kurula ait bir yetkinin komisyonca kullanıldığından söz edilemez” (AYM, E.1996/58, K.1996/43, T. 20.11.1996, 225-26).

Anayasa Mahkemesi, belirtilen bu nedenlerle ek 8. maddenin iptal edilmesine yönelik istemin reddine karar verilmiştir.

Bununla birlikte karşı görüş olarak Sayıştay başkan ve üyelerinin seçiminde TBMM'nin Anayasa tarafından açıkça yetkili kılınmadığı, Meclisin bu yetkiyi 832 sayılı Sayıştay Kanunu ile elde ettiği ileri sürülmüştür. Öyle ki, Sayıştay Kanunu Anayasanın 6. maddesinde düzenlenen “hiçbir kimse veya organ kaynağını anayasadan almayan bir devlet yetkisi kullanamaz” hükmüne aykırılık teşkil etmektedir. Anayasa'nın 87. maddesinin yazılışı gereğince, yasama organının görev ve yetkilerinin sınırı çizilmiştir. Ayrıca, 87. maddede TBMM'ye ait olduğu belirtilen diğer bazı yetkilerin, mutlaka Anayasa'nın ilgili maddelerinde düzenlenmesi gerekmektedir. Böyle bir düzenlemenin yokluğu, Sayıştay başkan ve üyelerinin seçimi için söz konusudur ki; bu durumda, TBMM kanun yoluyla kendisine Anayasa ile verilmemiş yeni yetkiler edinmektedir. Oysa ki, TBMM'ye ait olduğu belirtilmeyen tüm görev ve yetkiler, organik bağlamda yasama faaliyetlerinin dışında kalmaktadır (Sabuncu, 1988, 403).

1982 Anayasası döneminde, Sayıştay seçimlerinin dava konusu olduğu bir diğer örnek de TBMM Bütçe ve Plan Komisyonu'nca yapılan ve 12.11.1985 tarihinde TBMM Genel Kurulu'nca onaylanan seçim işlemidir. Seçim işleminin bir kısmının iptali için Ankara 6. İdare Mahkemesi'nde dava açılmış ve mahkeme de iptal isteminin reddine karar vermiştir. Ankara 6. İdare Mahkemesi'nin red kararı aleyhine, davacı temyiz başvurusunda bulunmuştur. Temyiz incelemesini gerçekleştiren Danıştay 5. Dairesi 16.12.1987 tarihinde verdiği kararla temyiz talebini reddederek, ilk derece mahkemesinin kararını onamıştır. Danıştay 5. Dairesi'nin onama kararının gerekçesine göre:

“2709 sayılı Anayasanın 125. maddesinde “idarenin her türlü eylem ve işlemlerine karşı yargı yolu açıktır...” hükmü yer almakta, 2577 sayılı İdari Yargılama Usulü Kanununun 2. maddesinin 1. fıkrasının (a) bendinde ise “idari işlemler hakkında yetki, şekil, sebep, konu ve maksat yönlerinden biri ile hukuka aykırı olduklarından dolayı iptalleri için menfaatleri ihlal edilenler tarafından iptal davası açılacağı öngörülmektedir. Bu hükümlerin birlikte değerlendirilmesi sonucunda iptal davalarında idari yargı denetimi yapılabilmesi için iki unsurun bir arada bulunması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Bu unsurlar, idari makam ve bu makamca tesis edilmiş olan, kesin ve yürütülmesi zorunlu nitelikte bir idari işlemin varlığıdır. İdari makam ve mercilerin, idari görevleriyle ilgili olarak tesis ettikleri tek taraflı doğrudan uygulanabilir nitelikteki işlemleri idari işlem olarak tanımlanmaktadır. Bir işlemin “idari işlem” olarak tanımlanabilmesi için o işlemin idari bir makam tarafından tesis edilmiş olması genellikle kabul edilmektedir.

Kuvvetler ayrılığı ilkesini benimsemiş olan Anayasamızda TBMM'nin görev ve yetkileri yasama bölümünde düzenlenmiştir. Bu haliyle TBMM Genel Kurulunun ve TBMM İçtüzüğüne göre oluşturulmuş olan Plan ve Bütçe Komisyonunun Anayasa sistemimiz içinde “idari makam” olarak düşünülmesi hiçbir biçimde mümkün değildir. TBMM Başkanlığınca TBMM’de görev yapan personel hakkında tesis edilen işlemlere karşı açılan davalarda ise, bu işlemler fonksiyonel açıdan idari nitelik taşıdığından ve TBMM Genel Kurulu ve Komisyonlarının bir tasarrufu olarak düşünülme-yeceğinden durum uyumsuzluk konusu işten farklı bir niteliğe bürünmekte ve bu konudaki davalar idari yargı mercilerinin görev alanına girmektedir.

Açıklanan duruma göre, “idari bir makam” olarak kabul edilemeyeceği tartışması olan yasama organının Sayıştay’a üye seçilmesiyle ilgili olarak 9.11.1985 tarihinde Plan ve Bütçe Komisyonunca yapılan ve 12.11.1985 tarihinde TBMM Genel Kurulunca onaylanmış olan tasarrufun idari yargı denetimine tabi tutulması olanak dışıdır” (Danıştay, 5.D., E.1987/2379, K.1987/1785, T.16.12.1987, 271-74).

Yukarıda belirtilen kararlar ışığında Danıştay’ın 1961 Anayasası dönemindeki yaklaşımı ile 1982 Anayasası sonrasındaki tutumu, birbirinden farklılık arz etmektedir. Yüksek mahkeme, 1978 yılında vermiş olduğu kararında Sayıştay’a üye seçimine ilişkin Meclis komisyonu kararını bir idari işlem olarak kabul ederken; 1987 yılında vermiş olduğu kararla, bu içtihadından dönmüş ve organik ölçütü esas alarak, işlemi gerçekleştiren makamın yasama organı olması nedeniyle, söz konusu seçim işleminin bir idari işlem olamayacağı sonucuna varmıştır.

AKILLIOĞLUNA’a göre Danıştay, kararları içinde tutarlılığını koruyamamaktadır. Çünkü, temyiz incelemesini gerçekleştiren Danıştay 5. Dairesi bir yandan organik ölçütü önemsemekle birlikte, diğer yandan bunun tek başına yeterli olmadığı sonucunu doğuran kararlar da vermektedir. Öyle ki, Daire çoğunluğuna göre, Meclis Başkanlığı’nın personel hakkında yaptığı işlemlere karşı açılan davalara bakılmış ve söz konusu işlemler işlevsel olarak bir idari işlem olarak kabul edilmiştir. Eğer organik ölçüt tek başına yeterli bulunmuyorsa, bu durumda öteki öğeleri oluşturan konu ve biçim unsurları dikkate alınacaktır. Danıştay 5. Dairesi’nin çoğunluk üyesi, TBMM Başkanlığı’nın personel hakkındaki işlemlerini işlevsel açıdan idari bulurken, Komisyon ve Genel Kurulun seçime ilişkin işlemlerini konusu bakımından idari bulmuyorsa, bu yaklaşım çelişkili ve hatalıdır. Çünkü, TBMM Başkanlığı’da Komisyon ve Genel Kurul kadar organik açıdan yasama organına dahildir (Akıllıoğlu, 1988, 196).

Danıştay'ın kararını eleştiren ERKUT'a göre de, söz konusu TBMM kararı, bir yasama işlemi olmadığı gibi parlamento işlemi de değildir. Hukuki rejimi açıkça belirli olmayan bütün devlet faaliyetlerinin idare hukuku kapsamında düşünülmesi gerekmektedir. Bu kabullün doğal sonucu olarak, yasama işlevine ilişkin olmayan TBMM kararlarının idare işlevi içinde değerlendirilmesi ve bu nedenle de iptal davasına konu olan bir idari işlem olarak kabulü gerekir. Yüksek Mahkeme'nin 1982 Anayasası dönemindeki yaklaşımı ise, yalnızca yeni bir yargı bağımsızlığı yaratmaktan öteye gitmemektedir (Erkut, 1990, 76).

832 sayılı Sayıştay Kanunu'nun bazı maddelerini değiştiren ve bu kanuna bir ek madde ekleyen 1.11.1990 tarihli ve 3677 sayılı Kanununun 1., 2., 3. ve Geçici 1. maddelerinin Anayasaya aykırılığı savıyla dönemin ana muhalefet partisi SHP Grubu adına dava açılmıştır. İptali istenen 3677 sayılı Kanununun 2. ve 3. maddeleri, Sayıştay Kanunu'nun Sayıştay başkanı ve üyelerinin seçimine ilişkin olan 5. ve 6. maddelerinin değiştirilmesine yönelik olup, Geçici 1. maddesi de Sayıştay Genel Kurulu'nda halen devam etmekte olan üye adaylığı seçimleriyle ilgilidir. Anayasaya aykırılık sorunu, iptal isteminin anayasal dayanaklarından birini oluşturan Anayasanın 87. maddesi açısından incelenmiştir. İnceleme ile Sayıştay'ın kuruluşu, üyelerinin seçimi ve hukuksal yapısı ile yasama organının bu yöndeki işleminin niteliği ortaya konmuştur. Buna göre:

“Anayasa Sayıştay Başkanı ve üyelerinin seçimi konusunda açık bir kural koymamıştır. Ancak, bu konuda yasa ile yapılacak düzenlemenin de Sayıştay'a ilişkin Anayasa'nın 160. maddesi ile TBMM'nin görev ve yetkilerini sayan 87. maddesinin özüne ve sözüne uygun olması gerekir.

Türkiye Büyük Millet Meclisi adına denetim yapan anayasal bir organın Başkanı ve üyelerinin seçimi Anayasa'da gösterilmemiş ise de, bu seçimlerin TBMM genel kurulunca yapılması anayasal sistemin, diğer bir anlatımla TBMM ile Sayıştay arasındaki ilişkinin doğal sonucudur. Anayasanın 87. maddesi karşısında, dava konusu 5. ve 6. maddelerdeki seçimlerin TBMM Bütçe ve Plan Komisyonu'na bırakılması, seçimlerin TBMM tarafından yapılmış sayılıp sayılmayacağı sorunu doğurmaktadır.

Türkiye Millet Meclisi Komisyonları, TBMM İçtüzüğü'ne göre kurulurlar. Ancak, istisnai olarak Bütçe Komisyonu'nun kuruluş biçimi Anayasa'nın 162. maddesi ile gösterilmiştir. TBMM komisyonları, onları kuran ve onları görevli ve yetkili kılan meclis genel kurullarına bağlı olarak ve onlar adına parlamenter faaliyetlerin hazırlık safhasını yürüten, meclis içi kuruluşlardır...

Anayasa'nın 162. ve 164. maddeleri bütçe yasası tasarıları ile kesin hesap kanun tasarılarını inceleme yetkisini Bütçe Komisyonu'na vermiştir. Bütçe Komisyonu'nun görevleri bu çerçevede sınırlıdır. Sayıştay ile ilgili seçimler TBMM'nin istisnai olarak kullandığı ve maddi anlamda, idari nitelikte olan bir yetkidir. Türkiye Büyük Millet Meclisi'ne ait bir yetki Bütçe Komisyonu dahil hiçbir Meclis Komisyonunca kullanılamaz.

Yukarıda açıklanan nedenlerle Sayıştay Yasası'nın 5. maddesi ile 6. maddesinin üçüncü, dördüncü ve beşinci fıkraları Anayasa'nın 87. maddesine aykırıdır ve iptali gerekir.

...

Sayıştay Birinci Başkanı ve üyelerinin TBMM yerine Meclis Komisyonlarınca seçimlerini öngören 5. maddesi ile 6. maddesinin üçüncü, dördüncü ve beşinci fıkraları

nın iptali ile ilgili gerekçeler geçici 1. maddenin iptali için de aynen geçerlidir ve bu yüzden geçici maddenin de iptali gerekir” (AYM, E.1990/39, K.1991/21, T.11.7.1991, 423, 454-58).

Anayasa Mahkemesi, yukarıda belirtilen gerekçelerle ilgili maddelerin iptaline karar vermiştir. Sayıştay’a üye seçimi gibi bir birel koşul işlemin yapılması konusunda Anayasa ile yasama organına açıkça yetki verilmemesine karşın, Anayasa Mahkemesi, TBMM’nin bu yetkiye sahip olduğunu kabul etmektedir. Bu yetkinin, TBMM Genel Kurulu’nca yapılmasının, TBMM ile Sayıştay arasındaki ilişkinin doğal bir sonucu olduğunu ifade eden Anayasa Mahkemesi, işlemin ilgili komisyonca değil Genel Kurulca yapılması gerekliliğini vurgulamaktadır.

3.5. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Üyelerinin Seçimi

Anayasanın 6. maddesi düzenlemesine göre hiçbir kimse ve organ, kaynağını Anayasadan almayan bir devlet yetkisini kullanamayacaktır. TBMM’nin, Radyo Televizyon Üst Kurulu üyelerini seçme yetkisi açısından en ciddi anayasal sorunu bu yetkisizlik durumu oluşturmaktadır. Her ne kadar TBMM’nin görev ve yetkilerini genel olarak düzenleyen 87. madde aynı zamanda “Anayasanın diğer maddelerinde öngörülen yetkileri kullanmak...” biçiminde kaleme alınmışsa da, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ve Kurul üyelerinin seçimi ile ilgili olarak Anayasada açıklık mevcut değildir. Bu nedenle, Kurul üyelerinin TBMM tarafından seçilmesi eleştirilmekte ve seçim biçimi doğrudan Anayasada öngörülmediği için Anayasaya aykırı olduğu ileri sürülmektedir (Bayraktar, 1998, 38). Sayıştay ile karşılaştırıldığında, aradaki fark, Anayasal düzenleme olarak karşımıza çıkmaktadır. Sayıştay’ın oluşumuna yönelik doğrudan anayasal bir düzenleme getirilmemekle beraber, bunun kanunla yapılacağı Anayasanın 160. maddesinde belirtilmiştir. Oysa ki, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’na ilişkin olarak, bu tarz bir düzenleme öngörülmemiştir.

13.04.1994 tarih ve 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunla bu yetkiyle donatılan yasama organının, Kurul’a üye seçiminin yasama işleviyle ilintili olması mümkün değildir. Sayıştay’a üye seçimine benzer biçimde, bu seçim işleminin de idari bir işlem kabul edilmesi gereklidir. Çünkü, ortada idari bir kurula yapılan, birel, öznel ve bir kez kullanıp tükenen atama işlemi söz konusudur.

4. SONUÇ

Kuvvetler ayrılığı ilkesinin gereği olarak tek egemenlik çatısı altında oluşan yasama - yürütme - yargı organlarından, yasama ve yürütme ilişkisi, aynı zamanda hükümet sistemlerinin oluşumuna kaynaklık etmiştir. Bu çerçevede yasama ile yürütme, arasındaki işlevsel farklılık her zaman çok kesin ve net çizgilerle ortaya konamamaktadır. Bu nedenle genel, nesnel, bir kez uygulanmakla tükenmeyen yasama işlemleri ile öznel, birel ve bir kez uygulanmakla tükenen idari işlemlerin mutlaka ilgili organlarca yapılması gerektiğini ya da diğer bir deyişle yapıldığını iddia etmek mümkün değildir. Yasama ve yürütme organlarının klasik alanlarına yönelik işlemleri onların işlev alanlarının sınırlarını ortaya koymakla birlikte; bu organların, istisnai olarak değerlendirebileceğimiz ve bir diğerinin alanına ilişkin işlem yapabilme kabiliyetleri / yetkileri onların asıl işlevlerini ortadan kaldırmamaktadır.

Kuvvetler ayrılığında, kuvvetlerin birbirlerinin faaliyet alanlarına yönelik işlemlerde bulunmalarından kaynaklanan “fonksiyon gasbı” kavramını, farklı kuvvetleri temsil eden yasama ve yürütme organlarının işlemlerine uyguladığımızda; belki de, kaçınılması mümkün olmayan en önemli sonuç, mutlak bir işlev ayırımına gidilemeyeceğidir. Çünkü, organların yapıları gereği kendi işlev alanları dışında işlem ya da faaliyette bulunmamaları olanak dışı gözükmektedir. Aksi hal, her iki organın işlev alanı açısından ciddi anlamda bir yavaşlığın doğmasına neden olacaktır. Yürütme organının kendi birimlerinde düzenleyici işlem yapma gereksinimlerinin giderilmesi için yasama organının işlem yapmasının beklenmesi ile yasamanın kendi bünyesindeki unsurlar açısından yapılması gerekli birel işlemler bakımından yürütme organına muhtaç kılınması arasında doğacak tıkanıklık sıkıntısı açısından bir fark yoktur.

Ancak, yasama organına tanınan ve belli bir geçmişi olan idari işlemlerde bulunabilme yetkisinin, halen varlığını sürdürmesi de tartışmaya açıktır. Buna en güzel örnek olarak, Meclisin Milli Saraylara ilişkin yetkilerini gösterebiliriz. Yasama organının bazı idari işlemleri yapabileme yetkisinden arındırılması yoluna gidilirken dikkat edilmesi gereken nokta; yasama organının bünyesi içinde olmayan ve yürütme organının, bakanlıkları, dolayısıyla idare örgütü ile rahatlıkla yapabileceği alanların seçilmesi gereğidir. Sonuç itibarıyla; bu yetki azaltımına karşın ne yasama organını yalnızca kendi klasik alanına hapsedmek olasıdır ne de idareyi kendi işlev alanıyla sınırlamak doğrudur.

Yasama ve yürütme organlarının işlev alanlarının sınırlarını belirginleştirmek önemli olmakla birlikte; bugün için üzerinde durulması gereken asıl sorun, kuvvetlerin yaptığı işlemlerin yargısal denetiminde karşımıza çıkmaktadır. Özellikle, yasama organının yaptığı idari işlemler açısından idari yargı yolunun açılması, hukuk devletinin kökleşmesi ve etki alanının yaygınlaşması bakımından bir gerekliliktir. Anayasanın 36. maddesinde düzenlenen hak arama hürriyetinin yaşama geçmesi ve anlam kazanabilmesi için, yasama organının idari işlemlerinin yargı organlarıncı denetlenmesi zorunluluk arz etmektedir. Anayasanın 125. maddesinde “idarenin her türlü eylem ve işlemlerine karşı yargı yolu açıktır” denerek yargısal denetim mekanizması oluşturulmuştur. Her ne kadar, işlemi yapan yasama organı da olsa, maddi ölçüt gereğince yapılan işlemlerin idari nitelikli olması, yasama organını da o işlem açısından idare konumuna sokacak ve dolayısıyla 125. madde kapsamında değerlendirilmesine neden olacaktır. İşlemleri yapan makamın yasama organı olması, sırf bu niteliği sebebiyle, idari işlemler açısından yargısal denetimden ayırık tutulan hallerin kapsamını genişletmek sonucunu doğurmamalıdır.

Buna karşın, Anayasanın 87. maddesinde yasama organının yapabileceği belirtilen ve fakat idari niteliğe sahip işlemlerin, organik ölçüt gereğince yasama işlemi olarak kabul edilmesi ve yargı denetiminin kapsamı dışına çıkarılması Anayasanın 2. maddesinde düzenlenen hukuk devleti ilkesi ile bağdaşmamaktadır. Çünkü, bu kabul ile yargısal denetimin kapsamı daraltılarak, yasama organının bu tür işlemleri için yargı yolunun önü kapanmaktadır.

İşlemlerin, yasama işlemi olduğunu bir an için kabul ettiğimizde, yargı yolunun açılabilmesi için, işlemlerin muhataplarına Anayasa Mahkemesi’ne başvurma hakkının tanınması bir çözüm önerisi olarak görülebilir. Ancak, idari işlemlerin niteliği gereğince, alanında uzmanlaşmış olan idari yargıda denetlenmeleri daha yerinde olacaktır.

KAYNAKÇA

- Akılhoğlu, T. (1988)**, Danıştay ve İdare Mahkemeleri Kararlarından Seçmeler, *Amme İdareleri Dergisi*, Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayını: Sayı no: 1, Cilt no: 21, Ankara, 187-199.
- Anayasa Mahkemesi Kararlar Dergisi (1993)**, Sayı no: 27, Cilt no: 1, Anayasa Mahkemesi Yayını: Ankara.
- _____. (1998), Sayı no: 33, Cilt no: 1, Anayasa Mahkemesi Yayını: Ankara.
- Bakırcı, F. (2000)**, *TBMM'nin Çalışma Yöntemi*, İmge Kitabevi: Ankara.
- Balta, T.B. (1972)**, *İdare Hukuku I Genel Konular*, AÜSBF Yayını: Ankara.
- Bayraktar, K. (1998)**, Tartışılan Bir Kurum: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, *Yiğit Okur'a Armağan*, Galatasaray Üniversitesi Yayını: İstanbul, 35-43.
- Danıştay Dava Daireleri Kurulu Kararları (1965 - 1978). (1981)**, Birinci Kitap, Danıştay Yayını: Ankara.
- Danıştay Dergisi (1979)**, Sayı no: 34-35, Danıştay Yayını: Ankara.
- _____. (1988), Sayı no: 70-71, Danıştay Yayını: Ankara.
- _____. (1992), Sayı no: 82-83, Danıştay Yayını: Ankara.
- _____. (1997), Sayı no: 92, Danıştay Yayını: Ankara.
- Erkut, C. (1990)**, *İptal Davasının Konusunu Oluşturma Bakımından İdari İşlemin Kimliği*, Danıştay Yayınları: Ankara.
- Giritli, İ., Bilgen, P. ve Akgüner, T. (2001)**, *İdare Hukuku*, Der Yayınları: İstanbul.
- Gözler, K. (2000)**, *Türk Anayasa Hukuku Dersleri*, Ekin Kitabevi Yayınları: Bursa.
- Gözübüyük, ř. ve Tan, T. (1998)**, *İdare Hukuku Cilt I Genel Esaslar*, Turhan Kitabevi: Ankara.
- Günday, M. (2002)**, *İdare Hukuku*, Altıncı Bası. İmaj Yayıncılık: Ankara.
- Güneş, T. (1965)**, *Türk Pozitif Hukukunda Yürütme Organının Düzenleyici İşlemleri*, AÜSBF Yayını: Ankara.

- İba, Ş. (2001)**, *Türkiye’de Meclis Başkanlığı ve Başkanlık Divanı*, Nobel Yayın ve Dağıtım: Ankara.
- Onar, S.S. (1952)**, *İdare Hukukunun Umumi Esasları*, Tercüme ve Neşriyat Bürosu: İstanbul.
- Özay, İ.H. (2002)**, *İkinci Bine Kavuşurken Günışığında Yönetim*, Alfa Yayınları: İstanbul.
- Özbudun, E. (2000)**, *Türk Anayasa Hukuk*, Altıncı Baskı, Yetkin Yayınları: Ankara.
- Sabuncu, M.Y. (1988)**, Sayıştay Üyelerinin Seçimi ve 1982 Anayasası, *Bahri Savcı’ya Armağan*, Mülkiyeliler Birliği Vakfı Yayınları: Ankara, 400-405.
- Tanör, B. ve Yüzbaşıoğlu, N. (2001)**, *1982 Anayasasına Göre Türk Anayasa Hukuku*, Yapı Kredi Yayınları: İstanbul.
- Teziç, E. (1980)**, *Türk Parlamento Hukukunun Kaynakları ve İlgili Anayasa Mahkemesi Kararları*, İÜHF Yayını: İstanbul.
- Yayla, Y. (1990)**, *İdare Hukuku I.*, Filiz Kitabevi: İstanbul.

Teknolojiyi Kullanmak ve Teknogerçekçi Olabilmek

Using The Technology And Being A Technorealist

Işıl KABAKÇI*
H. Ferhan ODABAŞI**

Öz: Ürün, süreç, bilgi, amaç ve anlam boyutlarına sahip olan teknoloji, yaşamımızın her boyutunda yer alarak bizlere heyecan verici değişiklikler ve kolaylıklar sunmasının yanı sıra, yeni gerilim ve tehlikeleri de beraberinde getirir. Toplum bilimciler, teknolojinin topluma etkileri açısından teknolojik iyimserlik ve teknolojik kötümserlik olmak üzere iki zıt görüş olduğunu belirlemişlerdir. Bu iki zıt görüş arasında bir uzlaşma ve daha dengeli bir fikir birliği sağlayan teknogerçekçilik, teknolojiyi kendi yaşam biçimimize ve değerlerimize uygun olarak kullanmamız gerektiğini savunan bir görüştür. Bu doğrultuda, bu çalışmanın temel amacı, dengeli teknoloji kullanımı için teknogerçekçikliğini açıklamak ve teknogerçekçilik ilkelerini ayrıntılı bir şekilde incelemektir.

Anahtar sözcükler: Teknoloji kullanımı, teknogerçekçilik, teknolojik iyimserlik, teknolojik kötümserlik.

Abstract: Technology has production, information, purpose and meaning dimensions. Technology takes part in all areas of our life and offers exciting variations and facilities, besides producing new stress and risk sources. Sociologists have stated that there are two opposite opinions, technological determinism and technological pessimism, as to the effects of technology to society. Technorealism is an opinion which defends that we must use the technology as appropriate to our values. In this direction, the purpose of this study is to clarify "technorealism" for using the technology and to examine the principles of technorealism in detail.

Key words: The use of technology, technorealism, techodeterminism, technopessimism.

* Öğr.Gör., Anadolu Üniversitesi Eğitim Fak. Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü, Eskişehir.

** Doç.Dr., Anadolu Üniversitesi Eğitim Fak. Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü, Eskişehir.

1. GİRİŞ

İnsanlığın ilerlemesini sağlayan en kuvvetli güç, hızla gelişen ve yayılan *teknoloji* olmuştur. Teknoloji, bir boyutu ile yaşamı daha kolaylaştırmak için insanın doğaya katkısı olmasının yanı sıra aynı zamanda da insanın çevreyi, bununla birlikte ortamı, daha sonra da evreni anlama çabasıdır.

Teknoloji, ürün, süreç (üretim), bilgi, amaç ve anlam (tinsellik) boyutlarını içermektedir. Teknoloji, *ürün* boyutu ile yalnızca bir makine, makine üreten makine ya da teknik olarak düşünülebilir. Ama, bir ürün olan teknoloji aynı zamanda insan düşüncesi, emeği ve çabasını gerektiren bir *süreç*dir. Ürün ve süreç boyutları olan teknoloji, insanın doğaya bir katkısı olması ve bir insan etkinliği olması ile de *bilgi* boyutuna sahiptir. Her tür teknoloji, yaşama sahip çıkmak, sorunlara pratik çözüm getirmek çabası ile bir *amaca* yönelik olup, çevremizi, ortamları ve evreni tanımaya çalışma ile de belli bir *anlama* sahiptir. Bu nedenle de teknolojinin bir kendi iç işleyişi vardır (İnam, 1999).

Birey ya da toplumların bir kez teknolojinin dışında kalmaları, “hayatın dışında kalmaları” anlamına gelmektedir. Teknoloji, aynı türden araçların “daha iyisine” ulaşma ve bu daha iyinin “etkinliği” oranında, insan hayatını etkilemekte ve değiştirmektedir. Ellul, büyücü ile teknoloji arasında yapısal bir benzerlik olduğunu ifade etmektedir. Nasıl ki büyücü, izlediği süreçler için değil yağmuru yağdıramadığı için ayıplanır, küçük düşürülür, kınanırsa, teknolojinin başarısız olduğu ya da bireyleri hayal kırıklıklarına uğrattığı ve toplumları felaketlerle karşılaştırdığı yer ve zamanlarda da aynı benzer tepkilere ve davranışlara rastlanır (Üşür, 2001).

Teknoloji, yaşamımızın her boyutunda yer alarak bizlere heyecan verici, şaşırtıcı değişiklikler ve kolaylıklar sunar. Aynı zamanda teknoloji, hayatı daha kolay ve daha zevkli yaptığı gibi çoğumuza daha sağlıklı, daha varlıklı bir hayat sunup, daha akılcı olmaya güdüler. Bunların yanı sıra teknoloji, yeni gerilim ve şaşkınlık türleri üreterek ve fiziksel ortamlarımızın bütünleşmesine yeni tehlikeleri empoze ederek, tahmin edilemeyecek şekillerde iş, aile ve ekonomik yaşantılarımızı da etkiler. Bu nedenle de, teknoloji kendi içinde bir ikilemi de beraberinde getirir.

Uçaklar, şu ana kadar kullanılan ulaşım teknolojileri içinde en güvenilir olanı iken endişe verici pek çok uçak kazasını da beraberinde getirebilmektedir. Kimyasal maddeler, yiyecekleri ölümcül mikroplardan korurken, insanlar için ölümcül bir riske de sahiptir. Hiçbir teknoloji mükemmel derecede güvenilir değildir (Guest, 2001). Dahası elektrik ampulü icat edildiği zaman New York Times gazetesi bunun körlüğe yol açabileceği uyarısında bulunmuştu. İletişim teknolojilerindeki hızlı değişim ve gelişmeler, insan hayatına yeni teknolojiler katıp, zaman ve mekan tasarrufu sağlarken, bir yandan da bireysel özgürlükleri kısıtlayarak insan hayatını belirli bir düzeye kadar sınırlama hakkına da sahiptir. Bunun yanı sıra çoğu teknoloji insan hayatını kolaylaştırırken, bir yandan da tehlikeli olabilir. Görüldüğü gibi teknoloji bir yandan en iyi dostumuz iken bir yandan da en tehlikeli düşmanımız olabilir. Diğer bir ifade ile teknolojiler hayatı kolaylaştırmakta, uzaklıkları kısaltmakta, verimi arttırmakta, ama bir diğer boyutu ile de teknolojiler insan yaşayışına sahip olarak, birey ve toplumların yaşamını da denetim altına almakta ve sahiplenmektedir (İnam, 1999). Bu nedenle, teknolojiyi kullanmak öncelikle birey olarak ve toplum olarak, teknolojiyi anlamayı ve anlamlandırmayı gerektirir.

2. TEKNOLOJİ KULLANIMINA İLİŞKİN SINIFLANDIRMALAR

Teknoloji, kavram olarak da bir yönüyle, fiziki nesnelere, aletlere ve süreçlere işaret ederken bir yandan da toplumsal ve bireysel açıdan bir anlam taşımaktadır (Ural, 2000). Kavram olarak iki boyutta incelenen teknolojinin topluma etkilerini araştıran toplum bilimcileri teknolojinin topluma etkileri açısından teknolojik iyimserlik ve teknolojik kötümserlik olmak üzere iki zıt görüş olduğunu belirlemişlerdir (Coşkunoğlu, 2001; Kuban, 1999; Üşür, 2001):

1. *Teknolojik İyimserlik (Teknolojik Determinizm)*: Bu görüşe göre, teknoloji kendi iç dinamiği olan ve kendi kendine bir gelişim izleyen bir olgudur. Diğer bir ifadeyle, bu görüş, “teknolojiyi” *doğal*, “teknolojik değişmeyi” de *doğal süreç* olarak kabul eden bir görüştür. Bu gelişmeye müdahale edilmezse, teknoloji toplumu mutlu yarınlara götürecektir. Teknolojik iyimserliğin uç noktası “**teknoloji hayranlığı (technophilia)**” olarak ifade edilmektedir. Teknoloji hayranlığı, gerekli gereksiz tüm yeni teknolojilerin hayata geçirilmeye çalışılması ve bunun bir güç simgesi haline getirilmesi olarak ifade edilmektedir (Gürcan-Namlu, 2002). Teknoloji hayranı kişiler, teknolojiyle çok ilgili ve teknoloji kullanmaya çok istekli olup, en yeni ve en son teknolojilere ulaşarak bunları kullanma konusunda kendi aralarında adeta yarış içinde olan kişilerdir (Spreser, 1998).
2. *Teknolojik Kötümserlik*: Bu görüşe göre, teknoloji kimi egemen güçlerin elinde insanı ve doğayı denetleme gücüne sahiptir. Bu egemen güçlerin bu teknolojileri dolayısıyla da toplumu giderek daha fazla sömüreceği, denetlemeye alacağı ve ele geçireceği kaçınılmaz bir gerçek olduğu görüşü hakimdir. Ayrıca, bu görüşe göre teknoloji, insanları sürekli tüketime, sığ bilgilere, yaşam kolaylığı ile uyusukluğa ve bağımlılığa sürüklemektedir. Teknolojik kötümserliğin uç noktası, “**teknoloji korkusu (technophobia)**” olarak ifade edilir. Teknoloji korkusu, her tür teknolojiyi reddederek, teknolojiye uyum sağlayamama, teknoloji ürünlerine yönelik, korku, rahatsızlık ve kaygı duymak olarak tanımlanmaktadır (Namlu-Gürcan, 2002; Spreser, 1998). Teknoloji korkusuna sahip bireyler, mümkün olduğunca tüm teknolojilerden uzak durmayı ve kaçmayı tercih ederler.

3. TEKNOGERÇEKÇİLİK

Teknolojiye ilişkin her iki zıt görüş ve tutum ile teknolojinin kimi zaman dost kimi zaman da düşman olması, “bu teknolojik değişiklikler iyi midir, yoksa kötü müdür?” ya da “biz bu değişikliklere kucak mı açmalıyız, yoksa bu değişikliklerden kaygı mı duymalıyız?” sorularını akla getirmektedir

Geçtiğimiz yıllarda, bu ve bunun gibi sorulara cevap olarak ve teknoloji üzerine yapılan tartışmalardaki aşırı derecedeki abartılı ya da iki uç noktadaki fikirlere karşı olarak, bir grup teknoloji yazarı bir araya gelerek 12 Mart 1998’de teknolojiye ilişkin yeni ve daha dengeli bir fikir birliği oluşturarak **teknogerçekçilik** hareketini başlatmışlardır (Bennahum, Biggs ve diğerleri, 1998). Teknogerçekçilik, teknolojinin topluma etkisi üzerinde iki zıt görüş olan teknolojik iyimserlik ve teknolojik kötümserlik arasında bir uzlaşma ve fikir birliğidir. Kendilerini **teknogerçekçi** ya da diğer bir deyişle **teknoloji eleştirmeni** olarak ifade eden 12 teknoloji yazarına göre teknogerçekçilik; mikroçiplerin, dijital bit’lerin ve etkileşimli bilgisayar ağlarının yükselişiyle meydana gelen değişiklikler üzerinde dü-

şünmenin daha ayrıntılı bir yolu olarak tanımlanmaktadır (Bennahum, Biggs ve diğerleri, 1998). Teknogerçekçilik, teknolojiye karşı bireylerin ve toplumların tutumlarını ifade eden sıfırdan eksi sonsuza ($-\infty$) doğru uzanan boyuttaki teknoloji korkusu ve sıfırdan artı sonsuza ($+\infty$) doğru uzanan boyuttaki teknoloji hayranlığına karşı rasyonel bir denge noktasıdır. Diğer bir ifadeyle, teknogerçekçilik, teknolojinin üretimi ve tüketiminde yeni ve daha dengeli bir fikir birliğidir.

Teknogerçekçilik, bilgi çağı söylemleri olarak adlandırılan teknolojinin eşitsizlik ve tekelleşme gibi tüm toplum problemlerini çözebileceği düşüncesinin ya da toplumun mahremiyeti korumak ve küresel erişimi sağlamak gibi tüm teknoloji problemlerini çözebileceği inancının anlamsızlığını ortaya koymaya çalışır (White ve Walker, 1999). Teknogerçekçilik, teknolojinin sunduğu araçların ve teknolojiyle etkileşim sağlayan ortamların insan evrimi ve günlük yaşantıdaki rolü hakkında ayrıntılı olarak düşünmemizi gerektirmektedir. Bu boyutu ile teknogerçekçilik, etkili teknolojik dönüşümün tarih boyunca gerçekleşen yaygın değişim dalgasının bir devamı olduğunu anlamamız açısından da önemlidir. Otomobil, telefon ve televizyonun tarihine baktığımızda (sadece araç olarak değil, aynı zamanda ortaya çıkışları açısından da) göz ardı edilemeyecek maliyetlerinin yanı sıra derin faydalarının olduğunu da görürüz. Bu nedenle de bugünün göze çarpan teknolojilerinden bizi kutsamalarını bekliyoruz, oysa ki ergonomik tasarım ve uygun kullanım ile ortaya çıkması olası beklenmedik sonuçlar ve tehlikeler, her an için temkinli olmamızı gerektirmektedir (Bennahum, Biggs ve diğerleri, 1998).

Kendilerini teknoloji eleştirmenleri olarak nitelendiren teknogerçekçilerin hedefi, teknolojiyi ne baş tacı yapmak ne de ondan uzak durulmasını sağlamaktır. Hedef, teknolojiyi anlamak ve teknolojiyi temel insan değerleri ile tam olarak uyumlu bir şekilde hayata geçirmek ve kullanmaktır. Teknogerçekçiler, teknolojiyle yaşadığımızı fark edip, çözümler aramak ve teknolojiyi kör bir akış içinde sürüklenerek değil, kendi yaşam biçimimize yakışan, değerlerimize uygun düzenlemelerle yaşamamız gerektiğini savunmaktadırlar.

4. TEKNOGERÇEKÇİLİK İLKELERİ

Teknogerçekçilik hareketinin zaman içerisinde gelişen 8 ilkesi vardır. Bu ilkeler aşağıda kısa açıklamalarla sıralanmıştır (Technorealism, 1998; Bennahum, Biggs ve diğerleri, 1998; White ve Walker, 1999; Coşkunoglu, 2001):

1. Teknoloji nötr bir olgu değildir: Teknolojilerin kullanım amaçları, büyük oranda teknolojinin kendi yapısı tarafından belirlenir. Teknoloji, nasıl kullanıldığının yanı sıra bir bıçağın cinayet, yemek pişirmek ve bir ameliyatta sağlığa yönelik kullanımı gibi alışılmış türden örneklerdeki gibi ne için, hangi amaca yönelik kullanıldığına bağlı olarak iyi ya da kötü etkilere sahiptir (Chandler, 2000). Örneğin, bir yazı yazma teknolojisi olarak düşünülen daktilo, faydası ve zararı kullanım amacına bağlı olarak değiştiği için nötr bir teknoloji değildir (Postman, 1993). Her teknolojinin maksatlı ya da maksatsız bir şekilde toplumsal, politik ve ekonomik alana hizmet etme gücü vardır. Değişik teknolojilerin, kullanım eğilimlerini göz önünde bulundurmak, değerlerimizi ve isteklerimizi yansıtan teknolojileri arayıp bulmak hepimiz için önemlidir.

2. İnternet, bir devrim fakat bir ütopya değildir: İnternet, sivil toplumun örgütlenmesine ve bilgi değişimine olanak sağlayan demokratik bir platform olup, toplum, hükümet ve insanlar için geniş bir yelpazede olanaklar sunan olağanüstü bir iletişim aracıdır. İnternet,

ihtiyaç duyulan tüm bilgilere zaman ve mekan sınırı olmaksızın ulaşılmasına olanak vermektedir. Bilgiye ulaşma ve iletişim kurmada büyük olanaklar sağlayan İnternet'in bu olanaklarının yanı sıra, diğer toplumsal ortamlarda olduğu gibi birbiriyle çelişen ve mahremiyet sınırlarını tehlikeye atan unsurları da vardır. Hızlı bir küresel dağılıma sahip olan ve herkesin fikirlerini özgürce paylaştığı bir ortam olan İnternet, özellikle küçük yaştaki teknoloji okuryazarlığı kazandırılmaya çalışılan çocuklar için şiddet, taciz, pornografi ve sömürü gibi bazı tehlikeleri de beraberinde getirmektedir (Odabaşı, 2002). Bu tehlikesinin yanı sıra, İnternet'te sadece geçtiğimiz yılda 2 milyar dolara mal olan 400.000'den fazla başkalarının kimliğini kullanma hırsızlığı olduğu, İnternet aracılığıyla yayılan virüslerin bilgisayara 6 milyar doları geçen bir maliyette zarar verdiği belirlenmiştir (Davenport ve Grünberg, 2001). Bu nedenle, İnternet'in bir ütopya olmadığı aynı zamanda, insanlık için pek çok tehlikeleri de beraberinde getirdiği açıktır.

3. Hükümetler, elektronik boyutu sınırlandırmada önemli hak ve sorumluluklara sahiptir: Yeni teknolojilerin kullanımı ve topluma entegre edilmesinde, bu teknolojilerin çok sayıdaki insan için en faydalı şekilde kullanımına yönelik çalışmalar yapılmasında hükümetlerin önemli sorumlulukları vardır. Demokratik değerlerin koyucusu olan hükümetler, yeni teknolojilerin kullanımı ile ilgili kuralları belirlemelidirler. Unutulmamalıdır ki, her ne kadar yeni teknolojiler bir takım önemli fırsatlar içerseler de, bu teknolojileri insanlığın ortak çıkarları doğrultusunda üreten, kullanan ve denetleyen toplumsal güçler olmaksızın bu yeni teknolojilerden olumlu sonuçlar beklemek mümkün değildir.

4. Enformasyon bilgi değildir: Birbirleri ile çok sık karıştırılıp, kimi zaman yanlış kullanılan enformasyon ve bilgi kavramları birbirinden farklı iki kavramdır. Bu iki kavram arasında çok ince fakat oldukça önemli bir fark vardır. Enformasyon, düzenlenmiş veri olarak tanımlanırken, bilgi ise kişisel anlamda düzenlenmiş enformasyon olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir ifade ile, enformasyon, yazılı, sözlü ve görsel bir mesajdır ve mesajı alan kişinin algılamasının değişmesi ve yargısı üzerinde etki yapmayı amaçlar. Bilgi ise, insanların beynindedir ve insanların tüm yaşamları boyu öğrendiklerinin, deneyim yoluyla kazandıklarının toplamı olup, inanç, değer ve deneyimlere dayanmaktadır. Enformasyon nasıl verilerden üretiliyorsa, bilgi de enformasyondan üretilen bir dönüşüm ürünüdür (Barutçugil, 2002).

Teknoloji, insanlara daha az maliyet ve çabayla enformasyona ulaşma olanağı sağlamanın yanı sıra, bu çok sayıdaki enformasyon, bilgiye ulaşmada daha fazla karışıklığa ve yetersizliğe yol açabilmektedir. Örnek olarak, İnternet'te bir arama motoruna girilen basit bir anahtar sözcük, binlerce kaynağı tarayarak istenilen enformasyona ulaşılmasına engel olabilir (Shenk, 1999). Bu nedenle, çok miktardaki veri ve enformasyona kolay yolla sahip olmanın üstünlüğü, bilimsel çalışmalar sonucu elde edilen bilginin öncelikli önemini unutturmamalıdır.

5. Eğitim kurumlarını İnternet ağına bağlamak, eğitim sorunlarını tamamen çözmez: Yaşamımızın her alanında yaygın olarak kullanılan İnternet, kullanıcılara sunduğu bilgiye kolay ulaşım ve hızlı iletişim hizmetleri ile eğitim alanının da pek çok yenilik getirmiştir. İnternet'in öğretim amaçlı kullanımı, evrensel düzeyde İnternet'in sunduğu ileri iletişim ve bilgiye erişim teknolojileri kullanılarak, her öğrenciyi herhangi bir zaman diliminde, kendi öğrenme hızında, kendi belirlediği içerikte, kendi istediği biçimde çalışma olanağı sağlar.

İnternet'in öğretim ortamlarında kullanımı, uzun dönemde öğrencilere önemli beceriler kazandırmaktadır. Öncelikle öğrencilerin, iletişim kurma, araştırma yapma, bilgiye ulaşma ve paylaşma becerilerinin gelişmesine olanak verir. Böylece, öğrencilerin iş yaşamlarında da araştırmacı, iletişimci ve ekip çalışmasına istekli, kendi bilgi kümelerini kendisi oluşturan öğrenciler olmalarını sağlar (Altun ve Altun, 2001). İnternet'i eğitim ortamlarında kullanmak, öğretmenlere disiplinler arası iletişim ve bilgi alış verişini gerçekleştirme, öğrencilerle etkili iletişim kurma, kendilerinin ve öğrencilerinin çalışmalarını yayınlama olanağı sağlar.

Artan yeni bilgi ve becerilerin kazandırılmasında, öğrencilerin öğrenme alışkanlıklarının ve deneyimlerinin zenginleştirilmesinde öğrencilere, öğretmenlere ve eğitim kurumlarına pek çok faydalar sağlayan İnternet, her tür öğretim etkinliği için uygun bir öğretim aracı değildir. Özellikle beden ve zihin gelişiminin tamamlanmadığı, 0-18 yaş grubunun eğitimi için son derece sınırlı olarak kullanılmalıdır (Vural ve diğerleri, 2001).

Yapılan araştırmalar doğrultusunda, eğitimciler, eğitsel tasarımcılar ve kurs geliştiriciler, İnternet üzerinden psikomotor ve tutumsal becerilerin öğretilmesinin çok sınırlı olduğunu belirtmişlerdir (Driscoll, 1998). Problem çözüme ve ayrıntıları birbirinden ayırma gibi bilişsel becerilerin İnternet'le öğretilmesi kolaydır. Fakat, fiziksel hareket ve düşünmenin karmaşık kombinasyonunu gerektiren psikomotor becerilerin ve tutumsal becerilerin İnternet'le öğretilmesi zordur. İnternet'le öğretim tam öğretme yeteneğine sahip değildir, eğitime yardımcı olma özelliğine sahiptir. Bu nedenle İnternet'in öğretim amaçlı kullanımı, gelişmiş bilgisayar donanımı dışında İnternet erişimi için gelişmiş ağ kapasitesi ve ağ girişini içine alan sağlam bir teknik alt yapı gerektirmesi, öğrencilerin İnternet araçlarını kullanmaya alışmaları için belirli bir uyum sağlama sürecine gereksinim duymaları, gerekli bilgisayar donanımının ve yazılımının karşılanması ve teknik personel gereksiniminin sağlanması için finansal açıdan eğitim kurumlarına belli bir yük getirmesi nedeniyle de bazı sınırlılıklar içermektedir (Khan, 1997; Driscoll, 1998; McCormack ve Colin, 1998). Dolayısıyla, İnternet'in eğitim amaçlı kullanımı için önceden hazırlık yapılmadığı, ortam ve şartlar hazırlanmadığı, öğretmenlere İnternet'le öğretim için gerekli beceriler kazandırılmadığı durumlarda eğitim kurumlarını İnternet'e bağlamak yarardan çok zarar getirecektir.

İnternet'in eğitim amaçlı kullanımı, özenli bir planlama ve hedef kitlenin gereksinimlerinin doğru biçimde belirlenmesi ile mümkündür (Özaygen, 2000). Ayrıca, İnternet'in eğitim amaçlı kullanımı öğrenci, öğretici, yönetici, sistem geliştirici ve eğitim tasarımcılarının sıkı bir işbirliği ile çalışmasına dayanır. Ancak bu şekilde sınırlılıkları en aza indirerek, eğitim kurumlarını İnternet ağına bağlamak, belirli eğitim sorunlarına çözüm sağlayacaktır.

6. Enformasyon korunmalıdır: Yaratılmış ürünleri ve yaratıcılığı korumak için gerekli hukuksal önlemler alınmalıdır. Hukuki koruma önlemlerinin yanı sıra, teknogerçekçiliğin savunduğu bireylerin ve toplumların kendi otokontrolleri, enformasyonun korunmasında oldukça önemli bir role sahiptir. Entelektüel mülkiyetin hukuki çerçevelerde koruma altına alınmasının topluma ve bireye katkı getireceği kuşkusuzdur (Baase, 2003). Entellektüel mülkiyeti güvence altına alınan birey, ürettiğinin değerini güvenceye alır. Böyle bir güvence ise toplumda benzer faaliyetlerde bulunan diğer bireylerin yaratıcı çalışmalarını destekler.

7. Hava kamunundur ve frekans spektrumları kamu yararına kullanılmalıdır: Frekans spektrumları kamu yararına olan yayınlar için kullanılmalıdır. Bu kamu malı, özel kullanıma verildiği zaman, hükümetler tarafından değerinin karşılığı alınmalıdır.

8. Teknolojiyi anlamak, küresel yurttaşlığın önemli bir bileşenidir: Teknolojiyi, teknolojinin boyutlarını ve sınırlarını anlamak, sağladığı olanakları ve neden olduğu problemleri bilmek katılımcı yurttaş olmanın önemli bir yükümlülüğüdür. Kritik ve eleştirel düşünme becerisi ile var olan teknolojilerin farkına varıp, bu teknolojileri amaç ve ihtiyaçlar doğrultusunda kullanma becerisi en önemli küresel yurttaşlık görevidir. Teknolojilerin kullanımı ve onlardan yarar sağlanmasında her bireyin *kendini denetlemesi* (otokontrol) ve bu teknolojiler üzerinde demokratik denetleme hakkını kullanması gereklidir. Daha genel bir ifade ile, küresel yurttaş olmak, teknolojiyi sorgulayabilen teknoloji okur-yazarı bireyler olmayı gerektirmektedir (Odabaşı, 2000).

5. SONUÇ

Yukarıda bahsedilen ilkeler doğrultusunda teknoloji kullanımını savunan teknogerçekçiler, teknolojiyle yaşadığımızı fark etmemizi, çözümler aramak ve teknolojiyi kör bir akış içinde sürüklenerek değil, kendi yaşam biçimimize yakışan, değerlerimize uygun düzenlemelerle yaşamamız gerektiğini savunmaktadırlar. Diğer bir ifade ile, insanlar teknolojiyi denetleyebilme gücünü gösterebilmelidirler. Bu denetleme, teknoloji düşmanı olmak anlamına gelmemektedir. Bu denetleme, teknolojinin anlamlandırılıp, bilinçli kullanımı için bireylerde varolan dengeli ve eleştirel düşünme becerisinin harekete geçirilmesi olarak algılanmalıdır.

Eski bir öyküde, bir katedral inşa eden ve hepsi de aynı işi yapan üç işçinin üçü de yaptıkları işi farklı şekillerde tanımlamaktadırlar. Bu işçilere, ne yaptıkları sorulduğunda üç işçiden ilki, “Ben yalnızca tuğlaları, birbirinin üstüne diziyorum”, diyerek cevap verirken, ikinci işçi “bu katedralin kuzey duvarlarını yapıyorum” diye cevap vererek, daha geniş bir planda ve tuğlaların nasıl yerleştirilebileceği hakkında fikri olan bir “usta” gibi düşünür. Üçüncü işçi ise, “tanrıya ibadet ediyorum” diyerek, katedralde tuğlaların nasıl yerleştirileceğini ve katedralin asıl amacını görebilen vizyon sahibi biri olduğunu gösterir (Conlon, 2002). İnsanların, teknolojiye bakış açıları da aynı teknolojiyi kullanan insanların teknolojiyi anlamaları, anlamlandırmaları, ihtiyaçları ve gereksinimleri doğrultusunda kullanabilmeleri ile birebir ilişkilidir.

Teknolojiyi anlamak ve anlamlandırabilmek için öncelikle, teknolojinin araç gereçten daha öte bir kavram olduğunun, kullanılabilmesi, üretilebilmesi ve tasarımının gerçekleştirilebilmesi için bilgiye gereksinim olduğunun farkına varılması gerekmektedir. Teknolojiyi anlamak ve yorumlayabilmek, aynı zamanda teknoloji okuryazarı olan, diğer bir ifade ile teknolojik süreç ve yenilikleri eleştirel bir bakış açısıyla sorgulayan kişi ve toplum olmayı gerektirmektedir (Odabaşı, 2000). Teknogerçekçi olabilmek, diğer bir ifadeyle teknolojiyi dengeli ve daha çok sayıdaki birey için faydacı bir yaklaşımla kullanabilmek öncelikle teknolojiyi anlamak ve anlamlandırarak yorumlayan, teknoloji okuryazarı bireyler olmaktan geçmektedir.

Hem değişen hem de değiştiren bir güç olarak teknolojiyi, zaten istesek de istemesek de kullanmakta olduğumuzun ve teknolojiyi anlamak için bile teknolojiyi kullandığımızın farkında olarak, uygun, yerinde ve yaratıcı bir tavırla, en geniş boyutlarıyla yorumlama cesaretini göstermeliyiz. Unutulmamalıdır ki, acele ve bilinçsiz aydınlık, koyu karanlık getirebilir. (İnam, 1999).

Toplumların ve insanların sahip oldukları *denetleyici güç*, teknolojinin kültürü nasıl ve ne kadar şekillendirebileceği ve güç dengelerinin nasıl kurulacağı hususlarında önemli bir belirleyicidir. Bu güç, toplumlara teknolojiyi dengeli kullanma ve bizi yönetmeye, bize hükmetmeye çalışan teknolojiye yaşamımızdaki yerini gösterme olanağı verir. Bu gücü kullanma özgürlüğü ve denetimi öncelikle bizde olduğuna göre, toplum ve birey olarak teknolojiyi bilinçli ve dengeli bir şekilde kullanabilmek için sahip olduğumuz *demokratik denetleme hakkımızı* kullanmalıyız.

KAYNAKÇA

- Altun, S. ve Altun, A. (2001).** *Bir Eğitim Aracı Olarak İnterne (Online)*. (erişim tarihi 12 Ağustos 2002) (<http://www.meb-yayimlar.gov.tr/1447/sadegul.htm>).
- Baase, S. (2003).** *A Gift of Fire: Social, Legal and Ethical Issue for Computers and the Internet*. Upper Saddle River. Prentice Hall.
- Barutçugil, İ. (2002).** *Bilgi Yönetimi*. İstanbul: Kariyer Yayıncılık İletişim Eğitim Hizmetleri Ltd. Şti.
- Bennabum, S. D., Biggs B. S. ve diğerleri. (1998).** Technorealism. *Nation*. 266 (12), 19-23.
- Chandler, D. (2000).** *Technological or Media Determinism (Online)*. (erişim tarihi 09.01.2003) (<http://www.aber.ac.uk/media/Documents/tecdet/tdet08.html>).
- Conlon, T. (Aralık 2002).** Bilgi Teknolojisi, Eğitim Ve Postmodernizm. *Eğitim Bilimleri ve Uygulama*, 1(2), Aralık 2002. Çev.:E. Zereyak ve E. Genç, 269-278.
- Çoşkunoğlu, O. (2001).** İnternet, Demokrasi ve Aydın Sorumluluğu. *23-24 Mart 2001 Bilişim Toplumuna Giderken Psikoloji, Sosyoloji ve Hukukta Etkiler Sempozyumu Bildiri Kitapçığı*. Ankara: Türkiye Bilişim Derneği Yayınları, 14, 287-291.
- Davenport, D. ve Grünberg D. (2001).** Özgürlüklerin Bedeli. *Bilişim Toplumuna Giderken Psikoloji, Sosyoloji Ve Hukukta Etkiler Sempozyumu Bildirileri*. Ankara.
- Driscoll, M. (1998).** *Web-Based Training*. San Francisco: Jossey-Bass/Pfeiffer.
- Guest, R. (2002).** Teknoloji ve Yoksulluk. *Liberal Düşünce*, Kış-Bahar 2002, 219-247.
- İnam, A. (2001).** Şöyle Buyur, Teknoloji. *Cumhuriyet Bilim Teknik*, 737, S:9.
- _____, (1999).** *Teknoloji Benim Neyim Oluyor?* Ankara: ODTÜ Geliştirme Vakfı Yayıncılık ve İletişim A.Ş. Yayınları.
- Khan, B. H. (1997).** Web-based Instruction (WBI): What is it and why is it?. *Web-based Instruction*. Ed.: B. H. Khan New Jersey: Educational Technology Publication.

- Kuban, B. (1999).** Teknolojik Determinizm Ve Teknolojinin Toplumsal Denetimi. *14-15 Nisan 1999 Uluslararası Bilim, Teknoloji Ve Toplum Sempozyumu Kitapçığı*. Ed: H. Ansal ve D. Çalışır, İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1, 183-190.
- McCormack, C. ve Jones D. (1997).** *Building a web-based Education System*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Namly-Gürcan, A. (Mayıs 2002).** Teknoloji Korkusu Ve Bunu Etkileyen Etmenler: Öğretmen Adayları Üzerinde Bir Çalışma. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*. 2 (1), 223-246.
- Odabaşı, H. F. (2002).** *İnternet ve Çocuk*. İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.
- _____, (2000). Toplumsal Etkileri Ve Teknoloji Okur-Yazarlığı. *Bilgi Teknolojileri Işığında Eğitim 15-17 Mayıs 2000 Bildiriler*. Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- Özaygen, A. (Mart 2000).** İnternet'e Dayalı Uzaktan Eğitim. *Bilim ve Teknik*, 360.
- Spreser, J. (1998).** *Technophobia (Online)*. (erişim tarihi 23.12.2001) (<http://www.loyola.edu/dept/philosophy/techne/tekfobia.htm>).
- Postman, N. (1992).** *Technopoly*. New York: Knopf.
- Shenk, D. (1999).** *The Information Glut (Online)*. (erişim tarihi 22.12.2002) (http://cse.stanford.edu/class/cs201/projects-99_00/technorealism/glut.html).
- Technorealism, (1998).** *Technorealism (Online)*. (erişim tarihi 23.10.2002) (<http://www.technorealism.org>).
- Ural, Ş. (2000).** Teknik, Teknoloji Ve Değerler. *Cumhuriyet Bilim Teknik*, 708, 20-21.
- Uygur, N. (1989).** *Çağdaş Ortamda Teknik*. İstanbul: Ara Yayıncılık.
- Üşür, İ. (2001).** Teknoloji Felsefesi Üzerine Ya Da Teknolojinin Tanrısı Teknoloji Midir? *Mülkiye*, 230, 7-26.
- Vural, Y. F. T. ve diğerleri. (Ocak 2001).** İnternet Ortamında Eğitimin Yararları ve Sorunları. *Türkiye Bilişim Derneği Bilişim*, 76.
- White, C. & Walker, T. (1999).** *Technorealism: Addressing The Issues of Technology in Social Studies (Online)*. (erişim tarihi 23.10.2002) (<http://www.cssjournal.com/archives/cwhite99.html>).

Osmanlı İmparatorluğu'na Avrupa'dan Karayolu İle Yapılan İhracatın Değerlendirilmesi: 1795-1804

A Study Of The European Overland Exports To The Ottoman Empire: 1795-1804

Doç.Dr. A. Mesud KÜÇÜKKALAY*
Osmangazi Üniv. İİBF. İktisat Bölümü
Dr. Numan ELİBOL**
Osmangazi Üniv. Fen Ed. Fak. Tarih Bölümü

Öz: Bu çalışmada Başbakanlık Osmanlı Arşivi'ndeki Cevdet Maliye ve Cevdet İktisat tasniflerine, ek olarak Bab-ı Defteri tasnifindeki Başmuhasebe kayıtlarına bağlı kalmarak 18. yüzyılın sonları ve 19. yüzyılın ilk yıllarında Belgrad'dan Osmanlı topraklarına gelen kervanların tüccar, mal ve mali kompozisyonları incelenmiştir. Malların çeşitleri, mal getiren tüccarların tabiyetleri ile kervanlardan alınan vergiler söz konusu kayıtlardan derlenmek suretiyle tablolar oluşturulmuştur. Elde edilen bulgular sonucunda, söz konusu dönemdeki Osmanlı-Avrupa ticaretine kara ticareti bağlamında bir ışık tutmak ve bazı araştırmacıların satır aralarında değindiği değişimi somut olarak göz önüne sererek ticaretin eğilimini bulmak amaçlanmıştır. 9 adet kervan, 318 tüccar ve 1036 parça mal içeren 9 defter üzerinde yapılan inceleme sonucunda oluşturulan 3 tablodan elde edilen bulgular bu çalışmada maddeler halinde sunulmuştur.

Anahtar sözcükler: Ticaret, Osmanlı Ticareti, Kervan Ticareti, Dış Ticaret, Belgrad Ticareti, 18. Yüzyıl Ticareti.

Abstract: In this study, the merchants, the trade articles and the financial composition of the caravans coming from Belgrade to the interior of the Ottoman Empire at the turn of the 18th century are examined. The chief sources of the study are Cevdet Maliye, Cevdet İktisat and Bab-ı Defteri Başmuhasebe registers in the Ottoman Archives of Prime Ministry in Istanbul. In the course of the study the trade articles are categorized and together with the nationalities of merchants and taxes collected from the caravans are presented in tables. The aim of the study is to shed light on the Ottoman-European overland trade during the period under study and to show clearly the fundamental changes referred by some researches briefly as well as to determine the major tendencies of the trade. The results reached by the examination of 9 registry books (9 caravans, 318 merchants, 1036 items of goods) are presented in conclusion in separate items.

Key words: Trade, Ottoman Trade, Caravan Trade, Foreign Trade, Belgrad Trade, Trade of Eighteenth Century.

* OGU. İİBF. İktisat Bölümü Öğretim Üyesi, Meşelik Kampüsü/ESKİŞEHİR. amesud@ogu.edu.tr. Faks: 0 222 2292527.

** OGU. FEF. Tarih Bölümü Öğretim Elemanı, Meşelik Kampüsü/ESKİŞEHİR. nelibol@ogu.edu.tr. Faks: 0 222 2393578.

Yukarıdaki makaleyi, dergimizin 2003/III sayısında gözden kaçan ve bizleri de üzen hatalar nedeniyle bu sayımızda tekrar basıyor, yazarlarından özür diliyoruz.

1. GİRİŞ

Osmanlı İmparatorluğu gibi geleneksel ekonomilerde, coğrafi sınırlılıklar, iklim koşulları, bugüne kıyasla varolan teknolojik gerilik ve devletin temel gelir kaynağını oluşturan mali unsurlardaki sınırlılık nedeniyle, ticaretin önemli bir rol oynadığı bilinmektedir. Nitekim geleneksel ekonomilerde ticaret, vergilendirilebilir bir kaynak olarak merkezi yönetimlerin ihtiyaç duydukları gelirin sağlanmasında önemli bir role sahipken, diğer yandan ülkelerin ihtiyaç duydukları tüketim mallarının ülke içinde yeter miktarda bulunmasını sağlayan bir unsurdur. Ticaretin bu iki temel getirisine, ülke içinde üretilme imkanı olmayan malların tedarik edilmesi, kıtlık, çekirge salgını, yangın gibi üretimi olumsuz etkileyen afetlerin toplumun refahı üzerindeki kötü etkisinin en aza indirgenmesi ve ticaret yoluyla geleneksel ekonomilerin kendi medeniyet havzalarını canlı tutmayı hedeflemesi de eklenebilir. Osmanlı İmparatorluğu da tüm bunlardan hareketle ticari sektöre çağının gerektirdiği özeni göstermeye çalışmış ve ticaret noktasında politikalar geliştirmiştir. Ulaşım sisteminin ve güvenliğinin geliştirilmesi, gümrük politikaları oluşturulması, ticari anlaşmaların yapılması bu politikalarından en önemlileri olarak belirtilebilir. Bu politikaların coğrafya ve dönem bağlamında başarısı/başarısızlığı ayrıca incelenmesi gereken bir konudur.

Osmanlı benzeri geleneksel ekonomilerin bir diğer önemli özelliği ekonomilerin yükseliş ve düşüş trendine girmelerinde ticaretin oynadığı roldür. Bugün Büyük Roma İmparatorluğu'nun çöküşünde ithal eğilimli dışa bağımlı ticari yapısının rolü bilinmektedir. Osmanlı İmparatorluğu'nun çöküşünde ise 1838 Balta Limanı Ticaret Anlaşması sonrasındaki ticari oluşumların etkisini göz önünde bulundurmamak gerekmektedir. Ticaretin bu öneminden hareketle bu çalışmada 1795-1804 yılları arasında Osmanlı İmparatorluğu'nun kara yolu ile yaptığı ithalat (ya da Avrupa'nın yaptığı ihracat) arşiv belgelerine bağlı kalınarak analiz edilmiştir ve bunun sonucunda söz konusu dönemin dış ticari yapısı ortaya konulmaya çalışılmıştır.

18. yüzyıl, en genel anlamda, Osmanlı ticaret tarihine ilişkin olarak yapılan araştırmalarda bir dönüşüm yüzyılı olarak ifade edilmektedir. Bu dönüşüm ana hatlarıyla, ticari partnerlerin değişerek Orta Avrupa devletlerinin bu ticaretteki rollerinin artması, Karadeniz ticaretinde yeni ulusların ortaya çıkması, Osmanlı'nın tarımsal ürün ihracatının belirginleşmesi, ticarete konu olan metallerin değişimi, ticaretin coğrafi değişimi, kapitülasyonların süreklilik kazanması, taşımacılıkta Avrupalı ulusların artan faaliyetleri, Osmanlı ticaretinde azınlıkların boy göstermeye başlaması, Osmanlı topraklarında yeni elçiliklerin kurulması, Osmanlı'nın sınai anlamda yenileşme faaliyetlerine girişmesi ve ilk kez olarak Avrupa'ya elçi göndermesi, hammadde ihracatının artması ve ticaret hacminin artması gibi dönüşümleri içermektedir. (Bkz.: PASKALEVA, 1967; MCGOWAN, 1994; PANZAC, 1992; GENÇ, 2000; PANZAC, 1989; ISSAWI, 1982; CEZAR, 1991).

18. yüzyılda batı pek çok alanda gelişmesini tamamlamış, merkantilist politikalar ekseninde ulusal dış ticaret avantajı sağlamak için ticaretin önemini kavramış ve sonuçta bu olgunlaşmayı pratiğe yansımıştır. Dünya coğrafyasının etkin ticari merkezleri ve rotalarının değişmesinin sonuçları artık net olarak hissedilmektedir. Düşünsel, dinsel, kurumsal ve demografik alandaki dönüşümler üretime ve zenginliğe olan ilginin artması sonucunda talebi, talep artışı ise üretim, ticaret ve teknolojik gelişmeleri kamçulamış ve sonuçta feodal kurumlar yerini kapitalist kurumlara terk etmeye başlamışlardır. Dünyanın klasik imparatorlukları artık kabuk değiştirmektedirler. Bu anlamda 18. yüzyıl Osmanlı dış ticaretinde Osmanlıya mal satan ülkelerin ve ticarete konu olan malların farklılaşarak ağırlıklarının değiş-

tiği, Osmanlı iktisadiyatının 17. yüzyılın başlarından itibaren karşı karşıya kaldığı mali sorunlarla boğuştuğu, 18. yüzyılın sonlarında Karadeniz'in bir iç deniz olma kimliğinin yok olarak ticari anlamda Osmanlı kontrolünden çıktığı, taşımacılıkta gittikçe Osmanlı dış ulusların egemen olduğu, Batı Anadolu'da yeni limanların ve dış ticarete yeni etnik grupların ağırlığının hissedildiği, ülke içinde batılı ulusların ekonomik nüfuzlarının arttığı, dış ticaretin hacminde bir değişimin gözlemlendiği ve tüm bunları defetmek için Osmanlı'da yenileşme/sanayileşme çabalarının başladığı bir yüzyıl olarak değerlendirilebilir. Bu çalışmada 18. yüzyıl Osmanlı dış ticareti ile ilgili olarak bu yargıların doğruluğu/yanlışlığı bir çeşit teste tabi tutulacaktır.

V. Paskaleva 18. yüzyıl Osmanlı dış ticaretinin, Orta Avrupa devletlerinin ticaretteki ağırlıklarının artması, Rusya'nın Karadeniz havzasında güçlenmesi, etnik grupların dış ticaretteki aracılık faaliyetlerinin artması ve tarımsal ürün ihracı gibi dört belirleyici unsur tarafından kuşatıldığını ifade etmektedir (PASKALEVA, 1967, s. 47). B. McGowan ise 18. yüzyıl Osmanlı dış ticaretinde genellikle anıldığı şekliyle üç trendden bahsetmenin olanaklı olduğunu belirtir. Dış ticaretin ticari metaller itibarıyla bileşiminde değişiklik; dış ticaretin coğrafi dağılımında değişiklik; dış ticari ortakların göreceli ağırlıklarındaki değişiklik (MCGOWAN, 1994, s. 725).

18. yüzyılda Balkanlar'da, çoğu daha önceki yüzyıllarda mevcut olan panayırların dış ticarete önemi arttı. *Laypsikon* denilen Alman, Leh, Yahudi ve Rum tüccarlar, Verviers, Vervins ve Aix-la Chapelle'de dokunan Leipzig kumaşlarını, 1720'lerde Tuna Eyaletlerine getirmeye başladılar (STOIANOVICH, 1960, s. 260-261) Bu anlamda Leipzig 17. ve 18. yüzyıllarda Avrupa'nın batısı ile güneydoğusu arasında kurulan bir ticaret köprüsü durumuna gelmişti.(PASKALEVA, 1967, s. 48-49) Bu yüzyılda doğu Akdeniz'de de Avrupalı tüccarların faaliyetleri arttı. Bu bölgede gerçekleştirilen nakliyatın büyük kısmında yabancı gemiler tercih edilmekteydi. İskenderiye ile Avrupa ve Garp Ocakları (Trablus-Tunus-Cezayir) arasında gerçekleştirilen ticaret büyük ölçüde Avrupalıların tekelindeydi. 18. yüzyılda İskenderiye ile İzmir arasında gerçekleştirilen ticaretin %78'i; İskenderiye ile Selanik arasında gerçekleştirilen ticaretin %53'ü; İskenderiye ile İstanbul arasında gerçekleştirilen ticaretin yarısı; İskenderiye ile Mora ve Suriye limanları arasında gerçekleştirilen ticaretin büyük kısmı Avrupalı tüccarların tekelindeydi. 1785 yılında Osmanlı dahilinde gerçekleştirilen deniz ticaretinde kullanılan gemilerin %48'ini Avrupa gemilerinin oluşturduğu, toplam ticaretin 3/4'ten fazlasının da Avrupalı tüccarlar tarafından gerçekleştirildiği tahmin edilmektedir.(PANZAC, 1992, s. 195-197) Bu ağırlığın tam olarak hissedilmesi 18. yüzyılın sonlarına rastlar. 1782 yılında İskenderiye Limanına 1039 gemi girip çıkmıştır. Bunların %71,4'ünü oluşturan 743'ü Osmanlı; %28,6'sını oluşturan 296'sı çeşitli Avrupa bandıralı gemiler olup, Osmanlı bandırası baskın gelmiştir. Türk ve Türk kabul edilebilecek (Rum ve Kuzey Afrikalı) gemilerin bu oldukça önemli sayısal üstünlüğü aslında (Panzac'a göre) yanıltıcıdır. Çünkü koşullar öyle gerektirmiştir. ABD bağımsızlık savaşından kaynaklanan güvensiz ortam, Avrupa, özellikle Fransız gemilerinin etkinliğini sınırlandırmıştır. 1783 yılında savaş sona erer. 1785'de Osmanlı gemilerinde önemli bir gerileme görülür. Sayıları ancak 618'dir. Avrupa gemileri ise önemli bir ilerleme gösterir. Sayıları 300 gemi ilavesiyle 597'ye ulaşmıştır. Artık hemen hemen eşitlik söz konusudur (PANZAC, 1989, s. 195-197).

Taşımacılıktaki dönüşüme ek olarak ticarete yeni ortaklar katılmakta ve coğrafi anlamda Osmanlı'nın ticari jeostratejik egemenliği yavaş yavaş kaybolmaktadır. Yakındoğu'da ticaret yapan eski ulusların yanında yeni gelenler, örneğin Avusturyalılar ve Ruslar ortaya çık-

tı. Bunlar 1725'de Tunus ve Trablus'da, 1727'de Cezayir'de konsolosluk açma hakkını elde ettiler. Bununla birlikte bu sırada Avusturyalılar henüz ulusal bir filoya sahip değillerdi ve korsanların veya Napoli-Sicilya gemilerinin hizmetinden faydalanıyorlardı. Fakat gemiciliklerini ve kendi ticaretlerini gerçekleştirmek için canla başla çalışıyorlar, Trieste'yi Venedik'e rakip bir limana dönüştürmek için çaba gösteriyorlardı. Bu limana çok geniş bağışlıklar verildi. Hatta 1719 yılında Trieste, İstanbul ve Selanik'de şubeleri olan bir Levant Avusturya Kumpanyası kurdu (MANTRAN, 1987, s. 164-165). 1718'deki Pasarofça Anlaşması Avusturyalıların Tuna Nehri'nden aşağıya nehir ağzına kadar, fakat buradan öteye gitmemek üzere gemi işletmesine izin veriyordu. 1774'te Küçük Kaynarca şartlarına göre Rusların Karadeniz'de gemi yüzdürmesine izin veriliyordu ve 1784'te Katerina, Karadeniz limanlarını yabancılara açtı. Aynı yıl Avusturyalıların Karadeniz'de gemi işletmesine ve boğazlardan geçmesine izin verildi ve 1799 ve 1803'te aynı imtiyazlar sırasıyla İngiliz ve Fransızlara tanındı.

18. yüzyıl aynı zamanda dış ticarete konu olan mallarda dönüşümün olduğu bir yüzyıl olarak da değerlendirilebilir. Nitekim 18. yüzyılın başlarında Osmanlı ticaret ve ticaret bölgelerinin halen dış pazarlarda kabul gören mallar ürettiklerini ve bunların dış ticarete söz sahibi olduklarını söylemek olasıdır. H. Sahillioğlu'nun 1749-1750 tarihli, Fransa sefaretince hazırlanmış anlaşılan, Paris Milli Arşivi Dışişleri belgeleri arasında Seri BIII, 239 numaralı kutudaki 12-13 ve 14 nolu raporlara dayanarak Bursa, Gelibolu ve Ankara üzerine yaptığı bir çalışmada da buraların ticaret imkanlarının, ürettikleri malların ve uluslararası ticaretteki etkin konumlarının varlığı ifade edilmiştir (SAHİLLİOĞLU, 1968, s. 61). 18. yüzyılın ilk yarısı, ekonomik açıdan Osmanlı'da hemen hemen bütün sektörleri kapsayan bir genişleme içindedir. Büyük merkezlerde uzak pazarlar için üretim yapan sanayi üretim genişlemektedir. İstanbul, Halep, Ankara, Bursa, Tokat, Edirne, Selanik gibi merkezlerde üretim artmaktadır. Genişleme kendini yalnızca sanayi alanında değil tarım alanında da gösterir. Bu ekonomik büyümenin sonucu, devlet bütçesine ait gelirlerde %50 oranında bir artma olmuştur. Buna karşılık, yüzyılın ikinci yarısında tersine bir gelişme ile, genişleme yerini bir daralmaya bırakır ve bütün alanlarda bir sıkıntı baş gösterir (ERGENÇ, 1988, s. 518) C. Issawi'ye göre aynı zamanda bu yüzyıl Osmanlı'nın, Avrupalı devletlerin gelişen endüstrileri için bir hammadde kaynağı durumuna geldiği ve Avrupalıların bol miktarda pamuk, yün ve ipek ithal ettikleri bir dönemdi. 18. yüzyıl boyunca tekstil sanayinin bu üç maddesi, yün, pamuk ve ipek kumaş, iplik ve hammadde olarak ihraç edilirken 18. yüzyıl sonlarına doğru yalnızca hammadde olarak satılmaya başlanmıştır (ISSAWI, 1982, s. 160) Kaldı ki hammadde ihracına dayanan bu durumun uzun sürdüğünü ve bu sayede dış ticaret hacminin sürekli artış eğiliminde olduğunu söylemek güçtür. Zira ilk defa bu yüzyılda beliren hammadde ihracı ve mamul madde ithali eğilimi dış ticaret hadlelerinde olumsuz sonuçlar doğururken, Avrupa ülkelerinin bu hammaddeler için yeni kaynaklara yönelerek alımlarını oralara kaydırmaları da ihracatın azalması eğilimini 19. yüzyılın ortalarına doğru beraberinde getirmiştir. Nitekim 18. yüzyılda kahve gibi bir Osmanlı merkezli malın dahi Jawa'dan Basra'ya ihraç edildiği ya da Suriname'dan kahve gelmeye başladığı bilinmektedir (SLOT, 1990, s. 19) 18. yüzyılda 17. yüzyılın tam da tersine olarak Avrupalılar kahve, çay, şeker, baharat gibi ürünler için sömürgelere yönelmeye başlamışlardı (WOLF, 1972, s. 176) 18. yüzyılın ilerleyen dönemlerinde Avrupa'dan ithal edilen ürünlerin hacim olarak fazlaştıkları da dikkati çekmektedir. Ayrıca, Osmanlı'da özellikle lüks kumaşlara olan ilgi de artmaya başlamıştır. Bu mallar fazla kaliteli olmamakla birlikte, görünümlerinin alımlı ve fiyatının düşük olması nedeniyle halk arasında rağbet görüyordu. İmparatorluk ileri gelenlerine ve üst tabakaya mahsus kürk vb. elbiseler alt tabakalarda da gi-

yilmeye başlanmış, Avrupa ve Hindistan'dan gelen mallara rağbet artmıştı (UZUNÇARŞILI, 1959, s. 571). Osmanlının batı ile yapılan ticaretinin hem ithalat hem de ihracat bakımından ham, yarı mamul ve mamul madde olarak tekstil ürünleri %60'ın üzerinde bir ağırlığa sahipti. Osmanlı açısından ithalatta, ihracata nazaran çok daha fazla kutuplaşmış olarak, tek bir tekstil mamulü, yünlü hakimdi. Onu takip eden ipeklilerle birlikte, bu iki mamulün toplam ithalattaki payı %50'ye yakın idi (GENÇ, 2000, s. 255-256) Söz konusu yüzyıl aynı zamanda teknik/mekanik aletlerin de artık yavaş yavaş Osmanlı topraklarına girdiği bir dönemdir. Nitekim Selanik'teki Fransız konsolosu Felix Beaujour'un 1787-1797 dönemi için hazırlanmış olduğu raporda, 18. yüzyılın sonlarında Avrupa'daki saat ticaretindeki gelişmenin yanı sıra İngiltere'nin de Osmanlıya olan saat ticaretinin sanıldığı kadar çok ötesinde olduğu belirtilmektedir (BEAUJOUR, ?, s. 18 ve 23).

Osmanlı'nın Avrupa ile olan kara ticareti de bu dönüşümlerden etkilenmişti. Bu nedenle de 18. yüzyıl, 19. yüzyıldaki ticari teslimiyeti öncelleyen bir dönüşüm yüzyılı olarak göze çarpmaktadır. Bu dönüşümün ortaya konulması için pek çok çalışmaya ihtiyaç olduğu da ortadadır. Buradan hareketle bu çalışmanın temel amacı 18. yüzyılın sonları ve 19. yüzyılın ilk yıllarını dikkate alarak, Osmanlı'nın ticari yapısındaki dönüşümü arşiv belgeleri ışığında saptamak olarak belirlenebilir.

2. OSMANLI İMPARATORLUĞU-AVRUPA KARAYOLU TİCARETİ

Osmanlı İmparatorluğu kuruluşundan çöküşüne kadar tüm dönemlerinde, başka devletlerle ticari ilişkiler içinde bulunmuştur. Her ne kadar bazı çalışmalarda Osmanlı'nın ticari anlamda kendine yeter konumu vurgulansa da H. İnalcık bunun abartılmaması gerektiği ya da dış ticaretin olmadığı şeklinde anlaşılması gerektiğini vurgulamıştır. (İNALCIK, 1995, 47). Osmanlı bu ticari ilişkilerini yürütürken ticari metaların nakledilmesi bağlamında üç temel taşıma alanı söz konusu olmuştur. Bunlardan en kapsamlı taşımaya konu olan deniz taşımacılığı ilk sırada, taşımacılık anlamında daha az öneme sahip olan karayolu ikinci sırada, ve nehir yolu taşımacılığı ise önemi nedeniyle üçüncü sırada yer almıştır. Nitekim Tuna, Dicle, Fırat ve Nil dışındaki nehirlerin karakterleri itibarıyla hacimli taşımacılığa müsait olmadıkları bilinmektedir. Osmanlı dış ticaretinde deniz ticaretinin hemen hemen her zaman kara ticaretine üstün geldiğini R. Mantran ifade etmektedir. Mantran'a göre konsolosluk raporları da bunu doğrulamaktadır. 18. yüzyılda bile Ege Denizi hala üzerinde en fazla geminin dolaştığı bir alandı. (MANTRAN, 1987, 163). Bu durum ilkin deniz ve karayolu ile taşınan metaların, taşıma maliyeti açısından, geminin daha avantajlı bir konumda olmasından kaynaklanmış olmalıdır. Gemi, karayolu taşıma araçlarına (at, katır, merkep, atlı araba) göre daha fazla meta taşıyabildiği için ortalama taşıma maliyetinin küçük olmasına neden olmaktadır. Karayolu taşımacılığının ise maliyet yüksekliğinin yanı sıra, metaların ticari bölgelere dağıtılmasından, alt yapı yetersizliğinden, taşınan meta hacminin düşük olmasından ve teknolojik gerilikten dezavantajlı bir konumda olduğu düşünülebilir. (GÜÇER, 1964, 33). Ancak tüm bunlara rağmen karayolu ile ticaretin ve ticari taşımacılığın canlı bir şekilde sürdürülebilmesi için bu konuya azami özenin gösterildiği bilinmektedir. Osmanlılardan önce dahi A. Selçuklu Devleti'nin yol güvenliğini sağlama noktasında önlemler aldığı, kervansaray, yol ve köprü yapımı ile ulaşımı kolaylaştırdığı ve büyük kentsel ticaret merkezleri kurarak ekonominin canlı ve reayanın refah içinde tutulmasına önem verdiği bilinmektedir. (KÖYMEN, 1986, 613-620; KIENITZ, 1986, 285-

286). Ortadoğu devletleri böylelikle vergi gelirlerini artırmak için ekonomik faaliyetleri geliştirmenin ve reyanın bütün sınıflarında mümkün olan en büyük üretim artışını sağlamanın gereğini kabul ediyordu. Ekili toprakların kanallar açılmak suretiyle artırılması, yollar, köprüler ve kervansaraylar inşa etmek ve yolcuların güvenliğini sağlamak suretiyle de farklı bölgeler arasındaki ticaretin geliştirilmesi gerektiği öneriliyordu. (İNALCIK, 2000a, 83). Osmanlı İmparatorluğu da bu düşünceden hareketle kendi toprakları dahilindeki karayolu ticareti noktasında benzer önlemleri gündeme getirmiştir. Devlet aynı zamanda bu tür önlemleri teşvik etmeye yakın ilgi de gösteriyordu. (İNALCIK, 1995, 37). Ancak I. Süleyman dönemine kadar net olarak ortaya konulamayan yol ve ulaşım sistemi, Tanzimat sonrasında 1853 yılındaki talimat, 1869 yılındaki ilk büyük düzenleme ve 19. yüzyıldaki diğer düzenlemelere kadar Lütfi Paşa'nın sadareti sırasında kurduğu ifade edilen menzil teşkilatı ve II. Murat devrinden varlığı bilinen derbent teşkilatı etrafında şekillenmişti. (TOZLU, 1999, 644-662; Bkz. HALAÇOĞLU, 1994, 162-164; HALAÇOĞLU, 1981, 123-132).

Menzil ve derbent teşkilatı dışında ve bunların yetmediği yerlerde kaleler (ribat) inşa etmek, köprücülük kurumu oluşturmak ve zaviyelerin varlığına izin vermek gibi uygulamalar söz konusu olmaktadır. Ancak 17. yüzyıldan itibaren derbent ve 16. yüzyılda da zaviye sisteminin zayıflamaya başladığı görülmektedir. Kentlerde, daha çok ıssız yol ve geçitlerde yolcuları barındırmak için kurulan, bir şeyh ya da dervişin hayır kurumu olarak kurduğu, ölü toprakların ihyasında, yol güvenliğinde, nüfusun iskan edilmesinde ve yeni yerleşim yerlerinin oluşturulmasında önemli roller üstlenen zaviyeler 16. yüzyıla gelindiğinde çoğu halen vergi muafiyetlerinden yararlanırken işlevlerini de yitirmişlerdi. Vakıf oldukları sürece de devlet onların topraklarını mali ve askeri amaçlarla kullanamazdı. Dolayısıyla devlet, özellikle II. Mehmet döneminde yol üstünde olmayan ve yolculara hizmet vermeyen zaviyelerle, gelirlerini hayır işlerinde kullanmayan vakıf ve zaviyeleri ortadan kaldırmış, topraklarını tımarlı sipahilere dağıtmıştır. 1530'da 623, yüzyılın ortalarında ise 1100 kadar zaviye vardı. I. Süleyman, İran Savaşları'nda harap olmuş köyleri canlandırarak için Erzurum yolu üzerinde zaviyeler kurulmasına izin vermiştir. (İNALCIK, 2003, 155-156). Derbentler de 17. yüzyıldan itibaren kırsal kesimde güvenliğin azalmasına paralel olarak bozulmaya başlamışlar, görevlerini yapamaz duruma düşmüşler ve askeri mahiyette olanları hariç dağılmışlardır. Bu durum güvenliğin yok olmasına ve bölge ahalisinin güvenlik nedeniyle yerlerini terk etmelerine neden olunca 18. yüzyıl başlarında duruma müdahale edilerek derbentçiler eski yerlerine yerleştirilmeye başlanmıştır. (TABAKOĞLU, 2002, 239-240; İNALCIK, 2003, 155). Köprücülük ise, ülke genelinde ve fethedilen topraklarda varolan köprülerin bakım/onarımı ile yenilerinin yapılması için gerekli özenin gösterilmesi şeklinde belirmektedir. Genellikle devletin ileri gelenleri tarafından yapılan köprüler için belirli vakıflar kurulmakta ve bunun geliri söz konusu köprüünün bakımına tahsis edilmekteydi. Kimi zaman bu bakım maliyeti bazı vergilerden muaf tutulmuş bir grup reayaya bırakılabiliyordu. L. Güçer'in ifade ettiği, Kili Kadısı'na gönderilen hükümden de anlaşılmaktadır ki devlet, muafiyet vermek suretiyle hazineden yaptığı fedakarlık karşılığı olarak, hazineden bir akçe sarfetmeden devamlı olarak köprülerin bakım ve tamaratını temin etmiş oluyordu. (GÜÇER, 1987, 9-11). Bu politikalar ekseninde Osmanlı döneminde yalnızca Bosna Hersek'te 232 han, 18 kervansaray, 32 misafirhane, 10 bedesten ve 42 köprü inşa edilmişti. Bu köprüler arasında 1566'da yapılmış Mostar Köprüsü, 1550 dolaylarında yapılmış Saraybosna'daki Koca (Kodja) Köprü ile Tirebinye Köprüsü gibi mimarlık başyapıtları vardır. (İNALCIK, 2003, 154).

Ticari taşımacılığın güvenliğini sağlamak için ana hatlarıyla ifade edilen bu uygulamalara paralel olarak Anadolu ve Rumeli topraklarında belirli karayolu ticaret rotaları oluşmuş, bu

rotalar üzerinde gümrükler konuşlandırılmış ve sonuç olarak önemli kent ve kasaba merkezleri de bu rotaların geçtiği güzergahlar üzerinde oluşmuştur. Osmanlı'da ulaşım ve ticaretin büyük değişiklikler gösterdiği 19. yüzyılın ikinci yarısına kadar işlevini sürdüren bu organizasyon içinde, çeşitli tarihlerde düzenlenmiş çok sayıdaki menzil defterinin verdiği bilgiye göre Anadolu'daki yol güzergahları şöyle idi:

İstanbul'dan Halep yönüne giden sağ kol Üsküdar'dan başlıyor, Gebze, Hersek, Lefke, Söğüt, Eskişehir, Seyitgazi, Hüsrevpaşa Hanı, Bayat, Bolvadin, İshaklı, Akşehir, Iğın, Ladik, Konya, İsmail, Karapınar, Ereğli, Ulukışla, Külek, Bayrampaşa Hanı, Adana, Kurt Kulağı, Antakya menzilleri üzerinden Halep'e varıyordu.

İstanbul'dan başlayıp 16. yüzyılda Diyarbakır'ın alınmasından sonra, burada son bulacak olan orta kol Üsküdar'dan, İzmit, Sapanca, Geyve, Taraklı, Göynük, Hendek, Düzce Pazarı, Bolu, Gerede, Bayındır, Karacalar, Koçhisar, Tosya, Osmaniye, Merzifon, Amasya, Turhal, Tokat, Sivas, Kangal, Hasan Çelebi, Malatya, Harput, Ergani üzerinden Diyarbakır'a ulaşıyordu. Bu yol Diyarbakır'dan sonra Mardin, Nusaybin, Toprakkale, Karakuş, Kerkük ve Musul üzerinden Bağdat tarafına gidiyordu.

İstanbul'dan Erzurum ve Kars tarafına giden sol kol, orta kolun Merzifon menziline ayrılarak, Ladik, Niksar, Hacı Murat Kalesi, Karahisar-ı Şarki, Kelkit, Bayburt, Tercan üzerinden Erzurum'a ulaşıyor, oradan da Hasan Kalesi'ne uğrayarak Kars'a varıyordu.

Bu üç ana kol dışında Batı Anadolu'da Hendek, Hersek, Gölpazarı, Gemlik, Mudanya, Nilüfer Suyu, Ulubad, Susıgırlık, Başgelenbe, Ayazmend, Bergama, Manisa, Urla, Çeşme menzillerinden geçen ve İzmir'de sonuçlanan bir başka yol vardı. Kasabaların bu yollarla kurdukları bağ ile de şehir merkezleri ile etkin bir ulaşım söz konusu olabiliyordu. (ERGENÇ, 1998, 8-9'dan: BOA, Maliyeden Müdevver Defterler, No: 3858-4004; AKDAĞ, 1995, 343). Bu rotalar üzerinde birçok ticaret merkezi gelişerek uzunca bir süre ticari canlılığını koruyarak bölgesel anlamda merkez olma özelliklerini sürdürmüşlerdir. (İNALCIK, 1970, 207-218). Ek olarak, bu şehirler bazı malların üretiminde uzmanlaşarak, buldukları rota üzerinde, söz konusu mallar aracılığıyla avantajlar elde etmekteydiler. Ankara-Kastamonu yöresi tiftik, dokuma; Konya-Afyon yöresi keçecilik; Uşak-Gördes yöresi halıcılık; Bursa-Bilecik yöresi ipek üretimi ve dokuma; Mezopotamya camii kandilleri, cam işleri; Manisa-Akhisar yöresi dericilik; Maraş demir üretimi; Şam demir işleri, kılıç, mine; Gaziantep ayakkabı yapımı; Ankara kervan avadantlığı üzerinde ihtisaslaşmıştı. Böyle olunca bu şehirler doğu-batı ticaretini sağlayan yollar üzerinde transit fonksiyonları ötesinde, coğrafi uzmanlaşmaları nedeniyle kendilerine mal akımları ve ticari ilişkiler doğurmaya başladılar. (TEKELİ, 1971, 45). Belli başlı bu rotalar üzerinde de gümrük merkezleri yerleştirilmiş durumdaydı. Kervanların, resmen saptanan güzergahları izlemek zorunda olmaları eninde sonunda gümrük merkezinden geçmeleri demekti. Örneğin Tebriz'den Bursa'ya gelmekte olan kervanlar ilk gümrüklerini Tokat'ta ikinci gümrüklerini de Bursa'da ödüyorlardı. Yüklerini bu merkezler dışındaki yerlere götürüp indirmeleri yasaktı. Dolayısıyla imparatorluk bir gümrük bölgeleri mozayikine bölünmekteydi. Her bölgede gümrük vergisi ödenmesi şarttı ve bunlardan her birinin ayrı kanun ve yönetmelikleri, ayrı vergi oranları olabiliyordu. (İNALCIK, 2000b, 245). Oluşturulan gümrüklerden küçük olanlar büyük bir gümrüğe bağlı kılınmakta ve merkezi hükümet büyük gümrüğü muhatap almaktaydı.

Osmanlı İmparatorluğu'nda hem dış ticaretten hem de iç ticaretten gümrük vergisi alınmaktaydı. Dolayısıyla dış gümrüklerin yanında iç gümrüklerin de varlığı söz konusuydu. İç

gümrükler Avrupa'da 18. yüzyıldan itibaren kaldırılmaya başlanarak 19. yüzyılda tamamen yok olmalarına karşın Osmanlı'da 20. yüzyılın başlarına kadar varlıklarını korumuştur.

Osmanlı İmparatorluğu'nun Rumeli toprakları aracılığı ile Avrupa'yla yaptığı etkin bir ticaret bulunmaktaydı. Bu ticarete de yukarıda ifade edilen politikalar varlığını sürdürmekteydiler. Osmanlılar İstanbul ile Belgrad adasındaki kadim Roma Yolu'nu, bozuk yerlerini kabaca kesilmiş taşlarla Belgrad'a kadar onararak her zaman bakımlı tutmuşlardır. Bu yol boyunca bütünüyle yeni yollar da yapmışlardır. Ünlü Slav tarihçisi Jrecek'in Osmanlı İmparatorluğu'nu, modern zamanlara kadar bütün tarihte, Roma'dan sonra yol sistemini en iyi çözümlleyen sistem olarak nitelemesi belki de bundan dolayıdır. (ORTAYLI, 1973, 183). Ana yollar üzerindeki belli köyler, yol yapım ve bakımıyla görevlendirilir bu hizmet karşılığında da olağandışı vergilerden (avarız) muaf tutulurdu. Belgrad-İstanbul yolunu arabalar bir ayda geçebiliyordu. 1566'da II. Selim atla aynı yolu 15 günde geçmiştir. Balkanları İstanbul'a bağlayan önemli genel üç büyük yol bulunmaktaydı. Ohri, Manastır ve Selanik üzerinden Arnavutluk Limanları'ndan gelen eski Via Egnatia; Belgrad, Sofya ve Filibe üzerinden gelen büyük askeri yol ve Tunca Vadisi ve Edirne üzerinden Aşağı Tuna bölgesinden gelen yol. (İNALCIK, 2003, 152).

Osmanlı ile Avrupa toprakları arasındaki ticarete karayolu ve karayolu ile sıkı bağlantıları olan nehir yolu taşımacılığı önemli rol oynamaktaydı. Karayolu ile Osmanlıya mal getiren tüccarlar, geldikleri bölgelere göre değişik rotalar izlemekteydiler. Avusturya'nın içlerinden doğuya, Osmanlı topraklarına kadar gelen karayolları, Tuna, Mur, Drava ve Sava nehirlerini izlemişlerdi. Önce, Osmanlı topraklarının batı sınırında yer alan Budin ve Ösek'e çıkan bu yollar, daha sonra Erdel'e yönelmekte, sonra Eflak ve Boğdan'a kadar uzanmaktaydı. Budin'e çıkan en önemli iki yoldan ilki (Tuna Yolu) Güney Alman topraklarından başlayıp Tuna Nehri boyunca Viyana-Pressburg (Bratislava) üzerinden; ikincisi ise (Laibach Yolu) Avusturya'nın daha güneyindeki Alp topraklarından çıkıp Gorizia (Görz), Ljubljana (Laibach), Ptuj (Pettau) üzerinden gelmekteydi. Drava ve Mur Nehirleri boyunca Ösek'e kadar işleyen yollar, güneyden gelen bu ikinci yolu Laibach, Pettau ve Kanije arasında üç ayrı noktada kesmekteydi. Ayrıca İtalya'nın kuzeyinden gelip Tuna Nehri'ne kavuşan Brenner Yolu, Tauern Yolu, Semmering Yolu gibi birden fazla güzergah olup, bunların daha kuzeyde yer alan Bohemya, Şilezya ve Polonya ile bağlantıları vardı. (PICKL, 1988, 29; HOFFMAN, 1961, 35; PICKL, 1980, 36). Karayolunu kullanarak gelen Avrupa tüccarlarının izledikleri rota, hangi bölgenin tüccarı olduklarına ve nereden geldiklerine bağlı olarak farklılık göstermiştir. Örneğin Erdel'den ve Krayova'dan ticaret eşyası getiren Avusturya tüccarları İstanbul'a Niğbolu üzerinden gelmekteydiler. (BOA, A. DVN. DVE, Nemçe Ahid Defteri, 57/1, 338). Viyana tarafından karayoluyla gelen tüccarların bir kısmı Belgrad, Niş, Sofya, Filibe, Edirne, İstanbul güzergahını kullanırken, (BOA, A. DVN. DVE, Nemçe Ahid Defteri, 58/2, 90) bir kısmı da Niş'ten sonra Vidin'e yönelerek Tuna Nehri boyunca uzanan Vidin, Niğbolu, Rusçuk, Yerköyü rotasını kullanmışlardır. (BOA, A. DVN. DVE, Nemçe Ahid Defteri, 57/1, 568).

Erdel tarafından gelen tüccarların ise, Avusturya tarafından gelen tüccarların aksine Eflak üzerinden geldiklerini, karayolunu kullanmaları halinde Rusçuk ve Varna yoluyla Güneye indiklerini (BOA, A. DVN. DVE, 58/2, 99) sonra nehir yolunu kullanmaları halinde ise önce Eflak yoluyla Tuna Nehri'ne indiklerini ve daha sonra Niğbolu, Rusçuk, Silistre, İbrail, Varna üzerinden İstanbul'a geldiklerini görüyoruz. (BOA, A. DVN. DVE, 58/2, 260; BOA, A. DVN. DVE, 60/4, 198).

Galiçya tarafından ise Torla Nehri (Dinyeper) yoluyla Hotin, Bender, Akerman ve Kocabeyi'ne kadar inen tüccarlar, buradan Karadeniz'e işleyen Osmanlı gemilerini kullanarak İstanbul'a gelmekteydiler. (BOA, A. DVN. DVE, 61/5, 741; BOA, A. DVN. DVE, 62/6, 37). Aynı bölgede kullanılmakta olan ve Hotin-Galaş yolu olarak bilinen bir diğer kol da, İstanbul'a Suçeva, Yaş, Barlad, Kalas, İsmail, Tulca hattı üzerinden bağlanmaktaydı. (MEHLAN, 1939, 257).

Osmanlı topraklarına güneyden gelen Hırvat tüccarlar ise, Bosna, Karadağ, Arnavutluk, Selanik, İstanbul güzergahını kullanmaktaydılar. (BOA, A. DVN. DVE, 60/4, 1029). Ancak 18. yüzyıl sonlarına doğru Saraybosna tarafından gelen Avusturya tüccarları artık, büyük bölümü Avusturya egemenliği altındaki Alman topraklarını Balkan Yarımadası'nın güney kesimleriyle bağlayan en önemli karayolu durumundaki (MEHLAN, 1938, 69) Belgrad, Niş, Üsküp, Selanik rotasını kullanıp Selanik ve Siroz'u ziyaret etmeye başlamışlardı.

Rumeli'de söz konusu bu yollarda yapılan ticari taşımacılık öküz, manda veya atların koşulduğu yük arabalarıyla gerçekleştirilirdi. Manda ve öküzlerin koşulduğu arabaların taşıma kapasitesi 700-800 okka dolayındaydı. At arabalarında ise, koşulan atların sayısına bağlı olarak yük kapasitesi 600 okkadan 1500 okkaya kadar çıkabilirdi. Rusçuk'tan Varna'ya at arabalarıyla nakledilecek ticaret eşyasının her bir 100 okkası için 34-35 pare ödenmekte, bu meblağ kış aylarında 1 kuruşa kadar çıkmaktaydı. Daha yavaş hareket eden ve öküz ve mandaların koşulduğu arabaların kirası ise daha ucuzdu. (PEYSSONEL, ?, 275) Balkan topraklarından Avusturya tarafına yönelen tüccarların, İstanbul, Belgrad, Viyana; veya Üsküp, Belgrad, Viyana; ya da Zıştovi, Rusçuk, Bükreş, Braşov, Viyana rotalarından herhangi biri üzerinde ve 10, 20 veya 30 kadar atın çektiği yük arabalarıyla yaptığı yolculuklar, yaklaşık 6 hafta sürmekteydi. (PASKALEVA, 1966, 109).

Kara ticaretinde nakliyatta kullanılan yük hayvanlarının taşıma kapasitesi birbirinden farklılık göstermekteydi. Develerin taşıma kapasitesi 200 kg ile 700 kg arasında değişmekteydi. Atların taşıma kapasitesi ise 300-350 kg'dan 600-650 kg'a kadar çıkmaktaydı. Nakliyatta develerin tercih edilme nedeni fazla yük taşıyabilmelerinden ziyade, bakımlarının zahmetsiz olmasıydı. Zira at gibi tımar derdi de olmayan bu hayvan günlerce aç ve susuz yolculuk yapabilmekteydi. Ancak zemini ağır yollarda rahatlıkla yürüyememesi nedeniyle, Balkan Dağları'nın kuzeyine düşen yerlerde ve daha güneydeki Yunanistan'ın bozuk yollarında develere rastlamak olanaklı değildi. Bu yüzden develer ağırlıklı olarak Trakya üzerinde seyreden rotalarda kullanılmaktaydı. (MEHLAN, 1939b, 271).

Yolculuk esnasında atların ayaklarına nal çakılmış olması ve yolculuk sırasında Türk işi eyer kullanılması dikkat edilen hususlar arasındaydı. Zira Türk eyerlerinin, Avrupa işi eyerlerin aksine ayağı iyi kavrayan üzengileri vardı ve önleri ve arkalarının hafif yükseltilmiş olması nedeniyle oturma rahatlığı sağlıyordu. (MEHLAN, 1939b, 272). Taşınan yükler ise keten bezi veya yün çuvallardan yapılan balyalar, örme sepetler veya ahşap sandıklar halinde hayvanların arka tarafına yerleştirilmekteydi. Taşımacılıkla en fazla meşgul olanlar ise Sırbistan'ın doğu kesimlerinde ve dağlık bölgelerde ikamet eden halklardı.

Nakliyatta arabaların kullanılması yalnızca düzlük alanlarda ve kısa mesafeli olarak olanaklı idi ve pek az sayıda güzergahla sınırlıydı. Dağlık/yüksek bölgelerde arabaların kullanılabildiği güzergahlar sadece Braşov-Sibiu arasında mevcuttu ve söz konusu güzergahlarda bile arabaların kullanılabilmesi için çok sayıda koşum hayvanına ihtiyaç duyulmaktaydı. (MEHLAN, 1939b, 273). Aynı zamanda nakliye arabalarının kullanım alanları da o

kadar geniş değildi. Söz konusu arabalar ağırlıklı olarak Eflak ve Boğdan'da kullanılabilmekteydi. Örneğin bu arabalara Bosna'da rastlamak mümkün olmadığı gibi Sırbistan topraklarında 19. yüzyıla gelindiğinde sık olarak rastlanmamaya başlamıştı. Zira yük arabalarının daha 16. yüzyılda kullanıldığı bilinmesine rağmen nakliyatta atların yerini alması, ancak 19. yüzyıl ortalarında söz konusuydu. (MEHLAN, 1939b, 274).

Erken tarihlerde kullanılan araba çeşitlerini de tam olarak ortaya koymak oldukça zordur. Arabanın yapımı, takip edilecek yolların özelliklerine göre değişiklik göstermekteydi. Tuna Nehri'nin kuzey ve güneyine düşen yerlerdeki arabalar oldukça hafifti. Bu bölgelerde kullanılan ve *karutza* olarak adlandırılan arabalar 4 tekerlekli, üç adım yükseklikte ve iki adım genişlikteydi. Uzunluğu 4 adımı geçmeyen ve oldukça dar olan bu arabalar at koşullarında kullanılabilmekteydi. (MEHLAN, 1939b, 273). *Talika* olarak adlandırılan ve tatar menşeli olduğu anlaşılan yük arabaları da, at koşullarında kullanılan ve kullanım alanı Türkler tarafından geliştirilmiş arabalardandı. Yük arabası olduğu ve seyahat amaçlı olarak kullanılan talikaların pencereci olanlarına da rastlanmaktaydı. Ancak seyahat amaçlı arabaların Eflak'ta yaygınlaşması, 19. yüzyıl ortalarında Viyana arabalarının (*fiak*) bölgeye girmesinden sonra gerçekleşmişti. (MEHLAN, 1939b, 274). Balkanların orta bölgelerinde ise öküz ve mandaların koşulduğu ağır yük arabaları kullanılmaktaydı. *Tarnika* adlı modelinde, arka tarafında iki kişilik ekstra oturma yeri bulunan ve altı yere yakın 2 veya 3 tekerlekli arabalar oldukça ilkelidi. Balkanlarda *araba* adıyla yer eden yüksek tekerlekli ve genellikle üzeri çıplak ahşap veya kumaşla örtülü nakliye araçları ise, hem yük eşyası naklinde, hem de seyahatler için en fazla arananlardı. (MEHLAN, 1939b, 275).

Avrupa ve Osmanlı arasında Rumeli'den yapılan ticarete başta Tuna Nehri olmak üzere Sava, Drava ve Mur Nehirleri kullanılmaktaydı. Her ne kadar Rumeli'de nehir ticareti ayrı bir kategori olarak düşünülebilirse de, karayolu ile yapılan ticaretle iç içe geçmiş durumdaydı. Güneyde yer alan Sava, Drava ve Mur Nehirleri çok eski zamanlardan beri ticari ve askeri amaçlarla kullanılmıştır. Drava Nehri üzerinde yer alan Villach ve Pettau, geç ortaçağlardan beri uzak mesafeli ticarete sahne olan ticaret merkezleri olmuştur. Daha 15. yüzyılda Drava Nehri üzerinde sallarla Pettau'ya kadar getirilen ringa balığı ve Aachen, Frankfurt, Kreuznach, Nürnberg ve Speyer orijinli kumaşlar, Pettau panayırılarında Macar sığır ve derileriyle takas edilmiş, takas edilen sürüler akıntının ters yönünde ve nehir boyunca batıya doğru sürülmüştür. 15. yüzyıldan çıkarken, Venedik yoluyla ithal edilen ticaret maddeleri de aynı yolla Pettau'ya getirilmeye başlanmıştır. 16. yüzyıl öncesinde kurşun, civa, demir, demir eşyalar ve muhtelif tekstil ürünlerinin yanısıra, Venedik tarafından getirilen zeytinyağı, pirinç, baharat, şarap, cam ve kaliteli kumaşların bir bölümü de Villach'tan itibaren nehir yoluyla nehrin akış yönünde Pettau'ya doğru sevkedilmekteydi. 16. ve 17. yüzyıllarda Drava ve Mur Nehirleri üzerinde gemi ve sallarla yapılan nakliyat Osmanlılara karşı askeri birlik ve cephane sevkiyatında da kullanılmıştır. Drava Nehri üzerinde askeri amaçlı kullanılan gemiler küçük ebatlı Osmanlı gemilerinden esinlenerek şayka veya *nassaren* (*nassad*) adlarıyla anılmıştır. Macarca *Naszad*, Çekçe *Nassadok*, Slavca *Nasad* olarak bilinen ve genellikle *martolos* olarak adlandırılan sırp mürettebattan teçhiz edilen bu hafif savaş gemileri, Osmanlı tarafından Tuna donanmasının bir parçası olarak 15. yüzyıldan beri Tuna Nehri'nde çok sayıda bulundurulmaktaydı. Bir Floransalı'nın raporuna göre 1475 yılında Tuna Nehri'nde bu gemilerden 300 adet olup 10.000 de gemici istihdam edilmekteydi. 1522 yılında Petervaradin'de Radic Bozic adındaki bir Sırp tarafından yeniden tasarlanan ve 1529 yılında I. Viyana kuşatması sırasında önemli bir rol oynayan bu gemilerin 1530 yılındaki sayısı 800'ü bulmuştur. (BABİNGER, 1961, 18-20).

18. yüzyıl göz önüne alındığında Tuna Nehri konusunda Avusturya ile yapılan Pasarofça Anlaşması'nın (1718) II. Maddesindeki düzenleme esas alınmalıdır. Buna göre Avusturya tarafından Tuna Nehri'ni kullanarak gelen tüccarlar Vidin, Rusçuk ve sair mahallere kadar kendi gemileriyle gelebilecekler, ancak getirmiş oldukları ticaret eşyasını burada gemilerden arabalara aktaracaklar ve ücreti karşılığında karayoluyla daha ileri noktalara nakledebileceklerdir. Nakliyatta Rusçuk'tan öte nehir yoluyla devam etmek isterlerse, İbrail, İsakçı, Kili veya Karadeniz'e işleyen diğer Osmanlı gemilerini kiralayabilecekler, bu şekilde getirmiş oldukları ticaret eşyasını İstanbul, Kırım, Trabzon, Sinop ve Karadeniz'de alıcı olan diğer iskelelere kadar nakledebileceklerdir. (BOA, A. DVN. DVE, Nemçe Ahid Defteri, 57/1, 23/122). Bu düzenlemeye göre 18. yüzyıl başlarından itibaren Tuna Nehri yoluyla Osmanlı topraklarına ticaret eşyası getiren tüccarların bir kısmı, Rusçuk'ta arabalara aktarma yaptıktan sonra Edirne üzerinden İstanbul'a doğru yol almışlar, (BOA, A. DVN. DVE, Nemçe Ahid Defteri, 57/1, 127) bir kısmı da adı geçen iskelelerde aktarma yaptıktan sonra mallarını nehir ve deniz yoluyla İstanbul'a nakletmişlerdir. (BOA, A. DVN. DVE, Nemçe Ahid Defteri, 57/1, 336). Ancak nehir yolunu kullanarak gelen tüccarların hepsi yolculuklarını iç kesimlere kadar sürdürmemişler, getirmiş oldukları ticaret eşyasını Rusçuk yerine Vidin vb. yerlerden karayolu ile aktarmışlardır. (BOA, A. DVN. DVE, Nemçe Ahid Defteri, 57/1, 411). 18. yüzyılın büyük bölümünde uyulan bu kural, Osmanlı tarafından 1784 yılında Avusturya'ya verilen ve Avusturya tüccarlarının Karadeniz'e çıkmalarına olanak tanıyan anlaşma ile geçerliliğini yitirmiştir. Söz konusu senedin 6. ve 7. maddeleriyle hem Tuna Nehri'nden, hem de boğazlardan Karadeniz'e çıkmak ve Karadeniz ve Akdeniz'den birbirine geçiş yapabilmek olanaklı hale gelmiştir. (BOA, A. DVN. DVE, Nemçe Ahid Defteri, 57/1, 269/637). Ancak buna rağmen Avusturya tüccarlarına Karadeniz'e çıkış izni verilmesinden çok önceleri bazı Avusturya tüccar gemileri İbrail, İsmail ve Kili'ye kadar seyretmişler (BOA, A.DVN.DVE, 60/4, 983-986 (Evail-i Cemaziyelahir 1191 tarihli)). ve İbrail ve Varna yoluyla İstanbul'a gelmişlerdir. (BOA, A.DVN.DVE, 60/4, 198).

Avusturya tüccarları genel olarak, Osmanlı topraklarına gelirken yaptıklarının aksine, dönüş yolculuğu sırasında akıntı yönünün ters olması nedeniyle Tuna nehrini pek kullanmamışlardır. Bununla birlikte nehir yolculuğunu deneyen tüccarlar olduğunu görüyoruz. Örneğin 1724 yılında Eflak'tan satın aldığı yün ile Viyana'ya dönmek isteyen kumpanya tabir olunan Oryantal Ticaret Şirketi'nin tüccarları, dönüş sırasında Tuna nehrini kullanmışlardı. (BOA, A.DVN.DVE, Nemçe Ahid Defteri 57/1, 328).

Vidin'den Rusçuk'a kadar özel olarak kiralananan ve yük kapasitesi 200 kantar olan gemilerin kirası 14 ile 15 kuruş arasında değişmekteydi. Ancak özel olarak değil de, yalnızca Vidin'de yükünü boşaltıp geri Rusçuk'a dönmek üzere olan gemilerin kiralanması halinde bu tutar 6-7 kuruşa kadar düşerdi. Akıntının ters yönünde yapılacak nakliyatlarda, Rusçuk'tan Vidin'e kadar özel olarak kiralanacak gemilerin fiyatı ise 12 ile 15 kuruş arasındaydı. Aynı rota üzerinde özel olarak kiralanmayıp, yükünü boşaltıp geri dönmekte olan gemilerin kiralanması halinde bu tutar 9-10 kuruşa kadar inmekteydi. Vidin ve Rusçuk'ta nehrin akış yönünde daha uzak mesafeler için de özel gemiler kiralanabilmekteydi. Vidin'den Kalas'a nakledilmek istenen ticaret eşyası için kiralanmak istenen gemilerin ücreti 28-30 kuruş; Rusçuk'tan Kalas'a nakledilmek istenen ticaret eşyasının ücreti 15-20 kuruş; Vidin'den Tuna ağzındaki Süne Boğazı'na nakledilmek istenen ticaret eşyasının ücreti ise 50-55 kuruş arasında değişmekteydi. Kalas'tan Karadeniz'e ticaret eşyası nakledebilmek için ise, genellikle Vidin ve Rusçuk'tan gelmekte olan ve bu yüzden daha düşük maliyete konu olan gemiler kiralanmaktaydı. Bu rota üzerinde kiralananan gemilerin yük ka-

pasitesi genellikle 200 kantarın altında olmaz ve kiralari gemilerin büyüklüğüne ve rotanın uzaklığına göre değişiklik gösterirdi. (PEYSSONEL, ? , 174).

18. yüzyılın başlarında, Avusturya dış ticaretinde gözler Tuna'ya çevrilmiş olmasına rağmen, iki bölge arasında hala ağırlıklı olarak karayolu kullanılmaktaydı. Tuna Nehri'nin Avusturya'ya yakın bölgelerinde Raiz tüccarları, daha iç kesimlerinde de Rum tüccarları ticaret faaliyetlerinde söz sahibi durumundaydı. (HALM, 1943, 67). Pickl'e göre 18. yüzyıl başlarından 1774 yılında imzalanan Küçük Kaynarca anlaşmasını takip eden yıllara, hatta 1784 yılında Osmanlı Devleti tarafından Avusturya'ya verilen anlaşma senedinin imzalanmasına kadar köklü değişiklikler meydana gelmemiştir. Bu süre zarfında iki bölge arasında kara ve nehir yoluyla yapılan ticaret faaliyetleri, eskiden olduğu gibi, büyük ölçüde Osmanlı tebeası tüccarlar ile Macaristan ve Erdel tüccarları tarafından gerçekleştirilmiştir. (PICKL, 1980, 45). O dönemde Avusturyalı tüccarların sayıca azlığı, 18. yüzyılın sonlarına doğru bu araştırmanın da bir bulgusu olduğu gibi artmaya başlayacaktır.

Osmanlı-Avrupa arasında Rumeli topraklarında yapılan kara ticaretinde belirli gümrük noktalarının varlığı söz konusudur. 18. yüzyılın büyük bir bölümünde Avrupa topraklarının kara veya nehir yoluyla Osmanlı topraklarına ithal edilen ticaret eşyasının ilk vergiye tabi tutulduğu gümrük noktalarından birisi Belgrad idi. Bu dönemde Avrupa'dan gelen ticaret eşyasının büyük ölçüde İstanbul'da pazarlanmasına ve vergi tahsilatının İstanbul ile birlikte ticaret eşyasının satışa sunulduğu Rumeli topraklarındaki Selanik, Edirne gibi diğer ayrıcalıklı gümrük merkezlerinde yapılması ilkesinin benimsenmiş olmasına rağmen, Avrupa'dan kara ve nehir yoluyla Balkanlara ve İstanbul'a getirilen ticaret eşyası söz konusu olduğunda, İstanbul gümrüğü hariç, ticaret eşyasının satışa sunulduğu bölgelerden ziyade Osmanlı toprakları içerisinde ilk ödemenin yapıldığı bölgeler esas alınmaktaydı. Örneğin Avusturya topraklarından gelen tüccarların gümrüğünü Bükreş'te veya Vidin'de ödediği ticaret eşyasından Rusçuk'ta, gümrüğünü Belgrad'da ödedikleri ticaret eşyasından Zıstovi, Selanik, Filibe veya Sofya'da tekrar gümrük talep edilmesi ahitnamelere aykırı kabul edilmekteydi ve talep edilen tutarların tüccarlara geri verilmesi istenmekteydi. (ELİBOL, 2003, 46-47).

18. yüzyılda imparatorluğun diğer bölgelerinde görüldüğü gibi, Rumeli toprakları da Fransa ve İngiltere'nin rekabetine sahne olmuştur. 18. yüzyılın ilk yarısında Balkan pazarına Fransızlar egemen olurken, yüzyıl ortalarından itibaren İngilizler ticaret usullerindeki cazibeyle kendilerine yer bulmuşlar ve Fransız ihtilaliyle birlikte Fransızların önüne geçmişlerdir. Bu dönemde her iki devletin de temsilciliklerinin bulunduğu Selanik, bölgenin en önemli ticaret merkezi haline gelmiştir. Osmanlı Devleti ile yaptıkları ithalat ve ihracatta deniz yolunu kullanan her iki devlet tüccarları da önceleri doğrudan, sonraları ise halkı ve bölgeyi daha iyi tanıyan Osmanlı tebeası Ermeni ve Yahudi tüccarların aracılığıyla Balkanlardan pamuk, yün, halı ve kilim, tahıl, afyon, kuş üzümü, kırmızı boya, deri ve balmumu ve ecza ürünleri ithal etmişler, karşılığında bölgeye mensucat ürünleri, keten bezi, pamuklu kadife, yün kasket, maden filizi, saat, mücevherat ve altın işlemeli eşyalar, cam, kağıt, kürk ve sömürge ürünleri getirmişlerdir. Bölgeye getirilen mallardan bir kısmı önce Alasonya, İslimye, Nevrokop ve Uzuncaova panayırlarına indirilmiş, daha sonra iç kesimlere aktarılmıştır. Fransızların Balkan pazarındaki rolünün azalmasından, ithal ettikleri yün ve kuş üzümü karşılığında bölgeye tekstil ürünleri ve baharat getiren Hollandalılar ve ithal ettikleri yün, yünlü kumaş, ipek, tahıl, afyon, kuşüzümü, kırmızı boya, balmumu ve ecza bitkileri karşılığında bölgeye ipekli kumaşlar, kadife, damasko, yün kasket, maden filizi, silah, cam ve kağıt getiren İtalyanlar da yararlanmışlardır. İthal ettikleri tütün, şarap, kuş

üzümü ve demire karşılık bölgeye kürk ve ipekli eşya getiren Rusların bölgedeki etkinlikleri ise, Karadeniz'e inme ve Osmanlı Devleti ile doğrudan ticaret yapma fırsatını elde ettiği 1774 yılından sonra, diğer devletlere göre daha fazla gelişme göstermiştir. Ancak 18. yüzyılda Balkan ticaretindeki payı en fazla artış kaydeden Avrupa devletleri, deniz yolunun yanı sıra kara ve nehir yolunu da yoğun biçimde kullanan Avusturya ve diğer Alman eyaletleri olmuştur. Avusturya ve Alman eyaletlerinden Balkanlara gelen tüccarlar, Osmanlı topraklarından ithal ettikleri pamuk, yün, iplik, büyükbaş hayvan, post ve deri karşılığında yünlü kumaş, müslin, maden filizi, çelik ve bakır eşyalar, mücevherat ve altın işlemeli eşya, emaye eşya, cam, porselen, kürk ve sömürge ürünlerini getirmişlerdir. 18. yüzyılda genelinde korunan bu tablo, 1830'lardan itibaren tekrar İngilizler lehine değişmeye başlamıştır. (MEHLAN, 1939a, 75-76).

3. ARAŞTIRMANIN TANITIMI

2 Numaralı başlıkta Osmanlı kara dış ticareti ve özellikleri ana hatlarıyla ortaya konulmuştur. Bu anlamda dikkatimizi 18. yüzyılın sonları ve 19. yüzyılın ilk yıllarında yoğunlaştırdığımızda, Osmanlı arşivlerinde yer alan Bab-ı Defteri tasnifindeki Başmuhasebe kayıtları ile Cevdet İktisat ve Cevdet Maliye tasniflerindeki kervan defterleri dikkatimizi çekmektedir.

Bu çalışmada yararlanılan ve Belgrad-İstanbul arasında işleyen kervanlara ilişkin defterlere ait, tespit edilebilen arşiv kayıtları oldukça sınırlıdır. Örneklerine Bab-ı Defteri Başmuhasebe kalemi, Cevdet İktisat ve Cevdet Maliye tasniflerinde rastladığımız bu defterlerin başında, genellikle *îrâd-ı defter-i kârbân-ı belgrad müfredâtı* ifadesi yer almış; zaman zaman *şehr-i ...nın ... gününde vürûd iden belgrad kârbân defteri biçiminde tanımlanmıştır. Bazen de sadece îrâd-ı defter-i belgrad* ibaresiyle yetinilmiştir.

Bağlı buldukları maliye kalemine, bizzat başlıklarında yer verilen bilgiler ve içeriğine bakarak Belgrad'dan İstanbul'a ithal edilen malların taşındığını anladığımız bu kervanlarla ilgili diğer kayıtlara ancak dolaylı yollardan rastlayabiliyoruz. Bu kayıtlara örnek olarak Nemçe Ahkam Defterleri'nin ilgili hükümleri verilebilir. (Bkz. BOA, DVN.DVE, 62/6, 891,943). Belgrad kervanlarıyla ilgili bilgilere yer verdiği tespit edilen literatür çalışmaları içerisinde ise, araştırmalarını Osmanlı döneminde Rumeli'deki ticaret faaliyetleri üzerinde yoğunlaştıran A. Mehlan'ın eserleri ön plana çıkmıştır.

Buradan hareketle araştırma amacımıza ulaşmak için söz konusu kayıtlarda ve ilgili döneme ait 9 adet deftere ulaşarak bunları temin etmeye çalıştık. Defterler Belgrad'dan gelen kervanların içinde yer alan tüccarların, isimleri, tabiyetleri, getirdikleri malların isimleri, miktarları ve her bir maldan alınan vergi miktarını içermekteydi. Farklı süreler için tutulan defterlerin transkripsiyon işlemi tamamlandıktan sonra defterlerdeki bilgilerin sistemli bir şekilde yorumlanabilmesi için 3 tablo oluşturularak bilgiler yoruma uygun bir hale getirildi. Sonuçta 9 defter (9 kervan), 1036 parça mal ve 318 tüccar üzerinden bilgiler derlenerek tablolar oluşturuldu. I nolu tablo ile söz konusu 9 kervanın mali kompozisyonuna ulaşıldı. Her bir kervanın ödediği toplam vergi ile getirdiği tüm malların toplam değerleri saptanarak 9 kervanın ödediği toplam vergi ve getirdiği malın toplam değerine ulaşıldı. II. nolu tabloda ise 1036 mal gruplanmak suretiyle gelen tüm malların bu gruplar itibarıyla bıraktıkları vergi, malların gruplar itibarıyla değeri ve toplam içindeki oranına ulaşılmaya çalışıldı. Ancak burada belirtilmesi gereken bir nokta şudur ki, I. ve II. tablolarda genel

toplamların eşit çıkmaları gerekirken farklı çıkmalarıdır. Bunun nedeni, II nolu tablo oluşturulurken okunamayan, ya da okunduğu halde ne olduğu saptanamayan malların II nolu tabloya dahil edilmemesidir. Bu nedenle II nolu tablonun genel toplamı, I nolu tablonun genel toplamından biraz daha küçük çıkmıştır. Verginin bir grup mal için toplam şeklinde gösterildiği durumlarda ise her bir mala düşen vergi, o gruptan alınan toplam vergi/mal sayısı şeklinde hesaplanarak tabloya öyle dahil edilmiştir. III nolu tabloda ise 318 tüccar tabiyetler itibariyle gruplanarak yoruma hazır hale getirilmiştir. Ancak bu tablo oluşturulurken de genel toplam içinde sayıları birkaçı bulanlar (örneğin müslim 3 tane) ile tabiyetleri belirtilmeyenler diğer başlığı içine dahil edilmiştir.

I ve II nolu tablolarda malların değerlerine, maldan alınan verginin %3 olduğu hesabıyla, maldan alınan vergi 3'e bölünüp 100 ile çarpılmak suretiyle ulaşılmıştır. Kuruş değerinin hesaplanmasında ise 1 kuruş = 120 akçe paritesinden yola çıkılmıştır.* Oluşturulan tablolar yorumlanmak suretiyle de araştırmanın bulguları ortaya konulmuştur.

Dileğimiz bu çalışmanın Osmanlı iktisat tarihinde küçük bir alanı aydınlatabilmesidir. Dönemin dış ticari yapısının kara ticareti ekseninde aydınlatılabilmesi için daha pek çok çalışmaya ihtiyaç olduğu da ortadadır.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE DEĞERLENDİRME

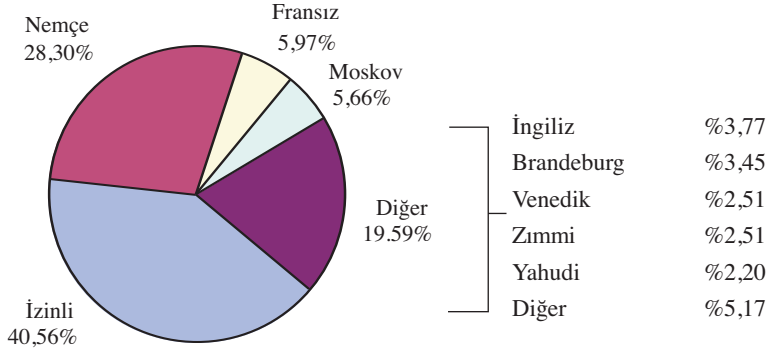
Buraya değin ana ilkeleri belirlenen, bu çalışmanın konusu ile ilgili olarak, arşiv belgelerinden derlenerek ekte sunulan 3 adet tablodan bazı bulgular elde edilmiştir. Bu bulgular aşağıda maddeler halinde sunulmaktadır:

- 1795-1804 yılları arasında Osmanlı topraklarına Avrupa'dan (Belgrad) değişik tarihlerde 9 adet kervan gelmiştir. Tablo I'de mali kompozisyonları verilen bu kervanların toplam 241.694.499 akçe (2.014.120 kuruş) değerinde mal getirdikleri ve bu mal üzerinden 7.250.499 akçe (60.423 kuruş) vergi ödedikleri saptanmıştır. Her kervan ortalama olarak 26.854.808 akçelik (60.423 kuruş) değerinde mal getirirken, yine her kervan ortalama olarak 805.654 akçe (6.713 kuruş) vergi bırakmıştır. Söz konusu 9 kervanda toplam 318 tüccar bulunmakta olup ortalama olarak her bir tüccarın 22.801 akçe (190 kuruş) tutarında vergi ödediği ve her tüccarın 760.045 akçe (6.333 kuruş) değerinde mal getirdiği hesaplanabilmektedir.
- Tablo III incelendiğinde 1795-1804 döneminde 9 kervan içinde toplam 318 tüccar bulunmaktadır. Bu tüccarlar tabiyet itibariyle ve ağırlıklı olarak izinli* (%40,56), Nemçe (%28,30), Fransız (%5,97), Moskov (%5,66), Diğer (%5,17), İngiliz (%3,77), Brandenburg (%3,45), Venedik ve Zımmi (%2,51'er) ve Yahudi (%2,20) olarak sıralanmaktadır. Osmanlı'nın Avrupa ile olan karayolu ticaretinde kayıtlarda mezun (izinli) olarak adlandırılan tüccar grubu ile Nemçe (Avusturya) tüccarlarının ezici üstünlüğü hemen

* 18. yüzyılın sonları 19. yüzyılın başlarına ait gümrük tarife defterlerinde 1 kuruşun rayicinin 120 akçe olduğu özellikle vurgulanmıştır. Bununla birlikte 18. yüzyılın ikinci yarısına ait bazı gümrük tarife defterlerinde 1 kuruşun rayicinin 110 akçe olarak da belirlendiği görülmektedir. Bkz. BOA, C. Hariciye, 6228; BOA, C. Hariciye, 24435.

* Bu çalışmada kullanılan kervan defterlerinde kimi tüccarların tabiyetleri yerine kullanılan bu kavrama tüm çabalarımıza rağmen rastlanmamıştır. Ancak muhtemelen, kendilerine herhangi bir nedenden dolayı ticaret yapma izni verilmiş olan bir devlet tüccarını ya da aynı özelliklere haiz farklı devletler tüccarlarını ifade ediyor olmalıdır.

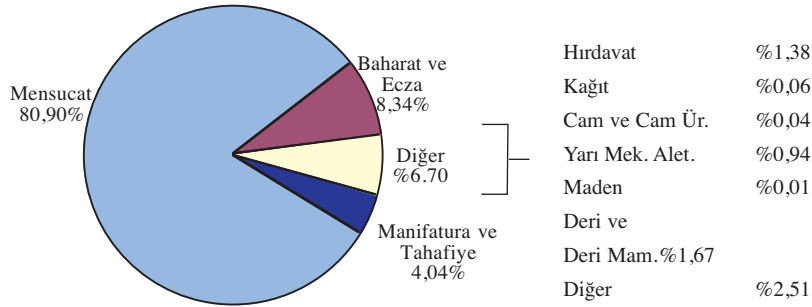
dikkati çekmektedir. Diğer ulusların payları yüzde itibariyle %2 ile %6 arasında küçük oranlarda ve birbirlerine oldukça yakın olarak belirmektedir. Aşağıda Şekil I'de tüccarların tabiyetleri yüzdeler halinde gösterilmektedir.



Şekil 1. Osmanlı Devleti'ne Kara Yolu İle Mal Getiren Tüccarların Tabiyetleri:

1795-1804

- Söz konusu dönemde 9 kervan 318 tüccarın karayoluyla Osmanlıya getirdiği mallar gruplamaya tabi tutulduğunda 571 parça ve toplam değer içindeki %80,90'lık payıyla mensucat ilk sırada yer almaktadır. İkinci sırayı 82 parça ve %8,34'lük payla baharat ve ecza, üçüncü sırayı ise 148 parça ve %4,04'lük oranla manifatura ve tuhafiyeye almaktadır. Manifatura ve tuhafiyeye gurubu mallar parça bazında (148), baharat ve ecza gurubundan (82) daha büyük olduğu halde değer bazında baharat ve eczadan küçüktür ki bu durum söz konusu malların birim fiyatlarındaki farklılıktan kaynaklanmış olmalıdır. Tablo II'de dikkati çeken bir diğer nokta karayolu ile Osmanlıya gelen gıda mallarının, incelemenin kapsamı bağlamında, yüzde ile ifade edilemeyecek derecede küçük çıkmasıdır. Bunun nedeni konusunda genel bilgiler ekseninde saptamalarda bulunmak olanaklı olsa da ayrıca bir çalışma yapmanın gerekliliği ortadadır. Aşağıda Şekil II'de gelen malların yüzde dağılımları gösterilmektedir.



Şekil 2. Osmanlı Devleti'ne Karayoluyla Gelen Malların Değer Bazında Yüzdede

Dağılımları: 1795-1804

Şekil II’de incelenen malların Osmanlı Devleti’ne geldiği ülkeler noktasında arşiv kayıtlarında ayrıntılı bilgiler yer almamakta olup bütün kervanların kayıtlarının tutulduğu nokta Belgrad olarak görünmektedir. Ancak buna rağmen yine de Osmanlıya gelen malların hangi ülkelerden geldikleri noktasında önceden yapılmış çalışmalara da bağlı kalınarak düşünceler üretebilmek olanaklı olabilmektedir.

Belgrad kervanlarıyla İstanbul’a ve imparatorluğun iç kesimlerine ithal edilen ticaret maddelerinin menşelerini, dolaylı olarak da olsa, tespit edebilmek mümkün gözükmemektedir. Bilindiği gibi, söz konusu kervanları kullanan tüccar guruplarının getirdikleri mallarının en önemli bölümünü mensucat ürünleri oluşturmaktadır. Bu mensucat ürünlerinin menşesinin ortaya konulabilmesi için, ticaret faaliyetlerinin tamamına yakını ellerinde bulunduran Avusturyalı ve izinli tüccarların yaptıkları ithalata daha yakından bakmak yeterli olacaktır.

Yabancı tüccar gurupları arasında ilk sırayı alan Avusturya tüccarları tarafından ithal edilen ticaret maddeleri arasında kayıtlarına en sık rastlanan kumaş çeşidi beyâz, beyâz hâssa vb. adlarla anılan pamuklu çeşididir. Bununla birlikte *cânfes*, *hâre*, *atlas*, *sandal*, *iskâki* (*hâki*), *muhabbethâne*, *sâye*, ve *hulâlî şâl* gibi ipekli ve yünlüler de kayıtlarına sık rastlanılan kumaş çeşitleri arasında yer almıştır. Tuhafiye eşyası olarak değerlendirilebilecek ürünler arasında da, sırma, şerit, pul, klapdan, iplik, eldiven, çorap, vb. bulunmaktadır. Avusturyalıların beraberlerinde getirdikleri mensucat ürünleriyle ilgili kayıtlar, bize bu ürünlerin nelerden getirildikleri ilgili de bilgi vermektedir. Bu kayıtları içeriğine bakıldığında, Avusturya tüccarları tarafından getirilen mensucat ürünlerinin önemli bir bölümünün *çit-i Beç*, *mahrâme-i Beç*, *rişte-i Beç*, *fisdân-ı Beç*, *kirpâs-ı Nemçe*, *şerit-i Leh*, *çuka-i Leh*, *çit-i Flemenk*, *alaca-i Flemenk*, *şâl-i efrencî*, *Nemçe fesi* vb. adlarla anılan Avusturya, Hollanda ve Polonya işi kumaş ve giysilerin oluşturduğu anlaşılmaktadır.

Bu dönemde Kara Avrupası ve Osmanlı İmparatorluğu arasındaki ticaret faaliyetleriyle ilgili iyi bilinen bir diğer husus, gerek Osmanlı, gerekse Avusturya tüccarları tarafından kara veya nehir yolunu kullanarak Osmanlı topraklarına ithal edilen ticaret maddelerinin önemli bir bölümünün, Avusturya hakimiyeti dışındaki diğer Alman eyaletlerinden tedarik edilmekte ve kısmen Avusturya topraklarından transit geçirilerek Osmanlı topraklarına sokulmakta olduğudur. Avusturya hakimiyeti dışında kalan Alman eyaletlerinden ithal edilen ticaret maddelerinin önemli bir bölümü de Leipzig panayırlarından satın alınmaktaydı.

18. yüzyıldan 19. yüzyıl başlarına kadar Leipzig panayırlarından başta Eflak ve Boğdan olmak üzere diğer Rumeli topraklarına ithal edilen ticaret maddeleri arasında ilk sırayı ipek ve altın işlemeli kumaşlar (*dibâ*), yünlü, pamuklu ve keten dokumalar, dantel ve nakış işleri, şapka, çorap, kürk ve deri işleri ve çeşitli giysiler yer almış; bu ticaret maddelerini altın, gümüş ve diğer değersiz madenler, cam ve porselen eşya, düğme, saat, tütün kutusu, ahşap işleri, oyuncak, ecza ürünleri vb. takip etmiştir. 18. yüzyılın ikinci yarısında ağırlığını Saksonya tekstil sanayi ürünlerinin oluşturduğu müslinler ve yünlü kumaşlar, Reichenbach ve Zeitz bölgelerinin orta kalite kumaşları, Nice menşeli *kaliko* ve pamuklu dokumaları, kürk işleri, iğne, iplik, düğme, şerit vb. ticaret maddelerinin Leipzig panayıruları vasıtasıyla Osmanlı topraklarına ihracı artış göstermiş; sayılan ticaret maddeleri içerisinde bir kısmı XVIII. yüzyıl sonlarında Kahire’ye kadar ulaştırılmıştır. Leipzig panayıruları vasıtasıyla

la Osmanlı topraklarına nakledilen sınaı mallar ekseriyetle Fransa, İngiltere ve Hollanda'dan, bir ölçüde de İtalya'dan ithal edilmiştir. 1763 yılı itibarıyla, İngiltere'den Alman topraklarına yapılan ithalatın 3/4'nün Leipzig aracılığıyla gerçekleştirildiği rapor edilmiştir. Sadece küçük bir kısmı Saksonya'da tüketilen bu ithalatın büyük bir kısmı, panayırlar vasıtasıyla güneydoğu istikametine nakledilmiştir. (ELİBOL, 2003, s. 240).

Kayıtlarda *izinli* olarak yer alan ve ithal ettikleri ticaret maddelerinin önemli bir bölümünü mensucat ürünlerinin oluşturduğu tüccar gurubunun faaliyetlerini de aynı çerçevede değerlendirmek yanlış olmasa gerektir. *İzinli* olarak adlandırılan tüccar gurubunun, 18. yüzyılın büyük bölümünde Osmanlı ve Orta Avrupa toprakları arasındaki ticaret faaliyetlerini ellerinde Osmanlı tebaası tüccarlar olarak algılanmasının kuvvetli bir ihtimal olduğu düşünülürse (Bkz. ELİBOL, 2003). Avusturya tüccarlarıyla ilgili olarak yapılan değerlendirmenin *izinli* tüccarlar için de geçerli olduğu ortaya çıkacaktır; zira 18. yüzyılın büyük bölümünde Osmanlı-Avusturya ticaretini ellerinde bulunduran Osmanlı tebaası tüccarların ve bu tüccarlar arasında çoğunluğu oluşturan Rumların önemli bir bölümü, 18. yüzyılın ikinci yarısında Leipzig ve çevresindeki panayırları sıkça ziyaret etmekte ve Osmanlı topraklarından getirmiş oldukları pamuk, yapağı, sahtiyan, deri, balmumu vb. hammaddeler karşılığında, Fransız, Hollanda ve İtalyan-İsviçre menşeli yünlü, ipekli ve pamuklu kumaşları ithal etmekteydiler (ELİBOL, 2003, s. 98-102).

Avusturyalı ve *izinli* tüccarların tamamına yakını oluşturduğu tüccar guruplarının ithal ettikleri diğer ticaret maddeleri arasında, mensucat ürünleri ve mensucat ürünleri içerisinde değerlendirilebilecek tuhafıye eşyası ile birlikte, baharat ve ecza ürünleri, hırdavat eşyası ve cam ve cam ürünleri yer almıştır.

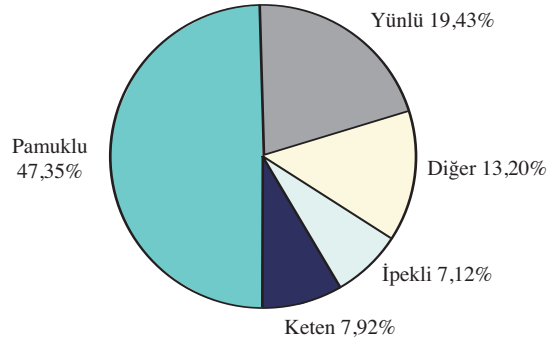
Mensucat ürünlerinin dışında en önemli mal kalemini oluşturan baharat ve ecza ürünlerinin Belgrad üzerinden İstanbul ve imparatorluğun iç kesimlerine nasıl aktarıldığını anlamak için de, yine bu dönemde Leipzig panayırları merkezli ticaret faaliyetlerine bakmak yerine olacaktır. Leipzig panayırları vasıtasıyla Osmanlı topraklarına aktarılan sömürge ürünleri ilk zamanlar Hindistan tarafından getirilirken, 18. yüzyıl boyunca, Amerika Kıtası'ndan getirilen ürünlerin payı gitgide artmıştır. Deniz aşırı topraklardan getirilen sömürge ürünleri Leipzig Panayırlarına, başta Hollandalı ve İngiliz olmak üzere, diğer Batı Avrupa tüccarlarıyla işbirliğine gidilerek getirilmiştir. Deniz aşırı bölgelerden Leipzig'ye getirilen ve buradan da büyük ölçüde Avrupa'nın güneydoğusuna nakledilen ticaret maddeleri arasında kahve ve şeker ilk sırayı almış; bu iki ticaret maddesinin ardından önce safran, gebre vb. baharat maddeleri; daha sonra da çivit ve şap gibi boya maddeleri ve ecza ürünleri gelmiştir. (ELİBOL, 2003, s. 240).

Belgrad kervanlarıyla ithal edilen hırdavat eşyası ile cam ve cam ürünlerin hangi yollarla temin edildiğini anlamak için de, bu dönemde büyük ölçüde Avusturya hakimiyeti altındaki Orta Avrupa toprakları ile Osmanlı İmparatorluğu arasındaki ticaret faaliyetlerine bakmak yeterli olacaktır. Zira 18. yüzyıl boyunca hem Avusturya tebaası tüccarlar, hem de bu dönemde Avusturya-Osmanlı ticaretinde söz sahibi olan Osmanlı tebaası tüccarların söz konusu ticaret maddelerini nerelerden temin ettikleri genel olarak bilinmektedir. 18. yüzyılın ilk yarısında ağırlıklı olarak Osmanlı tebaası tüccarlar tarafından ithal edilen hırdavat

eşyasını, büyük ölçüde Stirya yapımı bıçak, balta, orak, tırpan, saban demiri, teneke, çingirak, tel, çivi, tava, dikiş iğnesi vb. metal aletler oluşturmuştur. (ELİBOL, 2003, s. 217-218). Avusturya'dan ithal edilen hırdavat eşyası arasında Nürnberg menşeli olanlar da önemli bir yer almıştır; zira 18. yüzyıl sonlarında Osmanlı topraklarına ithal edilen ticaret maddeleri ile ilgili Avusturyalı tüccarlar tarafından kaleme alınan raporlarda, eğe (törpü), toka, kılıç namlusu, yüksük, ayna, pencere camı, gitar teli vb. demir, çelik, pirinç ve cam eşyaların yer aldığı *Nürnberg malları*, mensucat ürünlerinden sonra ihracat potansiyeli en fazla olan emtia gurubu olarak değerlendirilmiştir (HALM, 1954, s.17). Osmanlı topraklarına gelirken karayolunu kullanan Avusturya tüccarları Alman topraklarından temin ettikleri hırdavat eşyasını Viyana, Krayova, Tımeşvar, Erdel vb. bölgeler üzerinden getirmişlerdir (ELİBOL, 2003, s. 218). Hırdavat eşyası ile birlikte Osmanlı topraklarında geniş kitleler arasında alıcı bulan cam ve kristal eşyalar ise, Bohemya menşeli ürünlerdir. 18. yüzyılda *Haida ve Steinschönau*'da imal edilen ve Osmanlı topraklarının yanı sıra İspanya, Portekiz, Danimarka ve diğer İskandinav ülkelerine de alıcı bulan cam eşyalar, 18. yüzyıl başlarından 1770'li yıllara kadar Avusturya tüccarları tarafından Osmanlı topraklarına en fazla ithal edilen ticaret maddelerinin başında gelmişti. (BEER, 1898, s. 24).

- Tablo II'den elde edilen bir başka bulgu da şudur. İncelenen dönemde karayolu ile ahşap ve ahşap ürünlerinin gelmemiş olması, gıdanın yüzde olarak ifade edilmeyecek derecede küçük olması, kağıdın %0,06, cam ve cam ürünlerinin %0,09 ve madenin %0,01 gibi düşük miktarlarda gelmesidir. Bu durum karayolu taşımacılığındaki zorluklardan ve malların nitelikleri ile taşınan malların hacim özelliklerinden kaynaklanmış olmalıdır.
- Tablo II incelendiğinde Osmanlı'nın klasik dönemdeki ticari yapısının bir dönüşüm içinde olduğunu ipuçları görülebilir. Nitekim 9 kervan ile gelen 1036 parça malın değer bazında %84,94'ünü mensucat ile manüfatura ve tuhafiyeye grubunun oluşturması klasik dönemde çok iyi bir piyasası olan Osmanlı dokumalarının yavaş yavaş iç ve dış pazarda önemini yitirdiğinin bir göstergesi olmalıdır. Deri ve deri mamulleri ile kağıdın zaten eskiden beridir dış alıma konu olduğu ve yarı mekanik alet kategorisine giren dürbün, saat, ustura, şemsiye gibi malların ithalatının bu dönemlerde yapıldığı dikkate alındığında klasik dönemdeki kendine yeter konumunun bağımlılık şeklinde bir dönüşüme uğruyor olduğu düşünülebilir.
- Ticaretteki dönüşümün tam olarak anlaşılabilmesi için incelenen defterlerde yer alan kervanların getirmiş olduğu ve toplam mallar içinde %80,90 gibi büyük bir orana sahip olan mensucatin hammadde bazında ayrıştırılması da gerekmektedir. Nitekim bu yapıldığı takdirde Tablo IV'de de görüldüğü gibi toplam mensucat ürünleri içinde değer ve bıraktığı vergi bazında %47,35'lik payla pamuklu ürünlerin 91.500.166 akçe değerinde olduğu (762.501 kuruş) ve 2.745.005 akçe vergi bıraktığı (22.875 kuruş) anlaşılmaktadır. Mensucatta ikinci sırayı %19,43'lük payla ve 37.549.933 akçe toplam değer (312.916 kuruş) ve 1.126.498 akçelik bırakmış olduğu vergi ile (9.387 kuruş) yünlüler almaktadır. Üçüncü sırayı %7,92'lik payla hammaddesi keten olan mamuller 15.303.100 akçelik toplam değer (127.525 kuruş) ve 459.093 akçelik vergi ile (3.825

kuruş); dördüncü sırayı ise %7,12'lik payla ipekli mamuller almaktadır. İpeklilerin toplam değeri 13.759.300 akçe (114.660 kuruş) ve bıraktığı vergi ise 412.779 akçe (3.439 kuruş) olarak saptanmıştır. Toplam mensucat ürünleri içinde %13,20'lik bir yüzdeye sahip olan diğer mamuller ise, gelen mal genel anlamda mensucat içinde değerlendirilmesine rağmen hammadde noktasında tespiti esnek olan mallar (iplik, eldiven, şerit, çorap, fes vb.) ile, malın ölçü biriminden mensucat olduğu anlaşılmasına ve isminin okunmasına rağmen hem kendisinin hem de hammaddesinin tespit edilmesi olanaklı olmayan mallar dahil edilmiştir. Aşağıdaki Şekil III'de mensucat ürünlerinin hammadde itibariyle yüzde ayrışımı gösterilmektedir.



**Şekil 3. Osmanlı Devleti'ne Karayoluyla Gelen Mensucatın Hammadde Bazında Analizi:
1795-1804**

Tablodaki bu durum 19. yüzyılda kendini daha da hissettirecek olan Sanayi Devrimi'nin ortaya koyacağı etkilerin habercisi olarak yorumlanabilir. Nitekim aile ve lonca üretim birimi şeklinde örgütlenmiş olan Osmanlı mensucat üreticisinin makine dokuması olan pamuklu ürünlerin egemenliğine girmeye başladığı söylenebilir. Artı olarak Avrupa devletlerinde Fransa'nın öncülüğü ile başlayan korumacılık da Osmanlı'daki serbest dış gümrük politikası ile birleştirildiğinde ilerleyen yıllarda dış ticaretin yıkıcı etkisinin belirtileri görülebilir.

BİBLİYOGRAFYA

ARŞİV KAYNAKLARI

- BOA, D. BSM. 6357.
- BOA, D. BSM. 6457 (1).
- BOA, D. BSM. 6445.
- BOA, D. BSM. 6457 (2).
- BOA, C. M. 28667.
- BOA, D. BSM. 6701.
- BOA, C. İKTİSAT 1498.
- BOA, D. BSM., 6962.
- BOA, C. İKTİSAT 2029.
- BOA, C. Hariciye, 6228.
- BOA, C. Hariciye, 24435.
- BOA, A. DVN. DVE, Nemçe Ahid Defteri, 57/1, 338.
- BOA, A. DVN. DVE, Nemçe Ahid Defteri, 58/2, 90.
- BOA, A. DVN. DVE, Nemçe Ahid Defteri, 57/1, 568.
- BOA, A. DVN. DVE, 58/2, 99.
- BOA, A. DVN. DVE, 58/2, 260.
- BOA, A. DVN. DVE, 60/4, 198.
- BOA, A. DVN. DVE, 61/5, 741.
- BOA, A. DVN. DVE, 62/6, 37.
- BOA, A. DVN. DVE, 60/4, 1029.
- BOA, A. DVN. DVE, Nemçe Ahid Defteri, 57/1, 23/122.
- BOA, A. DVN. DVE, Nemçe Ahid Defteri, 57/1, 127.
- BOA, A. DVN. DVE, Nemçe Ahid Defteri, 57/1, 336.
- BOA, A. DVN. DVE, Nemçe Ahid Defteri, 57/1, 411.
- BOA, A. DVN. DVE, Nemçe Ahid Defteri, 57/1, 269/637.
- BOA, A. DVN.DVE, 60/4, 983-986 (Evail-i Cemaziyelahir 1191 tarihli)
- BOA, A. DVN.DVE, 60/4, 198.
- BOA, A. DVN.DVE, Nemçe Ahid Defteri 57/1, 328.
- BOA, DVN.DVE, 62/6, 891.
- BOA, DVN.DVE, 943.
- BOA, Maliyeden Müdevver Defterler, No: 3858-4004.

BASILİ ESERLER

- Akdağ, Mustafa, (1995)**, *Türkiye'nin İktisadi ve İctimai Tarihi*, C. 1, Cem Yayınları, İstanbul.
- Babinger, Franz, (1961)**, *Die donau als Schicksalsstrom der Osmanenreiches*, Südosteuropa Jahrbuch, München, Bd. 5.
- Beaujour, Felix, Tableau Du Commerce de la Grece**, Paris.
- Beer, Adolf**, “Die Österreichische Handelspolitik unter Maria Theresia und Joseph II.”, *Archiv für Österreichische Geschichte*, LXXXVI. Bd., I. Hälfte, Wien, 1898.
- Cezar, Yavuz, (1991)**, “19. Yüzyılda Osmanlı Devleti'nde Yeni Teknoloji Uygulama ve Sınai Tesis Kurma Çabalarından Örnekler”, *Dünü ve Bugünüyle Toplum ve Ekonomi*, C. 1.
- Elibol, Numan, (2003)**, *18. Yüzyılda Osmanlı-Avusturya Ticareti*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi, Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, İstanbul.
- Ergenç, Özer, (1998)**, “XV. Yüzyıl Anadolu Ticareti Üzerine Düşünceler”, *Tarih Çevresi*, S. 36, Eylül-Ekim.
- Genç, Mehmet, (2000)**, *Osmanlı İmparatorluğunda Devlet ve Ekonomi*, Ötüken Yayınları, İstanbul.
- Güçer, Lütfi, (1964)**, *XVI. ve XVII. Asırlarda Osmanlı İmparatorluğu'nda Hububat Me-selesi ve Hububattan Alman Vergiler*, İÜ. İkt. Fak. Yayınları, İstanbul.
- Güçer, Lütfi, (1988)**, “XVI. ve XVIII. Asırlarda Osmanlı İmparatorluğunun Ticaret Politikası”, İÜ. İkt. Fak., *Türk İktisat Tarihi Yıllığı*, Y. 1987, S. 1, İstanbul.
- Halaçoğlu, Yusuf, (1981)**, “Osmanlı İmparatorluğu'nda Menzil Teşkilatı İle İlgili Bazı Mülahazalar”, *Osmanlı Araştırmaları II*.
- Halaçoğlu, Yusuf, (1994)**, “Derbent”, *İslam Ansiklopedisi*, C. 9, Diyanet Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Halm, Hans, (1943)**, *Österreich und Neurussland: Donau Schifffahrt und Handel nach dem Südosten 1718-1780*, Verlag Thiel und Hintermeier, C. I, Breslau.
- Hoffmann, Alfred, (1961)**, “Die Donau und Österreich”, *Südosteuropa*, C. 5.
- Issawi, Charles, (1982)**, “The Transformation of the Economic Positions of the Millets in the Nineteenth Century”, *Christians and Jews in the Ottoman Empire*, (Ed. B. BRAUDE-B. LEWIS), New York.

- İnalcık, Halil, (1970)**, “The Ottoman Economic Mind and Aspects of the Ottoman Economy”, *Economic History of the Middle East*, (Ed. M. A. COOK), London.
- İnalcık, Halil, (1995)**, “Osmanlı İktisat Zihniyeti ve Osmanlı Ekonomisi”, *Tarih Risaleleri*, (Der. Mustafa ÖZEL), İz Yayıncılık, İstanbul.
- İnalcık, Halil, (2000a)**, “Modern Avrupa’nın Gelişmesinde Türk Etkisi”, *Osmanlı ve Dünya*, (Haz. Kemal KARPAT), Ufuk Kitapları, İstanbul.
- İnalcık, Halil, (2000b)**, *Osmanlı İmparatorluğu’nun Ekonomik ve Sosyal Tarihi 1300-1600*, (Çev. Halil BERKTAY), C. 1, Eren Yayıncılık, İstanbul.
- İnalcık, Halil, (2003)**, *Osmanlı İmparatorluğu Klasik Çağ (1300-1600)*, (Çev. Ruşen SEZER), YKY. Yayınları, İstanbul.
- Kienits, F. Karl, (1986)**, “Osmanlılardan Önceki Anadolu Türklerinin Politik ve Kültür Bakımından Dünya Tarihindeki Önemi”, (Çev. Mithat SAN), *Belleten*, C. 50, S. 196, Nisan.
- Köprülü, Fuad, (1972)**, *Osmanlı İmparatorluğunun Kuruluşu*, Başnur Matbaası, Ankara.
- Köymen, M. Altan, (1986)**, “Türkiye Selçukluları Devleti’nin Ekonomik Politikası”, *Belleten*, C. L, S. 198, Aralık.
- Mantran, Robert, (1987)**, “18. Yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu’nda Ticaretin Değişmesi”, (Çev. Zeki ARIKAN), *Tarih İncelemeleri Dergisi*, C. 3.
- McGowan, Bruce, (1994)**, “The Age of Ayans 1699-1812”, *An Economic and Social History of the Ottoman Empire 1300-1914*, (Ed. H. İNALCIK-D. QUATAERT), Cambridge Univ. Press, New York.
- Mehlan, Arno, (1938)**, “Mittel und Westeuropa und die Balkansjahrmärkte zur Türkenzeit”, *Südostdeutsche Forschungen*, 3.
- Mehlan, Arno, (1939a)**, “Die Türken und der Balkanhandel während der Türkenzeit”, *Schmollers Jahrbuch*, 63. Jahrgang, II. Halbband, Berlin.
- Mehlan, Arno, (1939b)**, “Die Handelsstrassen des Balkans während der Türkenzeit”, *Südostdeutsche Forschungen*, München.
- Ortaylı, İlber, (1973)**, “Devenin Taşıma Maliyeti Eğrisi Üzerine Bir Deneme”, *AÜ. SBF. Dergisi*, C. 28, S. 1-2.

- Panzac, Daniel, (1989)**, “XVIII. Yüzyılda Osmanlı İmparatorluğunda Deniz Ticareti”, (Çev. Serap YILMAZ), *Tarih İncelemeleri Dergisi*, C. 4.
- Panzac, Daniel, (1992)**, “International and Domestic Maritime Trade in the Ottoman Empire in the 18th Century”, *International Journal of Middle East Studies*, 24.
- Paskaleva, Virginia, (1966)**, “Wien und die Bulgarischen Kaufleute im 18. und 19. Jahrhundert”, *Österreichische Osthefte*, 8. Jahrgang.
- Paskaleva, Virginia, (1967)**, “Osmanlı Balkan Eyaletlerinin Avrupalı Devletlerle Ticaretleri Tarihine Katkı 1700-1850”, *İÜ. İkt. Fak. Dergisi*, C. 27, S. 1-2, Ekim.
- Peyssonel, M. de., (?)**, *Traité sur le Commerce de la mer Noire*, C. II, Paris.
- Pickl, Othmar, (1980)**, “Österreichs Stellung im West-Ost Handel vom 16. bis zur mitte des 18. Jh. mit besonderer Berücksichtigung des Handels mit Südosten”, *Österreichische Handel mit Südosteuropa und die Wirtschaftliche Bedeutung der Bulgarischen Länder bis Ende des 18. Jahrhunderts. (Forschungsgespräch)* Am 9-10 Dezember 1980: Mitteilungen des Bulgarischen Forschungsinstitutes in Österreich, Jahrgang IV, B, s. 36.
- Pickl, Othmar, (1988)**, “Österreichisch-ungarische Handelsbeziehungen entlang der Donau”, *Historisches Jahrbuch der Stadt Linz*, Linz-1987.
- Sahillioğlu, Halil, (1968)**, “18 Yüzyıl Ortalarında Sanayi Bölgelerimiz ve Ticari İmkanları”, *Belgelerle Türk Tarihi Dergisi*, S.11, (Ağustos-1968).
- Slot, B. J., (1990)**, “Hollanda ile Osmanlı İmparatorluğu Arasındaki Ticari İlişkiler”, *Osmanlılar ve Hollandalılar*, (İstanbul-1990).
- Tabakoğlu, Ahmet, (2002)**, *Türk İktisat Tarihi*, Dergah Yayınları, 5. Baskı, İstanbul.
- Tekeli, İlhan, (1971)**, “Osmanlı İmparatorluğunun Mekan Organizasyonunda Değişmeler ve Türkiye Cumhuriyeti'nin Bölgesel Politikası I”, *Belgelerle Türk Tarihi Dergisi*, S. 45-46, Haziran.
- Tozlu, Selahattin, (1999)**, “Osmanlı Yol Düzenlemeleri (1839-1908)”, *Osmanlı Ansiklopedisi*, C. 3, Yeni Türkiye Yayınları, Ankara.
- Uzunçarşılı, İ. Hakkı, (1959)**, *Osmanlı Tarihi*, TTK. Yayınları, C.4, Ankara 1959.
- Wood, Andrew C., (1964)**, *A History of the Levant Company*, Frank Cass and Co. Ltd., London-1964.

EKLER

TABLOLAR

Tablo 1. Avrupa'dan Osmanlıya Gelen Kervanların Mali Kompozisyonları:1795-1804

Kervan No	Defter No	Geliş Yeri	Geliş Tarihi	Yükünün Toplam Değeri	Ödediği Toplam Vergi
1	D. BSM. 6357	Belgrad	13 Şubat 1795	18.739.433	562.183
2	D. BSM. 6457 (1)	Belgrad	22 Mayıs 1795	12.159.400	364.782
3	D. BSM. 6445	Belgrad	10 Ocak 1796	15.846.667	475.400
4	D. BSM. 6457 (2)	Belgrad	31 Mart 1796	13.294.933	398.848
5	C. M. 28667	Belgrad	21 Nisan 1797	17.549.800	526.494
6	D. BSM. 6701	Belgrad	18 Ağustos 1798	19.729.133	591.847
7	C. İKTİSAT 1498	Belgrad	26 Ekim 1798	57.115.500	1.713.465
8	D. BSM. 6962	Belgrad	19 Ağustos 1801	59.117.233	1.773.517
9	C. İKTİSAT 2029	Belgrad	4 Ocak 1804	28.142.400	844.272
TOPLAM (Akçe)				241.694.499	7.250.808
TOPLAM (Kuruş) (Akçe/120)				2.014.120	60.423

KAYNAK:D. BSM. 6357, D. BSM. 6457 (1), D. BSM. 6445, D. BSM. 6457 (2), C. M. 28667, D. BSM. 6701, C. İKTİSAT 1498, D. BSM., 6962, C. İKTİSAT 2029.

Tablo 2. Avrupa'dan Osmanlı'ya Karayoluyla Gelen Malların Toplam Değerleri Üzerinden Alınan Vergiler ve Yüzdeleri: 1795-1804

MALLAR	Parça Sayısı	Malların Toplam Akçe Değeri (Akçe)	%	Alınan Toplam Vergiler (Akçe)	%
Hırdavat	45	3.307.200	1.38	99.217	1.38
Kağıt	11	145.200	0.06	4.356	0.06
Cam ve Cam Ürünleri	6	234.800	0.09	7.038	0.09
Mensucat	571	193.203.766	80.90	5.796.113	80.90
Baharat ve Ecza	82	19.925.300	8.34	597.760	8.34
Yarı Mekanik Aletler	30	2.257.200	0.94	67.718	0.94
Maden	1	33.000	0.01	990	0.01
Gıda	1	15.700	-	471	-
Deri ve Deri Mamulleri	46	3.998.000	1.67	119.940	1.67
Ahşap ve Ahşap Ürünler	-	-	-	-	-
Manifatura ve Tuhafiye	148	9.667.500	4.04	290.027	4.04
Diğer	95	6.001.200	2.51	180.036	2.51
TOPLAM	1036	238.788.866	100	7.163.666	100
TOPLAM (Kuruş) (Akçe/120)	-	1.989.907	-	59.697	-

KAYNAK:D. BSM. 6357, D. BSM. 6457 (1), D. BSM. 6445, D. BSM. 6457 (2), C. M. 28667, D. BSM. 6701, C. İKTİSAT 1498, D. BSM., 6962, C. İKTİSAT 2029.

Tablo 3. Avrupa'dan Osmanlıya Karayoluyla Mal İhraç Eden Tüccarlar ve Tabiiyetleri: 1795-1804

Kervan No	DEFTER NO	TABİİYETLER											Toplam
		Nemçe	Moskov	Fransız	İngiliz	Brandenburg	Venedik	Zımmi	Yahudi	İzinli (Mezun)	Diğer		
1	D. BSM. 6357	4	1	-	-	-	1	1	2	14	1	24	
2	D. BSM. 6457 (1)	6	-	2	-	2	-	1	2	14	-	27	
3	D. BSM. 6445	5	-	2	-	2	1	-	-	11	4	25	
4	D. BSM. 6457 (2)	6	-	3	-	1	2	-	-	14	-	26	
5	C. M. 28667	3	-	1	1	-	3	2	1	12	1	24	
6	D. BSM. 6701	5	1	-	3	1	-	2	-	16	4	32	
7	C. İKTİSAT 1498	13	3	-	4	2	-	2	1	22	3	50	
8	D. BSM. 6962	19	7	-	3	3	1	-	-	20	3	56	
9	C. İKTİSAT 2029	29	6	11	1	-	-	-	1	6	-	54	
TOPLAM		90	18	19	12	11	8	8	7	129	16	318	
YÜZDE		28,30	5,66	5,97	3,77	3,45	2,51	2,51	2,20	40,56	5,17	100	

KAYNAK: D. BSM. 6357, D. BSM. 6457 (1), D. BSM. 6445, D. BSM. 6457 (2), C. M. 28667, D. BSM. 6701, C. İKTİSAT 1498, D. BSM., 6962, C. İKTİSAT 2029.

Tablo 4. Avrupa'dan Osmanlıya Karayoluyla İhraç Edilen Mensucattın Hammaddede Bazında Değeri ve Biraktığı Vergi Miktarının Analizi: 1795-1804 (AKÇE)

No	Malın Hammaddesi Defterler	YÜNLÜ		PAMUKLU		İPEKLI		KETEN		DİĞER		TOPLAM	
		Alınan Vergi	Toplam Değer	Alınan Vergi	Toplam Değer	Alınan Vergi	Toplam Değer	Alınan Vergi	Toplam Değer	Alınan Vergi	Toplam Değer	Alınan Vergi	Toplam Değer
1	D. BSM. 6357	122.645	4.088.166	123.711	4.123.700	56.952	1.898.400	-	-	46.125	1.537.500	349.433	11.647.766
2	D. BSM. 6457 (1)	124.040	4.134.666	123.040	4.101.333	2.809	93.633	-	-	128.071	4.269.066	377.960	12.598.698
3	D. BSM. 6445	77.832	2.594.000	263.816	8.793.866	36.389	1.212.966	-	-	59.104	1.970.133	437.141	14.570.965
4	D. BSM. 6457 (2)	81.840	2.728.000	236.194	7.873.133	8.857	295.233	-	-	42.067	1.402.233	368.958	12.298.533
5	C. M. 28667	114.255	3.808.500	273.528	9.117.600	5.249	174.966	-	-	3.900	130.000	396.932	13.213.066
6	D. BSM. 6701	108.260	3.608.666	282.100	9.403.333	65.775	2.192.466	2.838	95.266	39.468	1.315.600	498.461	16.615.331
7	C. İKTİSAT 1498	312.520	10.417.333	797.693	26.589.766	55.983	1.866.100	13.680	456.000	191.495	6.383.166	1.371.371	45.712.366
8	D. BSM. 6962	321.386	10.712.866	526.798	17.559.933	150.678	5.022.600	23.499	783.300	227.273	7.575.766	1.249.634	41.654.466
9	C. İKTİSAT 2029	185.106	6.170.200	118.125	3.937.500	30.087	1.002.900	419.056	13.968.533	28.070	935.666	780.444	26.014.799
	TOPLAM	1.126.498	37.549.933	2.745.005	91.500.166	412.779	13.759.300	459.093	15.303.100	765.573	25.519.100	5.830.334	194.344.466
	Genel Toplamlardaki Yüzde		19,43		47,35		7,12		7,92		13,20		100

KAYNAK: D. BSM. 6357, D. BSM. 6457 (1), D. BSM. 6445, D. BSM. 6457 (2), C. M. 28667, D. BSM. 6701, C. İKTİSAT 1498, D. BSM., 6962, C. İKTİSAT 2029.

Tüketicilerin Satış Tutundurma Etkinliklerine Yönelik Tutumları ve Yarar Algılamaları

Yard. Doç. Dr. Mine OYMAN

Anadolu Üniversitesi

İletişim Bilimleri Fakültesi*

Öz: Satış tutundurma yıllardır uygulanmasına rağmen, pazarlama iletişimi programlarındaki rolü ve önemi son yıllarda artmış bir etkinliktir. Öneminin artışına yol açan bir çok faktörden sözedilebilir. Perakendecilerin artan gücü, marka sadakatinin azalması, tüketiciler pazarının kitlesellikten uzaklaşarak küçük pazar dilimlerine ayrılması, kısa dönemli bakış açıları, rekabet ve reklam mesajlarının yarattığı mesaj karmaşası ve bulanıklığı bunlardan bazılarıdır.

Satış tutundurma etkinlikleri tüketicilere, dağıtım kanalı üyelerine, satış gücüne yönelik olarak gerçekleştirilebilir. Hedef kitle de satış tutundurma amaçlarını ve kullanılacak araçların sınırlarını çizer. Pazarlama yöneticileri tüketiciler pazarında; yeni kullanıcılara ürünü denetmek, tüketicileri yeniden satın almaya özendirmek ya da tüketicilerin çoklu miktarlarda satın almalarını sağlamak gibi amaçlarla satış tutundurmayı kullanırlar. Dağıtım kanalı üyeleri ve kişisel satış gücü için de; satış hacmini artırmak, mağaza içinde ürünün satışına destek sağlamak, yeni bir dağıtım alanına ürünün sunumunu gerçekleştirmek ve satış çabalarını desteklemek gibi amaçlar güderler. Tüketiciler de bazı yarar ya da değer beklentileriyle bu etkinliklerden yararlanırlar. Tüketiciler parasal tasarruflar, alışveriş kolaylığı, katma değer yaratma, kalite gibi işlevsel yararlar kadar, eğlence, heyecan, yenilikleri keşfetme gibi hazcı (hedonik) yararlar elde etmeye çalışırlar.

Bu çalışmanın amacı tüketicilerin satış tutundurma etkinliklerine yönelik genel tutumlarını ve satış tutundurmada algıladıkları yararları belirlemektir.

Anahtar Kelimeler: Satış Tutundurma, Tutum, Algılama, Hazcı, İşlevsel, Yarar.

CONSUMERS' ATTITUDES TOWARD SALES PROMOTIONS AND PERCEIVED BENEFITS

Abstract: While sales promotion has been around for a long time, its role and importance in marketing communications programs have increased in recent years. A number of factors have led to the increase in sales promotion. Among them are the growing power of retailers, declining brand loyalty, fragmentation of consumer market, short-term focus, competition and advertising clutter.

Sales promotions may be targeted at any or all of consumers, distribution channel members and sales force. The target audience dictates both the promotion objectives and the mix of sales promotion tools used. For example, marketing managers use promotions to achieve some objectives such as: Prompt trial by new users, stimulate repeated uses, introduce new products, increase sales in consumer target market. They also uses sales promotions increase sales volume, stimulate in-store and selling efforts support, introduce a product to a new distribution area in resellers and sales force. Of course, consumers use sales promotions with some benefit or value expectations. They provide utilitarian benefits such as monetary savings, convenience, added value, quality as well as hedonic benefits such as entertainment, exploration.

The purpose of this study, is to determine consumers attitudes toward sales promotions in general and their perceived benefits from sales promotion.

Key Words: Sales Promotion, Attitude, Perceive, Hedonic, Utilitarian, Benefits.

* İletişim İçin: 3330580 / 2448
moyman@anadolu.edu.tr

1. GİRİŞ

Satış tutundurma etkinlikleri birer tüketici olarak bizlerin günlük yaşamlarımızın ayrılmaz bir parçası olmaya başlamıştır. Alışverişe gittiğimiz bir süpermarkette karşılaştığımız günlük indirimler, bir markadan bir tane aldığımızda ikincisinin bedava olduğunu duyuran anonslar, satın aldığımız ürünle verilen hediyeler ya da kuponlar, yapılan çekilişler, kredi ya da alışveriş kartlarını kullanarak elde ettiğimiz hediyeler, puanlar, indirimler vb. bunlardan sadece bazılarıdır. Anılan bu satış tutundurma etkinlikleri, üretici ya da perakendeci işletmelerin tüketicilere yönelik uygulamalarıdır. Üretici firmaların tüketicilerin yanında dağıtım kanalı üyelerine ve kişisel satış gücüne yönelik olarak gerçekleştirdiği uygulamalar olduğu da düşünülürse, satış tutundurma etkinlikleri kapsamının ne kadar geniş olduğu daha iyi anlaşılacaktır.

Satış tutundurma etkinliklerinde güdülen amaçlar ve beklenen yararlar etkinliklerin taraflarına göre değişecektir. Örneğin; üreticilerin hedefi dağıtım kanalı üyeleri olduğunda, itme stratejisinden hareketle toptancılara ve perakendecilere yönelik özellikle kişisel satış ve satış tutundurma ağırlıklı tutundurma etkinliklerine girişilir. Aracı kurumlara yönelik satış tutundurma amaçları, araçların stoklarını artırmaktan, rakiplerin programlarına karşılık vermeye değin değişebilir. Hedef kitle tüketiciler olduğunda ise perakendeci düzeyinde talebi artırmaya yönelik çekme stratejisinden yararlanılır (Odabaşı ve Oyman, 2002). Tüketicilere yönelik olarak ise ürünü denemeyi sağlamak, yeniden ya da çoklu miktarlarda satın almayı özendirmek gibi amaçlar güdülebilir.

Tüketiciler de satış tutundurma etkinlikleriyle belirli amaçlara ulaşmaya, yarar sağlamaya çalışırlar. Çoklu miktarlarda satın alarak, indirimlerden yararlanarak tasarruf yapmak ilk akla gelen yarardır. Bununla birlikte, alışverişi kolaylaştırma, eğlenme, keşfetme gibi amaçlar da güdülebilir.

2. SATIŞ TUTUNDURMA: ÖZELLİKLERİ VE GELİŞME NEDENLERİ

Yoğun rekabetçi baskıların yaşandığı iş dünyasında, işletmeler farklı olmak, yenilikler sunmak, hedef kitleleri çekmek ve sürekli kılmak için çaba harcamaktadırlar. Her gün yüzlerce yeni ürünün pazara sunulduğu bir dünyada hem araçları hem de tüketicileri ürüne çekmek, denetmek, yeniden satın almasını sağlamak gittikçe zorlaşmaktadır. İşte bu noktada satış tutundurma etkinlikleri işletmelere hem rekabetçi bir üstünlük sağlayabilmekte, hem de etkinlik sonucunda alınacak tepkileri (deneme, tekrar alım vb.) niceliksel olarak değerlendirmeye olanak tanıyabilmektedir.

Satış Tutundurma Ajansları Konseyi (The Council of Sales Promotion Agencies) satış tutundurmayı “bir ürün ya da hizmet için belli ve ölçülebilir bir eylem ya da tepki oluşturmak üzere satışla ilgili teşvikler sunan bir pazarlama iletişimi aracı” olarak tanımlamaktadır (Burnett ve Moriarty, 1998).

Satış tutundurma; anında satışı gerçekleştirmek birincil hedefiyle, tüketicilere, satış gücüne ve ürünü dağıtan araçlara ek bir değer ya da teşvik olanağı yaratan doğrudan bir satış teşvik aracıdır (Belch ve Belch, 1998). Tüketici, perakendeci ve toptancılara yönelik kısa süreli teşvikler olup satın alma davranışını etkileyerek anında karşılık almayı hedefler (Çabuk ve Güneş, 2000).

Tanımlardan da görülebileceği gibi, kişisel satış ve reklamın aksine çoğunlukla sürekli olmayan, kısa dönemli, ve tüketici/müşteriler için ek değer yaratarak, pazara nüfusu artırıcı, pazar geliştirmeyi destekleyici, kapasite kullanımını maksimize edici ve pazarlama programını farklılaştırıcı bir faaliyettir (Karabulut, 1994).

Satış tutundurma etkinlikleri tüketim ürünlerinde olduğu kadar, endüstriyel ürünlerde de yoğun olarak kullanılmaktadır. İşletmelerin pazarlama iletişimi bütçelerinde giderek daha fazla pay ayırmaya başladıkları satış tutundurmanın yoğun olarak kullanmasının nedenleri şöyle özetlenebilir (Belch ve Belch, 2001):

- Pazardaki güç dengelerinin üreticiden perakendeciye doğru kayması; perakendecilerin tüketicilere üreticilerden daha yakın olmaları, tüketiciler hakkında kapsamlı bilgilenme olanaklarının olması, modern ve büyük ölçekli perakendeci kurumların artması gibi nedenlerle ürünlerin tutundurulmasında önemli rol oynamaları
- Pazara sürekli yeni markalar sunulurken marka sadakatinin azalması ve satış tutundurma etkinlikleriyle çözüm aranması
- Tüketiciler pazarının kitlesellikten uzaklaşarak küçük pazar dilimlerine bölünme eğiliminde olması ve bu pazar dilimlerine özel tutundurma etkinliklerinin adeta zorunluluk arz etmesi
- Bilgisayar teknolojilerindeki gelişmelerin satış tutundurma etkinliklerini günlük olarak dahi izleme ve ölçme olanağı sunması.

Günümüzde satış tutundurma etkinlikleri artık reklamın gölgesinde kalan zayıf bir seçenek olarak görülmemekte, Heinz, Procter & Gamble, Mc Donald's gibi çoğu pazar liderlerince yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Reklamın maliyetlerindeki artışlar, yoğun reklam uygulamalarıyla ortaya çıkan mesaj karmaşası, reklamın etkinliği konusundaki tartışmalar, rekabet baskısı karşısında duyulan pazar payı kaybetme endişesi işletmelerin satış tutundurma etkinliklerine daha fazla önem vermesine neden olmaktadır (Pattie, 1998).

Satış tutundurma etkinliklerinin belli başlı özellikleri ve üstünlükleri de şöyle sıralanabilir (Odabaşı ve Oyman, 2002).

- Aracılar ve tüketiciler arasında bir şeyler kazanma duygusu yaratarak ürüne yönelik olumlu tutumlar geliştirmesi
- Diğer tutundurma çalışmalarına ek olarak, onları desteklemek amacıyla kullanılması
- Doğrudan bir özendirme aracı olması ve alıcıyı eyleme yöneltmesi
- Ürün yaşam sürecinin herhangi bir aşamasında kullanılacak esneklikte olması
- Ölçekleri ne olursa olsun farklı büyüklükteki tüm işletmeler tarafından uygulanabilir olması.

Bu özelliklere ve üstünlüklere karşın satış tutundurma etkinliklerinin genellikle kısa dönemli ve diğer tutundurma çalışmalarıyla bir arada uygulanması gerektiği, diğer bir tutundurma etkinliğinin yerini alamayacağı ve çok dikkatle ele alınmaması durumunda ürünün imajını olumsuz etkileyebileceği de unutulmamalıdır.

3. SATIŞ TUTUNDURMA ETKİNLİKLERİNDE TÜKETİCİLERİN ALGILADIKLARI YARARLAR

Satış tutundurma etkinlikleri üretici işletmelerden aracı kurumlara ve tüketicilere/kurumsal araçlara yönelik ya da aracı kurumlardan tüketicilere/müşterilere yönelik olarak gerçekleştirilir. Bu da doğal olarak her bir taraf için ayrı yararlar ya da amaçlar demektir. Örneğin işletmeler tüketicilerin bilgi istemelerini sağlamak, ürünü denemeye ya da yeniden satın almaya özendirmek gibi amaçlara ulaşmak için satış tutundurmada yararlanabilirler. Stok oluşturulmayı özendirmek, ürünlerin satışına destek sağlamak gibi amaçlarla da satış tutundurma ile dağıtım kanalı üyelerinin davranışlarını etkilemeye çalışabilirler (Odabaşı ve Oyman, 2002).

Satış tutundurma etkinlikleri çok çeşitlidir ve yöneltildiği hedef kitlelere göre farklılık gösterir. Üretici işletmeler araçlara yönelik olarak; satış noktası malzemeleri, hediyeler, yarışmalar, bayi toplantıları gibi etkinlikler gerçekleştirirler. Satış örgütüne yönelik olarak; satış yarışmaları, toplantılar, kataloglar vb. malzemeler gibi çalışmalar yaparlar. Tüketicilere yönelik satış tutundurma etkinlikleri ise, örnek ürün dağıtımından kuponlara, para iadelelerinden yarışma ve çekilişlere değin uzanan çok geniş bir yelpazeyi kapsar. Bu uygulamalar basitçe fiyata dayalı ve fiyata dayalı olmayan satış tutundurma etkinlikleri şeklinde sınıflanabilir ve her kategori de farklı amaçlara hizmet eder.

Fiyata dayalı satış tutundurma etkinliklerinde (indirimler, kuponlar vb.) işletmeler, pazar payını artırma, marka kaydırma davranışını ve anında satın almayı teşvik gibi kısa dönemli sonuçları hedeflerken, fiyata dayalı olmayan etkinliklerde (hediyeler, çekilişler, ücretsiz örnek ürünler vb.) marka imajını geliştirmek, marka çağrışımlarını güçlendirmek ya da marka sadakatini artırmak gibi uzun dönemli sonuçlar hedeflenir. Ancak işletme yöneticileri özellikle satışlara etkisinden dolayı satış tutundurma etkinliklerine daha çok kısa dönemli hedeflere ulaşma aracı olarak bakabilmektedirler. Örneğin; marka yöneticileri arasında yapılan bir araştırma, yöneticilerin satışları artırmak gibi kısa dönemli hedeflere ulaşmada fiyata dayalı etkinlikleri ve özellikle kupon uygulamalarını daha çok tercih ettiklerini göstermektedir (Lee, 2002).

Geleneksel olarak satış tutundurma etkinliklerinin temel belirleyicilerinden biri kısa dönemli satış etkisi olsa da, satış tutundurma etkinliklerinin, özellikle tüketicilere yönelik etkinliklerin tüketicide tutum oluşturma ve uzun dönemde marka tercihi yaratma gibi amaçlara hizmet eden daha stratejik ve iletişim esaslı uygulamalar olduğu da unutulmamalıdır (Öztürk, 1995).

Satış tutundurma etkinliklerinin bir diğer tarafı olan tüketiciler de farklı amaçlarla ve yarar beklentileriyle bu etkinliklerden yararlanırlar. Tüketici için satış tutundurma yararı, satış tutundurma deneyimine bağlı olarak algılanan değer şeklinde tanımlanabilir. Bu deneyim ise hem satış tutundurma etkinliğiyle karşılaşmayı (örneğin; bir ürünle birlikte verilen bir armağanı görme) hem de kullanımı (örneğin armağanlı bir ürünü satın alma) içerebilir (Chandon, Wansink ve Laurent, 2000).

Tüketici açısından satış tutundurma yararları çeşitli sınıflamalara tabi tutularak açıklanmaktadır. Örneğin; bir çalışmada tüketicilere yönelik satış tutundurma etkinlikleriyle ilgili çoklu yarar çerçevesi oluşturulmuş ve yararlar altı grupta incelenmiştir (Chandon, Wansink ve Laurent, 2000):

- Parasal Tasarruf Yararı (Satış tutundurma ile ekonomik yararlar sağlama)
- Kalite Yararı (Normalde tüketicilerin alamayacakları kaliteli ürünleri elde etme)
- Kolaylık Yararı (Tüketicinin araştırma ve karar maliyetlerini azaltarak alışverişini kolaylaştırma)
- Değer-Takdir Yararı (Bilinçli bir alışverişçi olmanın hem tüketicinin kendisince hem de çevresince takdir edilmesi)
- Keşfetme Yararı (Tüketicinin yeni şeylere ulaşma, çeşitlilik, bilgi gibi içsel ihtiyaçlarını karşılama)
- Eğlence Yararı (Çekilişler, hediyeler, yarışmalar gibi satış tutundurma etkinliklerini gerek izleyerek gerekse katılarak heyecanlı, eğlenceli bir etkinliğin parçası olma)

Bu kapsamlı sınıflamanın yanında, gerek alışveriş gerekse tüketim ile ilgili tüketici yararı ya da değeri, genellikle hazcı, haz almaya yönelik (hedonik) ve işlevsel-nesnel yararlar şeklinde iki grupta incelenmektedir. Örneğin; hazcı tüketimde, tüketimin çoklu duyuşsal, düşsel ve duygusal yönleriyle ilgili davranışlar üzerinde durulur ve yaşanan deneyimin tat, koku vb. duyuları, hayalleri ve duyguları harekete geçirici yönü ön plana çıkar (Arnold ve Reynolds, 2003). Başka bir deyişle tüketim fantezi, eğlence, haz alma gibi arzularca yönlendirilmektedir. İşlevsel tüketim ise daha nesnel ve çoğunlukla zorunlu ihtiyaçlarca yönlendirilir (O'Curry ve Strahilevitz, 2001). Tüketicinin beklentisi temel ihtiyaçlarını pratik bir şekilde karşılamaktır.

Tüketicilerin alışveriş güdülerinde ve davranışlarında da aynı yapıyı görmek olasıdır. Örneğin; hazcı alışveriş güdülere; macera amaçlı (farklı bir dünyada olma), sosyal amaçlı (başkalarıyla bir arada olma), ödül amaçlı (stresten kurtulma kendisi için bir şeyler yapma), fikir edinme amaçlı (bilgilenme, trendleri izleme), rol ağırlıklı (başkaları için güzel, özel bir şeyler alma) ve değer odaklı (indirimler vb. etkinliklerden yararlanarak bireysel ve çevresel takdir kazanma) şeklinde sınıflanmaktadır (Arnold ve Reynolds, 2003). Örneğin bu ayrım alışveriş davranışına uyarlandığında işlevsel yararlar, tüketicilere alışveriş esnasında en iyi ürünlere verimli bir şekilde ulaşma ve satın almasına yardımcı olan yararlar olarak görülmektedir. Hazcı yararlar ise alışverişte eğlenceli, dinamik hoş bir ortam yaratmaya yönelik yararları kapsamaktadır (Babin, Darden ve Griffin, 1994). Dolayısıyla duygusal tepkiler, duygusal hazlar ve estetik kaygılar ön plandadır. Öznel olduğu kadar sembolik beklentileri de içinde barındırır (Odabaşı, 1999).

Satış tutundurma etkinlikleri de aynı şekilde hazcı ve işlevsel yararlar sunan etkinlikler olarak görülebilir. Hazcı yararlar, bu tür etkinliklerle sağlanan eğlence, zevk, heyecan, keşfetme, ödüllendirilme gibi duyguları içerir. İşlevsel yararlar ise tüketicilerin ekonomiklik, verimlilik gibi yararları artırmasına olanak tanıyan, nesnel ve bilişsel yararlarla karşılık gelir. Tüketicilerin satış tutundurma etkinliklerinde algıladığı işlevsel yararlar; parasal tasarruflar, kaliteli ürünleri satın alabilme, alışverişini kolaylaştırma vb. olabilir. Dolayısıyla fiyat indirimleri, kuponlar, para iadeleri gibi fiyata dayalı etkinlikler ekonomik bir yarar sağlayabilecek ve tüketicilerini etkileyebilecektir. İngiltere'de yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre, satış tutundurma etkinlikleri özellikle de fiyat indirimleri, tüketicilerin sa-

tın alma davranışlarını önemli ölçüde etkilemekte, planladıklarından önce ve çoklu miktarlarda satın almalarına, daha önce kullanmadıkları ürünleri denemelerine neden olabilmektedir (Gilbert ve Jackaria, 2002). Hazcı yararlar ise eğlence, keşfetme, ödüllendirme gibi yararlar ön plana çıkar. Başka bir deyişle satış tutundurma etkinliği olan bir ürünü satın alan tüketici, bu etkinliği, bir eğlence-heyecan unsuru, değişiklik beklentisine karşılık veren bir uygulama ya da bir ödül olarak algılayabilmektedir. Örneğin; bir süt ürününün yanında ücretsiz verilen bardak, bir hediye-bir ödül olarak algılanmakta ve bir şeyler kazanma duygusuna hitap edebilmektedir. Ülkemizde yapılan bir araştırmaya göre tüketicilerin hediyeli ürün satışlarından etkilendikleri ve hediyeli ürünleri tercih ettikleri belirlenmiştir. Bu durum insanın doğası gereği hediye verilmesinden hoşlanması ve bu uygulamalarda ürünün yanında ücretsiz verilen diğer bir ürünü hediye kabul etmesine bağlanabilir (Çabuk ve Güneş, 2000).

Satış tutundurma etkinliklerinde tüketici için ön plana çıkan yararların genellikle işlevsel yararlardan oluştuğu düşünülür. Ancak işlevsel yararlar kadar hazcı yararlar da tüketicilerin tercihlerini etkileyebilmektedir. Yapılan bir araştırmaya göre ücretsiz hediyeler, yarışmalar, çekilişler gibi çoğu fiyata dayalı olmayan, hazcı satış tutundurma uygulamalarını tüketiciler eğlenceli bulmakta ve satın alma kararlarını etkileyen önemli bir ölçüt olarak görmektedirler. (Huff ve Alden, 1998). Kaldı ki işlevsel yararlarla özdeşleştirilen fiyat indirimleri ya da avantajlı paketlerde dahi hazcı bir yarar algılaması ortaya çıkabilmektedir. Örneğin; ülkemizde yapılan bir çalışmaya göre bonuslu ürünleri satın alan/almayı alışkanlık haline getiren tüketiciler için bu ürünleri satın alma nedenleri arasında "ekonomik yarar sağlama" amacı ön plana çıkmaktadır. Bununla birlikte bonuslu ürünleri gerçekte satın al-salar da almasalar da tüketiciler bu ürünleri alışveriş anında incelemekte, bu ürünler tüketicilerin dikkatini çekmekte ve onlara ilginç gelmektedir (Hablemitoğlu, 2001).

Tüketicilerin hangi yararları önceliklendirerek satış tutundurma etkinliklerine tepki verdikleri, işletmeler için oldukça önemlidir. Çünkü işletmeler bu yarar beklentileri doğrultusunda tüketicilere daha etkin ulaşabilecek ve istedik tepkiler elde edebileceklerdir. Tüketicilere yönelik satış tutundurma etkinliklerini, tüketicilerin bu etkinliklere ilişkin yarar algılamalarına dayalı olarak gerçekleştirebileceklerdir. Tüketiciler de beklentileri karşılandığında tatmin olabilecek ve marka sadakati sağlayabileceklerdir.

Bu çalışmanın temel amaçlarından biri de tüketicilerin satış tutundurma etkinliklerinden ne tür yararlar beklediklerini ortaya koyabilmektir.

4. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırmada örneklemleri oluşturan tüketicilerin satış tutundurma etkinliklerine yönelik tutumlarını ve yarar algılamalarını belirlemek amaçlanmıştır. Ayrıca tüketicilerin satış tutundurma etkinliklerine yönelik tutumlarının ve yarar algılamalarının demografik özelliklerine göre farklı olup olmadığı da araştırmanın bir diğer amacı olarak belirlenmiştir. Ek olarak yarar beklentilerini ortaya koymak için geliştirilen ölçeği oluşturan ifadelerin kaç faktöre indirgenebileceği de araştırılmıştır.

5. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

5.1. Araştırma Modeli

Araştırma, belirlenen amaçlara uygun olarak pazarlama araştırmalarında da yoğun olarak yararlanılan “Betimsel ve Bağıtısal Araştırma Modeli” kullanılarak ele alınmıştır. Betimsel araştırmalar bir konu hakkındaki varolan durumu saptamaya yöneliktir. Bağıtısal araştırmalarda değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmektedir (Kurtuluş, 1998).

5.2. Araştırma Örnekleme

Araştırma Anadolu Üniversitesi Yunus Emre Kampüsü’nde yer alan akademik birimlerde (fakülte, yüksekokul vb.) çeşitli düzeylerde görev yapan ve kota örnekleme yöntemiyle belirlenen 250 kişiye anket uygulanarak yapılmış, veriler anket yöntemi ile toplanmıştır. Toplam 250 anket formu dağıtılmış, 210’u geri dönmüş ve eksik ve hatalı olan 7 form ele-nerek 203 form analiz için kullanılmıştır.

5.3. Veri Toplama Yöntemi

Betimsel araştırmalarda amaç, eldeki problemi, problemle ilgili durumları, değişkenleri ve değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya koymaktır. Betimsel araştırmalarda sıklıkla yararlanılan veri toplama yöntemlerinden biri olan anket yönteminden yararlanılarak veriler elde edilmiştir.

Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümün başında satış tutundurma yöntemi ile ilgili olarak örneklerle kısa bir açıklama yapılmıştır. Birinci bölümde cevaplayıcıların satış tutundurma etkinliklerine yönelik tutumlarını belirlemeye yönelik 10 ifade yer almaktadır. İkinci bölüm ise cevaplayıcıların satış tutundurma etkinliklerinde ne tür yararlar algıladıklarını değerlendirmeye yönelik 19 ifadeden oluşmaktadır. İfadeler; Chandon, Wansink ve Laurent (2000) tarafından, satış tutundurmada tüketicilerin yarar algılamalarını ölçmeye ve geçerliliğini sınamaya yönelik olarak yapılan ölçek geliştirme araştırmasından yararlanılarak oluşturulmuştur. Söz konusu araştırmada 18 ifade yer almaktadır. Ancak ülkemizin ekonomik kriz gerçeğini göz önüne alarak, kriz dönemlerinde tüketicilerin satış tutundurma etkinliklerinden ekonomik bir yarar bekleyip beklemediklerini görmek amacıyla ölçeğe krizle ilgili bir ifade eklenerek 19 ifade ile değerlendirme yapılmıştır. Cevaplayıcılar her iki bölümdeki ifadeleri, “1: Kesinlikle katılmıyorum” dan 5: Kesinlikle katılıyorum” a kadar sıralanan 5’li likert tipi ölçekle değerlendirmişlerdir.

Anket formunun üçüncü bölümünde cevaplayıcıların demografik özelliklerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu bölümde cevaplayıcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, kurumdaki konumu, aylık geliri ve medeni durumunu belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır.

Anketin geçerliliğini belirlemek amacıyla öntestler yapılmış ve anket son şeklini almıştır. Öntestler sonucunda ankette satış tutundurma yerine “promosyon” sözcüğünün kullanılmasına karar verilmiştir. Araştırmanın temel amaçlarından biri olan tüketicilerin yarar algılamalarını belirlemeye yönelik ölçeğin güvenilirliği için güvenilirlik analizi yapılmış ve Alpha Katsayısı 0,925 olarak belirlenmiştir.

Araştırma verileri SPSS ortamında değerlendirilmiş frekans dağılımları, t-testi ve varyans analizi (ANOVA) yardımıyla veriler yorumlanmaya çalışılmıştır.

6. BULGULAR

Çalışmanın bu kısmında cevaplayıcıların demografik özellikleri ve yapılan veri analizleri yer almaktadır.

Tablo 1. Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri

	Frekans	Yüzde (%)
Yaş		
20-29	70	34,8
30-39	92	45,8
40-49	35	17,4
50 ve üstü	4	2,0
Cinsiyet		
Kadın	118	58,1
Erkek	85	41,9
Eğitim		
Lise ve altı	42	20,9
Üniversite	71	35,3
Yüksek L./Doktora	88	43,8
İş Konumu		
İşçi	24	11,9
Memur	66	32,8
Öğretim Üyesi/Görevlisi	111	55,2
Aylık Gelir		
250 milyondan az	19	9,6
250-500 milyon	93	47,0
501-1.000 milyar	67	33,8
1.001-1.500 milyar	19	9,6
Medeni Durumu		
Evli	116	57,7
Evli değil	85	42,3

Tablo 1’den de görülebileceği gibi cevaplayıcıların büyük bir bölümünü (%45,8) 30-39 yaş grubundakiler oluşturmaktadır. Cevaplayıcıların yarısından fazlasının kadınlardan (%58.1) ve evli olanlardan (%57.7) oluştuğu görülmektedir. Eğitim durumu itibariyle değerlendirildiğinde ise lise ve altı eğitim düzeyinde olanların oranı %20.9, üniversite ve YL/Doktora düzeyinde olanların oranı ise %79.1’dir. Cevaplayıcıların %55.2’sini akademisyenler oluşturmaktadır. Aylık gelir itibariyle 250-500 milyon arasında gelire sahip olanların oranı %47, 5001-1.000 milyar arası geliri olanların oranı ise %33.8’dir.

Cevaplayıcıların satış tutundurma etkinliklerine yönelik tutumlarına ilişkin ortalamalar Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Cevaplayıcıların Satış Tutundurma Etkinliklerine Yönelik Genel Tutumları

İfadeler	N	Ortalama	Stand.Sapma
1. İki benzer üründen promosyonlu olanı tercih ederim.	202	3,94	1,07
2. Promosyonları alışveriş karşılığında sunulan bir ödül gibi görürüm ve ödüllendirilmek hoşuma gider.	203	3,46	1,21
3. Promosyonları takip eder ve alım kararımı ona göre veririm	203	2,75	1,10
4. Firmaların yeterince satılmayan ürünlerini satmak için promosyonlara başvurdıklarını düşünüyorum.	201	3,47	1,11
5. Firmaların promosyon öncesinde fiyatları yükselttiklerini düşünüyorum.	203	3,70	0,94
6. Firmaların “aynı fiyata %80 daha fazla” ya da “5 tane al 3 tane parası öde” gibi uygulamalarını inandırıcı bulmuyorum.	202	3,54	1,01
7. Firmalar promosyonlara daha fazla satmak için başvursalar da tüketicilerin de kazançlı çıktığını düşünüyorum.	202	3,49	0,99
8. Ürünleri satın alırken promosyonlardan çok markası, kalitesi, fiyatı gibi unsurlara göre karar veririm.	203	4,24	0,75
9. Bazı promosyon uygulamalarında (örneğin; indirimler, hediyeler vb.) birden fazla satın alabilirim.	203	3,80	1,13
10. Promosyonlu bir markayı her zaman kullandığım markaya tercih ederim.	202	2,46	1,05

1= Kesinlikle katılmıyorum

5= Kesinlikle katılıyorum

Ortalamalara bakıldığında cevaplayıcıların ürünleri satın alırken kalite, fiyat, marka gibi kriterler doğrultusunda tercihlerini önceliklendirdikleri (4,24), satış tutundurma etkinlikleri nedeniyle marka sadakatlerinden pek de ödün vermedikleri (2,46) görülmektedir. Bununla birlikte iki benzer üründen satış tutundurma etkinliği olanı tercih etme (3,94) ve bu tür etkinliklerde birden fazla ürün alma (3,80) eğiliminde oldukları da görülmektedir. Başka bir deyişle kalite, fiyat ve marka tercihi gibi temel kriterler tüketicilerin tercihlerinde belirleyici olsa da, satış tutundurmada kullanılmayan istifade etmeye yönelik bir eğilim de söz konusudur. Tüketicilerin bu eğilimlerinin yanında firmaların satış tutundurma etkinlikleri öncesinde fiyatlarını yükselttiklerine yönelik inançlarının olması da (3,70) dikkat çekici bir bulgu olarak görülebilir.

Çalışmada cevaplayıcıların satış tutundurma etkinliklerine yönelik tutumlarının demografik profillerine göre farklı olup olmadığı üzerinde de durulmuştur. Bu farklılık, t-testi ve

Oneway-ANOVA analizleriyle araştırılmıştır. Yaş, eğitim, gelir ve işteki konum itibariyle farklılıkları belirlemek için yapılan ANOVA analizlerinde yaş ve eğitim düzeyi ile satış tutundurmaya yönelik tutumlar arasında bir farklılık bulunamamış ($p > 0.05$), gelir ve iş konumu açısından bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Sonuçlar Tablo 3’de yer almaktadır.

Gelir düzeylerine göre “bazı satış tutundurma etkinliklerinde (örneğin; indirimler, hediyeler gibi) birden fazla ürün satın alma” eğilimi değişme gösterebilmektedir ($F = 0.390$, $p = 0,036$). Eğilimdeki farklılığın hangi gelir düzeyinden kaynaklandığını görebilmek için post hoc testlerinden LSD testinden yararlanılmıştır. Testin sonuçlarına göre düşük gelir grubundakilerin (250 milyon’un altında) diğer gelir gruplarına göre bu tür etkinliklerden yararlanabilmek için ürünleri birden fazla almaya daha eğilimli oldukları belirlenmiştir.

Tablo 3. Gelir ve İşteki Konum Açısından Satış Tutundurma Tutumları Farklılığı

Tutumlar	F	P
Bazı promosyon uygulamalarında (örneğin; indirimler, hediyeler) birden fazla ürün satın alabilirim.	0.390	0.36*
Promosyonları takip eder ve alım kararımı ona göre veririm.	2.774	0.047*
Firmaların promosyonlar öncesinde fiyatları yükselttiklerini düşünüyorum	2.158	0.045*

P < 0.05

Cevaplayıcıların iş konumu ile satış tutundurmaya yönelik tutumları arasındaki farklılık ise, satış tutundurma etkinliklerini takip etme ile firmaların bu etkinlikler öncesi fiyatlarını yükselttiklerine ilişkin ifadelerde ortaya çıkmaktadır. Post hoc testi sonuçlarına göre satış tutundurma etkinliklerini izleme ve alım kararını ona göre verme şeklinde tutuma sahip olanların memurlar olduğu, memurların diğer çalışanlara özellikle de öğretim görevlilerine göre bu etkinliklere daha eğilimli oldukları söylenebilir. Satış tutundurma etkinliği öncesinde firmaların fiyatları yükselttiği görüşü ise akademisyenlerde diğerlerine göre daha çok kabul gören bir görüştür.

Cevaplayıcıların medeni durumları ve cinsiyetlerine göre satış tutundurmaya yönelik tutumlarının değişme gösterip göstermediği t-testi yardımıyla araştırılmıştır. Buna göre cevaplayıcıların medeni durumu ile tutumları arasında farklılık sadece “firmalar satış tutundurmaya daha fazla satmak için başvursalar da tüketicilerin de kazançlı çıktığı” görüşünde ortaya çıkmakta ve evli olanların bu görüşe daha eğilimli olduğu görülmektedir (t-değeri = 3.086, p (2-tailed) = 0,02). Evli olanlar ile evli olmayanların grup ortalamaları bu görüşle karşılaştırıldığında da bu eğilimi görmek mümkündür. Satış tutundurma etkinliklerinde firmalar kadar tüketicilerin de kazançlı çıkabileceği görüşünde olan evlilerin ortalaması 3.86, evli olmayanların ortalaması ise 3.07’dir.

Cevaplayıcıların cinsiyetleri ile satış tutundurma etkinliklerine yönelik tutumları arasındaki farklılıklar t-testi yardımıyla araştırılmış ve “satış tutundurma etkinliklerini alışveriş karşılığında sunulan bir ödül olarak görme ve ödüllendirilmekten hoşlanma” tutumuyla cinsi-

yet arasında bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Test sonuçlarına göre (t-değeri = 2,403 ve p (2-tailed) = 0,01) kadınlar erkeklere oranla bu etkinlikleri ödül olarak görmeye ve bundan hoşnut olmaya daha eğilimlidirler. Bu tutuma yönelik ortalamalara bakıldığında da kadınların 3.72 ortalama ile bu görüşe erkeklerden daha eğilimli (erkeklerin ortalaması 3.11) olduğu söylenebilir.

Cevaplayıcıların satış tutundurma etkinliklerine yönelik genel tutumları kadar, bu etkinliklerin ne tür yararları ya da kazançları olduğuna ilişkin algıları da önemlidir. Çalışmanın bu kısmında cevaplayıcıların satış tutundurma konusundaki yarar algılamaları üzerinde durulmuştur.

Tablo 4. Cevaplayıcıların Satış Tutundurma Yararlarına İlişkin Algılamaları

İfadeler	N	Ortalama	Stand.Sapma
Ekonomi – Tasarruf			
1. Para iadeleri, fiyat indirimleri gibi promosyonlarla paradan tasarruf yaparım.	203	3,58	1,02
2. Promosyonlardan yararlanarak kârlı bir alışveriş yaptığımı düşünürüm.	203	3,27	0,95
3. Promosyonları bütçemi rahatlatan uygulamalar olarak görürüm.	201	3,10	0,99
4. Ekonomik kriz dönemlerinde promosyonları bir avantaj olarak görürüm ve tercihimi promosyonlu ürünlerden yana yaparım.	203	3,37	1,10
Kaliteli Alımlar			
5. Promosyonlardan yaptığım tasarruflarla her zaman kullandığımdan daha iyi bir ürünü/markayı alabilirim.	200	2,80	0,98
6. Daha pahalı ve kaliteli ürünlerde yapılan promosyonlarla bu ürünleri satın alma olanağı kazanırım.	199	3,67	1,10
7. Promosyonlar bütçemi rahatlatarak bana daha kaliteli ürünleri alma fırsatı verir.	203	3,03	1,04
Alışveriş Kolaylığı			
8. Promosyonlar ihtiyaç duyduğum ürünleri hatırlatarak ve neyi ne kadar alabileceğim konusunda bilgiler sunarak alışveriş kararımı kolaylaştırır.	202	2,97	1,05
9. Promosyonları izleyerek alışverişe daha az zaman ve çaba harcarım.	203	2,43	0,95
10. Promosyonlardan yararlanarak çok miktarda alırım, tekrar tekrar almak için zaman ayırmama gerek kalmaz.	202	2,71	1,07
Değer-Takdir			
11. Promosyonlardan yararlandığımda kendimi alışveriş konusunda oldukça becerikli biri olarak görürüm.	200	2,61	0,99
12. Promosyonlardan yararlandığımda kendimi iyi hisseder, yararlanmadığımda bir fırsatı kaçırdığımı düşünerek rahatsız olurum.	201	2,73	1,06
13. Çevremdekiler promosyon fırsatlarını iyi değerlendirdiğim için beni takdir ederler.	201	2,27	0,99
Keşfetme			
14. Promosyonlarla yeni markaları denemekten hoşlanırım	203	2,87	1,07
15. Alışveriş yaparken yeni fikirlerle ulaşmak ve değişik şeyleri keşfetmek için promosyonlara gözatarım.	202	3,66	1,14
16. Her zaman aynı markaları almaktan kaçınır, tercihimi promosyonlara göre yaparım.	203	2,30	0,93
Eğlence-Heyecan			
17. Çekilişler, yarışmalar, hediyeler gibi promosyonları zevkle takip ederim.	203	2,61	1,06
18. Çekilişler, yarışmalar gibi promosyonları eğlenceli bulurum.	201	3,00	1,11
19. Çekilişler, yarışmalar, hediyeler gibi promosyonların mağazalarda hoş ve heyecanlı bir ortam yarattığını düşünürüm.	203	3,65	1,10

1= Kesinlikle katılmıyorum

5= Kesinlikle katılıyorum

Cevaplayıcıların altı yarar kategorisine ilişkin ortalamalarına bakıldığında, satış tutundurma etkinlikleri ile parasal tasarruf yapılabileceği, daha kaliteli ürünlerde yapılan bu etkinliklerle bu ürünleri alım olanağı elde edilebileceği görüşünde oldukları söylenebilir. Başka bir deyişle, cevaplayıcıların yarar algılamaları, ekonomiklik ve kalite gibi işlevsel yararlar da daha yoğundur. Alışverişi kolaylaştırma ya da kayda değer olma-takdir görme gibi satış tutundurma yararları konusunda ise cevaplayıcıların çoğunluğunun kararsıza yakın olduğu ya da bu konuda yarar algılamalarının düşük olduğu görülmektedir. Cevaplayıcıların satış tutundurma etkinliklerinin yeni fikirlere ulaşma, yenilikleri keşfetme ve canlı, hoş bir atmosfer yaratma yararına ilişkin algılamaları ise nispeten yüksektir..

Cevaplayıcıların satış tutundurmaya yönelik yarar algılamaları ile demografik özellikleri arasında bir ilişki olup olmadığı araştırmak bu çalışmanın amaçlarından biridir. Bu amaçla t-testi ve Varyans Analizinden (Oneway-ANOVA) yararlanılmıştır. Yaş, eğitim, gelir ve meslekle ilgili olarak yapılan ve farklılıkların olduğu ifadeleri gösteren ANOVA sonuçları aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

Tablo 5. Yaş ve Algılanan Satış Tutundurma Yararları İlişkisi

Yarar İfadeleri	F	P
Daha pahalı ve kaliteli ürünlerde yapılan promosyonlarla, bu ürünleri satın alma olanağı kazanırım.	4.03	0.01
Promosyonları takip ederek alışverişe daha az zaman ve çaba harcarım.	2.46	0.04
Çevremdekiler promosyon fırsatlarını iyi değerlendirdiğim için beni takdir ederler.	2.62	0.04
Her zaman aynı markaları almaktan kaçınır, tercihimizi promosyonlara göre yaparım.	3.34	0.03

p < 0.05

Tablo 5'den de görülebileceği gibi, cevaplayıcıların; daha kaliteli ve pahalı ürünleri satın alma, alışverişe daha az zaman ve çaba harcama, çevreden takdir görme ve yeni markaları satın alabilme olanağı gibi satış tutundurma yararlarına ilişkin algılamaları yaşlarına göre farklılık gösterebilmektedir. Bu farklılığın kaynağını belirlemek için post hoc testlere başvurulmuştur. Test sonuçlarına göre 40 yaş ve üzerindeki yaş grubundan olanlar bu grubun altındakilere göre, satış tutundurma etkinliklerini daha pahalı ve kaliteli ürünlere ulaşma olanağı yaratan araçlar olarak görme eğilimindedirler. Yine aynı yaş grubundakilerin diğerlerine göre bu etkinlikleri alışverişi kolaylaştıran araçlar olarak algılama eğilimleri daha yüksektir. Çevredekilerin takdirini kazanma konusunda da aynı yaş grubunun algılaması daha yüksektir. Hep aynı markaları satın alma yerine tercihini satış tutundurmaya göre yapma konusunda ise 40-49 yaş grubundakilerin diğerlerine, özellikle 20-29 yaş grubundakilere göre eğilimleri daha yüksektir.

Tablo 6. Eğitim Düzeyi ve Algılanan Satış Tutundurma Yararları

Yarar İfadeleri	F	P
Promosyonlardan yaptığım tasarruflarla, her zaman kullandığımdan daha iyi bir ürünü satın alabilirim.	3.46	0.03
Promosyonlar ihtiyaç duyduğum ürünleri hatırlatacak ve neyi ne kadar alacağım konusunda bilgiler sunarak alışverişimi kolaylaştırır.	4.43	0.01
Promosyonlarla yeni markaları denemekten hoşlanırım.	4.05	0.01

p < 0.05

Algılanan satış tutundurma yararlarındaki farklılıkların hangi eğitim düzeyinden kaynaklandığını belirlemek için post hoc testlerden yararlanılmıştır. Test sonuçlarına göre, satış tutundurma ile yapılan tasarruflarla daha iyi bir ürünü satın alabilme yararı konusunda, lise ve altı eğitim düzeyinde olanların yarar algılamaları diğer eğitim düzeylerine göre daha yüksektir. Aynı eğitim düzeyindekilerin, satış tutundurma etkinliklerinin hatırlatma ve alışverişini kolaylaştırma ile yeni markaları deneyebilme yararı konusundaki algılamaları da diğerlerine göre daha yüksektir. Lise ve altı eğitim düzeyinde olanların satış tutundurma etkinliklerinde tasarruf, kolaylık gibi işlevsel yararlarla daha önem verdikleri söylenebilir.

Tablo 7. Gelir Düzeyi ve Algılanan Satış Tutundurma Yararları

Yarar İfadeleri	F	P
Promosyonlardan yaptığım tasarruflarla her zaman kullandığımdan daha iyi bir ürünü satın alabilirim.	3.24	0.03
Promosyonlar ihtiyaç duyduğum ürünleri hatırlatarak ve neyi ne kadar alacağım konusunda beni bilgilendirerek alışverişimi kolaylaştırır.	2.55	0.04
Alışveriş yaparken yeni fikirlere ulaşmak ve değişiklikleri keşfetmek için promosyonlara gözatarım.	2.60	0.04
Çekilişler, yarışmalar, hediyeler gibi promosyonların mağazalarda hoş ve eğlenceli bir ortam yarattığını düşünürüm.	2.62	0.04

p < 0.05

Algılanan satış tutundurma yararlarındaki farklılıkların hangi gelir grubundan kaynaklandığını belirlemek için post hoc testlere başvurulmuştur. Test sonuçlarına göre satış tutundurma ile yapılan tasarruflarla daha iyi ürünleri alabilme ve alışverişini kolaylaştırma gibi işlevsel satış tutundurma yararlarında düşük gelir grubundakilerin (500 milyon altı), diğer gelir gruplarına göre yarar algılamaları daha yüksek bulunmuştur. Düşük gelir grubundakilerin yeni fikirlere ulaşma ve yenilikleri keşfetme yararında da algılamaları diğer grup-

lara göre daha yüksektir. Satış tutundurma etkinliklerinin hoş ve eğlenceli bir ortam yaratmasıyla ilgili hazcı yarar algılamaları ise 1.001-1.500 milyar arası gelir grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 8. Meslek ve Algılanan Satış Tutundurma Yararları

Yarar İfadeleri	F	P
Promosyonlardan yaptığım tasarruflarla her zaman kullandığımdan daha iyi bir ürünü alabilirim.	2.73	0.04
Promosyonlar ihtiyaç duyduğum ürünleri bana hatırlatarak ve neyi ne kadar alacağım konusunda bilgilendirerek alışverişimi kolaylaştırır.	8.09	0.00
Promosyonlardan yararlandığımda kendimi iyi hisseder, yararlanmadığımda bir fırsatı kaçırdığımı düşünerek rahatsız olurum.	2.94	0.04
Çevremdekiler promosyon fırsatlarını iyi değerlendirdiğim için beni takdir ederler.	3.53	0.03
Çekilişler, yarışmalar gibi promosyonları eğlenceli bulurum.	4.06	0.01

p < 0.05

Cevaplayıcıların mesleklerine göre de algılanan satış tutundurma yararları farklılık göstermektedir. Bu farklılığın nedenlerini belirlemek için yapılan post hoc testlerde işçilerin diğer meslek gruplarına, özellikle de akademisyenlere göre kalite, hatırlatma-bilgilenme gibi işlevsel yararlar ve kendini iyi hissetme, çevresel takdir gibi hazcı yararlar yarar algılamalarının yüksek olduğu görülmüştür. Başka bir ifadeyle işçi konumunda çalışanların, satış tutundurma tasarruflarıyla daha iyi ürünleri alabilme, alışverişini kolaylaştırma, kendini iyi hissetme ve çevrenin takdiri gibi yararlar algılamaları daha yüksektir. Akademisyenlerin ise bu etkinliklerin eğlenceli olma yararına ilişkin algılamaları diğer gruplara göre daha yüksek bulunmuştur.

Cevaplayıcıların cinsiyet ve medeni durumlarına göre algıladıkları satış tutundurma yararlarının farklılık gösterip göstermediği t-testleri yardımıyla araştırılmıştır. Cinsiyet açısından yarar algılamalarının farklılık göstermediği belirlenmiştir. Medeni durum itibarıyla ise, sadece "satış tutundurma etkinliklerini bütçeyi rahatlatan uygulamalar olarak görme" şeklindeki yarar ifadesinde farklılık belirlenmiştir (t değeri = 2.34, p (two-tailed) = 0.02). Bu farklılık evli olanlardan kaynaklanmaktadır. Başka bir deyişle, evli olanların bu etkinlikleri "bütçeleri rahatlatan uygulamalar" olarak görme, yani işlevsel yararı ağır basan bir bakış açısıyla algılama eğilimleri evli olmayanlara göre daha yüksektir.

Satış tutundurma etkinliklerinin bu algılanan kapsamlı, 6 boyutlu yararını, bilindiği gibi hazcı ve işlevsel yararlar olarak iki boyutta indirgemek de mümkündür. Bu bağlamda satış tutundurma etkinlikleri tüketicinin alışveriş davranışında; ekonomik tasarruflara, alışveriş kolaylığına, verimli bir alışveriş olanağına, kaliteli ürünleri elde etmeye yardımcı olu-

yorsa işlevsel yararlar söz konusu olacaktır. Eğer satış tutundurma etkinlikleri alışverişte eğlence, yeni şeyler keşfetme, çevresel ve bireysel takdir kazanmaya yardımcı oluyorsa hazcı yarardan söz edilebilecektir (Chandon, Wansink ve Laurent, 2000).

Satış tutundurma faydaları konusunda Chandon, Wansink ve Laurent (2000) tarafından yapılan ölçek geliştirme ve geçerliliğini test etme çalışmasında, altılı yarar gruplaması faktör analizi ile iki faktöre (hazcı ve işlevsel yararlar) indirgenmiştir.

Bu noktadan hareketle Anadolu Üniversitesi'nde yapılan bu çalışmada da ondokuz değişkenle incelenen satış tutundurma yararlarının faktör analizi yardımıyla daha az boyuta indirgenip indirgenemeyeceği üzerinde durulmuştur. Aşağıda bu amaçla yapılan faktör analizi sonuçları yer almaktadır. Faktör analizinin Bartlett testi = 1718,5 ve K.M.O. testi =0.901, p=0.000 olduğundan uygunluğuna karar verilmiştir. Ondokuz ifade ile faktör analizi yapılmış, güvenilirlik analizi sonucunda 3 ifade iptal edilmiştir. Varimax rotation ile yapılan faktör analizi sonucunda 3 faktör elde edilmiştir (eigen value > 1). Faktörler toplam varyansın %64,8'ini açıklamaktadır.

Tablo 9. Satış Tutundurma Yararları İle İlgili İfadelerin Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Faktör Yükleri	Varyans %'si	Alpha Katsayısı
Faktör 1: Ekonomik olma ve kaliteli ürünlere ulaşma yararı		46.01	0.88
• Para iadeleri, fiyat indirimleri gibi promosyonlarla paradan tasarruf yapılır.	0,82		
• Promosyonlardan yararlanarak kârlı bir alışveriş yaptığımı düşündürdüm.	0,80		
• Promosyonları bütçemi rahatlatan uygulamalar olarak gördüm.	0,79		
• Ekonomik kriz dönemlerinde promosyonları bir avantaj olarak görür, tercihimi promosyonlu ürünlerden yana yapabilirim.	0,68		
• Promosyonlar bütçemi rahatlatarak bana daha kaliteli ürünleri satın alma fırsatı verir.	0,65		
• Daha pahalı ve kaliteli ürünlerde yapılan promosyonlarla, bu ürünleri satın alma olanağı kazanırım.	0,60		
• Promosyonlardan yaptığı tasarruflarla her zaman kullandığımdan daha kaliteli ürünleri satın alabilirim.	0,55		
Faktör 2: Değer ve alışveriş kolaylığı sağlama yararı		10.07	0,85
• Promosyonlardan yararlandığımda kendimi alışveriş konusunda oldukça becerikli biri olarak görürüm.	0,82		
• Çevremdekiler promosyon fırsatlarını iyi değerlendirdiğim için beni takdir ederler.	0,75		

Tablo 9'un devamı

• Promosyonlardan yararlandığımda kendimi iyi hisseder, yararlanmadığımda bir fırsatı kaçırdığımı düşünerek rahatsız olurum.	0,74		
• Promosyonları takip ederek alışverişe daha az zaman ve çaba harcarım.	0,70		
• Promosyonlardan yararlanarak daha çok miktarda alırım, tekrar tekrar almak için zaman ayırmama gerek kalmaz.	0,67		
Faktör 3: Eğlence ve yenilikleri keşfetme yararı			
• Çekilişler, yarışmalar, hediyeler gibi promosyonların mağazalarda hoş ve heyecanlı bir ortam yarattığını düşünürüm.	0,89	8,70	0,84
• Çekilişler, yarışmalar gibi promosyonları eğlenceli bulurum.	0,88		
• Çekilişler, yarışmalar, hediyeler gibi promosyonları zevkle takip ederim.	0,68		
• Alışveriş yaparken yeni fikirlere ulaşmak ve değişik şeyleri keşfetmek için promosyonlara gözatarım.	0,50		

Faktör analizi sonuçlarından da görülebileceği gibi, satış tutundurma etkinliklerinin sağlayacağı parasal tasarruflar ve gerek bu tasarruflarla, gerekse pahalı ve kaliteli ürünlerde yapılan satış tutundurma etkinlikleriyle bu tür ürünleri elde edebilme olanağı 1. faktöre karşılık gelmekte ve toplam varyansın %46.0.1 ile açıklanmaktadır. Bir birey olarak tüketicinin, satış tutundurma etkinliklerini takip ederek yararlanmayı, hem bireysel olarak hem de çevresel olarak takdir edilecek bir davranış olarak görmesi ve yine bu etkinlikleri alışverişini kolaylaştıran bir unsur olarak algılaması, ikinci faktörde "Değer ve alışveriş kolaylığı yararı" olarak yapılanmakta ve toplam varyansın %10.07'sine karşılık gelmektedir. Son faktör ise satış tutundurmanın eğlence ve heyecan yaratan, keşfetme dürtüsünü harekete geçiren boyutu bir yarar olarak sınıflanmakta ve varyansın %8,7'si ile açıklanmaktadır.

Faktörlere bakıldığında cevaplayıcılar için en ağırlıklı satış tutundurma yararının ekonomik tasarruflar ve kaliteli ürünleri elde edebilme olanağı olduğu görülmektedir. Başka bir deyişle işlevsel yararlar cevaplayıcılar için ön planda gelmektedir. Alışveriş kolaylığı gibi işlevsel bir yarar ile değer-takdir duygusunu tatmin gibi hazcı bir yarar aynı faktörde bir araya gelerek ikinci ağırlıklı faktörü oluşturmaktadır. Tamamen hazcı bir yarar temsil eden üçüncü faktör ise cevaplayıcılar için en son algılanan yarar temsil etmektedir. Faktörlerin varyans ağırlıklarından hareketle cevaplayıcılar için en öncelikli yarar algılamasının ekonomiklik ve kaliteli ürünleri elde edebilme olanağı olduğunu söylemek mümkündür.

Yapılan bu çalışmada üç faktöre indirgenen satış tutundurma yararları ile cevaplayıcıların demografik özellikleri arasında bir ilişki olup olmadığı da araştırılmış ancak bir ilişki bulunamamıştır. Bu nedenle faktör analizinden önce altı yarar kategorisini oluşturan her bir ifade ile demografik faktörler arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir.

Chandon vd.'nin (2000) satış tutundurma yarar algılamaları konusundaki ölçek geliştirme çabaları, yararları iki faktöre indirgeyebilse de bu çalışmanın diğer çalışmalarla da test edilmesini gerektirecektir. Bu amaçla Anadolu Üniversitesi'nde yapılan bu çalışmanın bu bölümü ölçek testi olarak da görülebilir. Bu nedenle tüketicilerin satış tutundurma yararları konusundaki algılamaları sadece faktör analizi doğrultusunda değil, daha önceki bölümlerden de görülebileceği gibi, çeşitli analizlerle bütünlük olarak değerlendirilmiştir.

7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan çalışmanın ilk bölümünde cevaplayıcıların satış tutundurma etkinliklerine yönelik genel tutumları değerlendirilmiştir. Ortalamalar ve yapılan ilk değerlendirmelerde tüketicilerin satış tutundurma etkinliği olan ürünleri tercih etme ve bu etkinlikler nedeniyle çoklu alıma gitme gibi genelde olumlu bir tutumlara sahip oldukları görülmüştür. Bununla birlikte hem satış tutundurma dışındaki ürün değerlendirme kriterlerinin, hem de marka sadakatlerinin alışveriş kararlarında daha etkili olduğu söylenebilir. Ancak tüketicilerin bu etkinliklere yönelik olumlu tutumlarını da göz önüne alarak, fiyat, kalite gibi kriterler de uygunsa satış tutundurma etkinliğini değerlendirme, markayı deneme gibi bir eğilime girebilecekleri de düşünülebilir. Tüketicilerin bu etkinliklere yönelik olumlu tutumlarına rağmen, firmaların etkinlikler öncesinde fiyatları yükselttikleri düşüncesinde olmaları, bu konuda firmalara yeterince güvenmedikleri şeklinde değerlendirilebilir. Bu noktada satış tutundurma uygulamalarında tüketicide kuşkuya yol açan, güven sarsan uygulamaların firmalara çok şey kaybettirebileceği gerçeğinin altı çizilmelidir.

Cevaplayıcıların satış tutundurma etkinliklerine yönelik tutumlarının yaş ve eğitim düzeyi dışındaki demografik özelliklerinden etkilendiği de araştırmanın bir diğer bulgusudur. Düşük gelir grubundaki cevaplayıcılar, satış tutundurma etkinlikleri nedeniyle çoklu miktarlarda alırken, akademisyenler firmaların etkinlikler öncesinde fiyatlarını yükselttiklerini düşünmekte, kurumda memur vb. düzeyde çalışan cevaplayıcılar da alışveriş kararlarını genellikle bu tür etkinlikleri takip ederek vermektedir. Evli olanlar satış tutundurmaya firmalar kadar tüketiciler için de kazançlı bir uygulama olarak görürken, bayan cevaplayıcılar bu etkinliği bir ödül olarak görmeye daha eğilimlidirler.

Cevaplayıcıların satış tutundurma yararlarına ilişkin algılamalarına bakıldığında satış tutundurma etkinliklerini tasarruf yapma ve kaliteli ürünlere ulaşma aracı olarak gördükleri söylenebilir. Cevaplayıcıların yenilikleri keşfetme ve hoş ve heyecanlı bir atmosfer yaratma gibi bazı hazcı satış tutundurma yararlarına da sıcak baktıkları görülmektedir. Özellikle kaliteli ürünlere ulaşma, alışverişi kolaylaştırma, bireysel ve çevresel takdir ile yeni markaları deneme olanağı gibi yararlar, 40 ve üzeri yaş grubunda önem kazanmaktadır. Cevaplayıcıların 40 ve üzeri yaş grubundan ve çalışan bireylerden olması alışveriş kolaylığı yararını anlaşılır kılmaktadır. Kaliteli ürünleri elde etme ve bütçeyi rahatlatma vb. ile gelen içsel takdir duygusu ise yaşın getirdiği bir tüketim bilincinin ve isteğinin sonucu olarak görülebilir.

Eğitim de satış tutundurma yararları konusunda önemli bir belirleyici değişken olarak ortaya çıkmaktadır. Lise ve altı eğitim düzeyinde olan cevaplayıcılar, diğer gruplara göre satış tutundurma etkinliklerini, daha iyi ürünleri satın alabilme, yeni markaları deneyebilme ve alışverişi kolaylaştırma aracı olarak görebilmektedirler.

Cevaplayıcılar arasında algılanan satış tutundurma yararlarını farklılaştıran bir diğer unsur da gelir düzeyidir. Düşük gelir grubunda olanlarda satış tutundurma'nın daha kaliteli ürünleri elde etme, alışverişi kolaylaştırma ve bilgilenme, yenilikleri keşfetme gibi yararları ön plana çıkmaktadır. Aynı gelir grubunda yer alanların hem bireysel hem de çevresel takdiri önemli bir yarar olarak görme eğilimleri diğerlerine göre daha yüksektir. Satış tutundurma etkinliklerinin eğlenceli ve hoş bir ortam yaratma yararı konusunda ise gelir düzeyi yüksek cevaplayıcıların algılamaları daha yüksektir.

Aynı yararlar, başka bir ifadeyle kaliteli ürünleri elde etme, alışverişi kolaylaştırma, bireysel ve çevresel takdir ile eğlence gibi yararlar meslek grubuna göre de farklılaşmaktadır. Cevaplayıcılardan işçi konumunda çalışanların bu tür yararlar da algılamaları diğerlerine göre daha yüksektir.

Cevaplayıcıların satış tutundurma yararlarına ilişkin algılamaları medeni durumları itibariyle de farklılık göstermiştir. Evli olanlarda satış tutundurma etkinliklerini bütçelerini rahatlatan uygulamalar olarak görme eğilimi, ekonomiklik, tasarruf gibi yararları ön plana çıkarmıştır.

Eğitim, meslek ve gelir düzeyine göre bazı satış tutundurma yarar algılamalarında, paralellikler olduğu görülmüştür. Başka bir deyişle lise ve altı eğitim düzeyinde olanlar, gelirleri 500 milyon ve altında bulunanlar ve kurumda işçi statüsünde çalışanların fayda algılamaları aynı değişkenlere işaret etmektedir. Satış tutundurma tasarruflarıyla her zaman kullanılan daha iyi bir ürünü/markayı satın alma, alışverişi kolaylaştırma yararları benzer eğitim, meslek ve gelir düzeyinde olanların algıladıkları işlevsel yararlar da ikisine karşılık gelmektedir. Bu noktada eğitim ve gelir düzeyi arasında bir korelasyon olup olmadığına bakmanın yararlı olacağı düşüncesinden hareketle korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda Pearson Korelasyon K. = 0,653, Sig.(2-tailed) = 0,00, $p \leq 0,01$ olduğundan cevaplayıcıların eğitim ve gelir düzeyleri arasında doğrusal bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Cevaplayıcıların eğitim düzeyleri arttıkça, gelirlerinin de arttığı görülmüştür. Aynı şekilde cevaplayıcıların gelirleri de, işçi, memur ve akademisyen meslek sıralamasına göre artış göstermektedir. Bu durumda cevaplayıcılardan 500 milyon ve altında bir geliri olan, kurumda işçi konumunda çalışan ve lise ve altı eğitim düzeyinde olanların satış tutundurma etkinliklerinde gerek işlevsel gerekse hazzı yarar algılamalarının diğerlerine göre daha yüksek olduğu söylenebilir. Her ne kadar bu grup için kalite, alışveriş kolaylığı gibi faydacı yararlar ön plana çıksa da, yeni markaları deneme, keşfetme, bireysel ve çevresel takdir gibi hazzı yararların da önemli olduğu görülmektedir. Satış tutundurma etkinliklerinin mağazalarda hoş ve eğlenceli bir ortam yaratması, çekilişler, yarışmalar gibi etkinliklerin heyecan verici olması gibi hazzı yararlarının ise gelir düzeyi yüksek ve akademisyen konumunda çalışanlarda ön plana çıkması dikkat çekici bir olgudur.

Cevaplayıcıların hem işlevsel hem de hazzı yarar beklentilerinin olması çelişkili bir durum gibi görülebilir. Ancak bu noktada tüketicinin bir çok durumda bu iki yarar beklentisini de göz önüne alabildiğini unutmamak gerekir. Örneğin Mercedes marka araba almada güvenlik, iç hacminin rahatlığı, hızı gibi nesnel yararlar beklenirken, onun yaratacağı prestij, sürüş keyfi gibi öznel, hazzı yararlar ve sembolik değerler de söz konusu olabilmektedir (Odabaşı, 1999). Dolayısıyla cevaplayıcıların satış tutundurmada algıladıkları yararlar da bu bakış açısıyla da bakılabilir. Hangisinin daha ağır bastığı belki bir belirleyici olabilir.

Özetlemek gerekirse düşük gelir düzeyindekiler için satış tutundurma, bütçelerini rahatlatan ve onlara kaliteli ürünleri de alabilme olanağı veren uygulamalardır, yani işlevsel

yararlar söz konusudur. Ancak düşük gelir, hazcı yarar beklentilerini kısıtlayan bir unsur olarak görülmemelidir. Çünkü bu etkinlikler aynı zamanda yeni markalarla tanışmalarına, işletmelerin yeni uygulamalarını keşfetmelerine olanak sağlayan, çevredekilerin takdiriyle mutlu olabilmek fırsatı sunan, içsel tatmin yaratabilen hazcı yararları da beraberinde getirebilmektedir.

Araştırma bulgularının başında ele alınan cevaplayıcıların satış tutundurmaya yönelik genel tutumları ile yarar algılamaları arasında da paralellikler mevcuttur. Örneğin; düşük gelir grubundakiler bazı satış tutundurma uygulamalarında birden fazla ürün satın alabileceklerini belirterek daha en başta olumlu bir tutum sergilemektedirler. Öğretim görevlileri ise firmaların satış tutundurma etkinlikleri öncesinde fiyat yükselttiği düşüncesiyle diğerlerine göre daha olumsuz bir tutum sergilemekte ve satış tutundurma yararlarına daha mesafeli yaklaşmaktadır. Kaldı ki bu olumsuz tutum sadece “satış tutundurma etkinliklerinin mağazalarda hoş bir ortam yaratma ve eğlendirme” yararında kırılabilmektedir.

Tutumlar ve yarar algılamaları arasındaki paralellik cevaplayıcıların medeni durumlarında da ortaya çıkmıştır. Çünkü tutum değerlendirmelerinde evli olanlar satış tutundurmaya hem firmaların hem de tüketicilerin kazançlı çıkabileceği uygulamalar olarak görmek ve olumlu bir tutum sergilemektedirler. Yarar algılamalarında bu olumlu tutum kendisini “bütçeyi rahatlatma yararı” ile hissettirmekte ve evliler satış tutundurmaya bütçelerini rahatlatabilecek uygulamalar olarak görmektedirler. Günümüzün güç ekonomik koşullarında evlilerin bu etkinlikleri aile bütçelerine ekonomik bir katkı sağlayan uygulamalar olarak görmesi hiç de şaşırtıcı olmasa gerek.

Çalışma sonuçlarına bakarak her zaman ekonomik yarar boyutu vurgulanan satış tutundurma etkinliklerinde, diğer yarar boyutlarının da cevaplayıcılar için önemli görüldüğü söylenebilir. Her ne kadar ekonomiklik ön planda gelse de, kaliteli ürünleri elde etme, alışverişi kolaylaştırma, takdir edilme ve eğlence gibi yarar boyutlarında da cevaplayıcıların eğilimleri dikkat çekicidir. Bu sonuç ürün kategorileri itibarıyla elbette değişebilecektir. Ancak yine işletmelerin satış tutundurma kararlarında sadece “ekonomiklik” boyutuna değil, diğer yarar boyutlarına da önem vermesi gerektiği söylenebilir. Kaldı ki cevaplayıcıların ekonomik kriz dönemlerinde satış tutundurma etkinliklerini bir avantaj olarak görme eğilimi taşımaması (ortalama: 2,03), tamamen ekonomikliği vurgulayan etkinlikleri geçersiz kılabilir. Karar alıcıların dikkat etmeleri gereken bir diğer nokta da tüketicilerin satış tutundurma etkinliklerinde firmaları pek de samimi bulmama durumlarıdır. Cevaplayıcıların bu tür etkinlikler öncesinde fiyatların yükseldiğini, bonus paket uygulamalarının inandırıcı olmadığını düşünme eğiliminde olmaları da bir diğer dikkat çekici bulgudur.

Bu araştırma Anadolu Üniversitesi çalışanlarından elde edilen verilerle değerlendirilmiştir. Bu nedenle tüm tüketiciler için genelleştirilemeyeceği unutulmamalıdır. Bu tür bir çalışma, daha geniş katılımlı, farklı ürün kategorilerinden satış tutundurma etkinliklerine dayalı olarak yapılabilir. Ancak tüketicilerin yarar algılamaları konusunda işletmelere yardımcı olacağı düşünülebilir. Tüketicilerin satış tutundurma etkinliklerine ilişkin yarar algılamalarının demografik özelliklerine göre farklılaşması bu tür etkinlikleri düzenlerken işletmelerin dikkate almaları gereken bir faktör olarak görülebilir. Ayrıca tüketicilerin tercihlerinde her zaman sadece ekonomik yararları göz önüne almadıkları, kolaylık, kalite, değer, eğlence gibi yararları da önem verdikleri bulgusu, işletmeler için dikkate değer bir sonuç olarak nitelendirilebilir.

KAYNAKÇA

- Arnold, M.J. ve Reynolds, K.E. (2003).** Hedonic Shopping Motivations. *Journal of Retailing* 79, 77-95.
- Babin, Barry J., Darden, William R. ve Griffin, Mitch (1994).** Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value. *Journal of Consumer Research*, (March) 20, 644-656.
- Belch, G.E. ve Belch, M.A. (2001).** *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. 5.Baskı (McGraw Hill: Boston).
- Burnett, J. Ve Moriarty, S. (1998).** Introduction to Marketing Communication: An Integrated Approach. (Prentice Hall: New Jersey).
- Chandon, P., Wansink, B. ve Laurent, G. (2000).** A Benefit Congruency Framework of Sales Promotion Effectiveness. *Journal of Marketing*. October (64), 65-81.
- Çabuk, S. ve Güneş, N. (2000).** Satış Tutundurma Yöntemlerinin Tüketici Satınalma Davranışı Üzerindeki Etkisiyle İlgili Bir Araştırma. *Pazarlama Dünyası*. (Mayıs-Haziran), 4(81), 4-12.
- Gilbert, D.L. ve Jackaria, N. (2002).** The Efficacy of Sales Promotions in UK Supermarkets: A Consumer View. *International Journal of Retail & Distribution Management*. 30(6), 315-322.
- Hablemitoğlu, Ş. (2001).** Bonuslu Ürünlerle İlişkin Tüketici Tutumları. *Pazarlama Dünyası*. (Kasım-Aralık), 15(6), 4-10.
- Huff, L.C. ve Alden, D.L. (1998).** An Investigation of Consumer Response to Sales Promotions in Developing Markets. *Journal of Advertising Research*. (May-June), 38(3), 47-56.
- Karabulut, M. (1994).** Satış Tutundurma Amaç ve Taktikleri. *Pazarlama Dünyası*. (Eylül-Ekim) 8(47), 2-5.
- Kurtuluş, K. (1998).** *Pazarlama Araştırmaları*. Genişletilmiş 6.Baskı, Avcıol:İstanbul.
- Lee, W.C. (2002).** Sales Promotions as Strategic Communication: The Case of Singapore. *Journal of Product & Brand Management*. 11(2), 103-114.

O'Curry, S. ve Stratilevitz, M. (2001). Probability and Mode of Acquisition Effects on Choices Between Hedonic and Utilitarian Options. *Marketing Letters*. 12(1), 37-49.

Odabaşı, Y. (1999). *Tüketim Kültürü*. Sistem Yayıncılık: İstanbul.

Odabaşı, Y. ve Oyman, M. (2002). *Pazarlama İletişimi*. MediaCat: İstanbul.

Öztürk, S.A. (1995). Satış Tutundurma Faaliyetlerine Uzun Dönemli Yaklaşım. *Pazarlama Dünyası*. (Mayıs-Haziran), 9(11), 24-29.

Pattie, S. (1998). Promotional Competitions as A Marketing Tool in Food Retailing. *British Food Journal*. 100(6), 286-294.

Lisrel ile Yapısal Eşitlik Modelleri: Tüketici Şikayetlerine Uygulanması

Veysel YILMAZ¹

Öz: Yapısal eşitlik modelleri (YEM) ölçülen ve gizil değişkenler arasındaki nedensel ilişkileri sınamada kullanılan istatistiksel bir yaklaşımdır. Psikoloji, pazarlama, eğitim sosyolojide kuramsal modellerin işlevliklerinin araştırılmasında kullanılan bir araçtır. Bu makale YEM'e ilişkin temel kavram ve konuların kısa bir özeti sunulmakta ve modelin tanımlanması, parametre tahmini ve sınaması aktarılmaktadır. Çalışmanın sonunda ise tüketici şikayetleriyle ilgili YEM'in uygulamasına ilişkin bir örnek verilmiştir.

Anahtar sözcükler: Yapısal Eşitlik Modelleri, Gizil Değişken, Tüketici şikayetleri.

Abstract: Structural equation modeling (SEM) is a statistical approach used in testing hypothesis about causal relationships among measured and latent variables. It is a standard tool in psychology, sociology, marketing and education for investigating the feasibility of theoretical models. In this article, a brief review of basic concepts and issues associated with SEM, identification parameter estimation and model testing, was presented. One specified example about consumer complain regarding the application of SEM was presented in the final part of the paper.

Key words: Structural equation modeling, Latent variables, Consumer complaints.

¹ Yrd.Doç.Dr., Osmangazi Üniv., Fen-Edebiyat Fak., İstatistik Böl., ESKİŞEHİR, E-Mail : vyilmaz@ogu.edu.tr, FAX: 0222 239 35 78

1. GİRİŞ

Tüketici memnuniyeti ve şikayetleri konusundaki araştırmalar 60' lı yılların başlarına kadar dayanır. Özellikle toplam kalite yönetimi anlayışının geliştiği ve uygulandığı son dönemlerde çalışma sayısında önemli artışlar olmuştur. Bearden ve Oliver (1985) tüketicilerin daha önceki şikayetlerinin çözümü ve memnuniyetleri arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur. 292 birimlik örneklemeden elde ettiği çalışmada kişisel özelliklerin, ürünlerin fiyatlarının ve gelir durumunun tüketici şikayetlerine yön verdiğini ortaya koymuştur. Cilly (1987) çalışmada tüketici şikayetleri ve tekrar satın alma arasında önemli bağlantılar tespit etmiştir. Keng ve Liu (1997) kişisel değerler ile tüketici şikayet davranışları arasında ilişkileri aradığı çalışmada demografik ve kişisel değer algılamalarının tüketici şikayetleriyle ilişkili olduğunu ortaya çıkarmıştır. Özellikle gelir ve eğitim durumunun etkili faktörler olduğunu ileri sürmüştür. Chiu ve arkadaşları (2001) öğrencilerle yaptığı deneysel çalışmada üretim hatası konusundaki şikayetleri incelemiştir. Algılanan fiyat ve sosyal sınıfın tüketici şikayet davranışlarını etkilediğini belirlemiştir. Mc Alister ve Erffmeyer (2003) çalışmada özellikle tüketici memnuniyetsizliği, tüketici şikayetleri ve pazarlama başarısızlığı ilişkilerini ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Estelami (2003) 307 tüketici üzerinde yaptığı çalışmada özellikle fiyat konusundaki şikayetler üzerinde durmuştur.

Tüketicilerin satın alma ve satın alma sonrası davranışlarının incelenmesi işletmenin pazarlama eylemine karşı gösterdikleri tepkilerin işletme başarısı üzerindeki etkilerini görmek, tüketicilerin neyin, ne zaman, nerede ve nasıl etkilendiğini öğrenmek için de çok önemlidir. Bu sayede işletmeler kendini yenileyen ve tüketiciye odaklı pazarlama stratejileri geliştirme olanağına sahip duruma gelirler (Cemalciler, 1999).

Ülkemizde son yıllarda, toplam kalite felsefesinin önemli bir adımı olan tüketici memnuniyeti ve şikayetlerinin değerlendirilmesi konusuna önemli bir ilgi artışı olmuştur. İşletmeler tüketicilerin haklılıkları konusunda eskiden beri slogan geliştirmelerine karşın, haklar arandığında, yasal çerçeve olmadığından çeşitli olumsuzluklarla karşı karşıya kalınmaktaydı. Eskiden manavların, kasapların duvarlarını süsleyen bir takım duvar yazıları bugün aslında sanayi ve hizmet sektörünün temel felsefesini oluşturmuştur. Bu duvar yazıları, işletmelerin misyon ve vizyonlarının belirlenmesinde önemli rol almış ve ana iş hedeflerinin belirlenmesinde öncelikli katkıda bulunmuştur. Bu duvar yazılarının bir kaç; Müşteri kraldır, müşteri velinimetimizdir, müşteri patronumuzdur, müşteri varolma nedenimizdir ve ürün ve hizmet kalitemizi müşteri belirler şeklindedir. Avrupa birliğine girme aşamasındaki Türkiye'de tüketici şikayetleri ve hakları son çıkarılan kanunlarla önemli duruma geldiğinden işletmeler bu konu üzerine yatırımlar yaparak çeşitli düzenlemeler getirmeye başlamışlardır. Çünkü, her yıl pek çok işletme değişen oranlarda müşteri kaybına uğramaktadır. Ancak işletmelerin bir kısmı; müşterileri niçin kaybettiklerini, ne zaman kaybettiklerini, hangi müşteriyi kaybettiklerini bilmemektedir. Müşteri kayıpları genel olarak memnuniyetsizlikten kaynaklandığı düşünülmektedir [Kalder Yayın No:31].

Tüketiciler bir maldan ve markadan memnuniyetsiz olabilecekleri gibi alışveriş ettikleri yerlerden de memnuniyetsizlikleri ve şikayetleri olabilmektedir. Çalışma alışveriş yerlerinden memnuniyetsizler ile memnuniyetsizliklere karşı verdikleri tepkiler arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmak için bir öneri model geliştirmek ve memnuniyetsizlikler ile tepkilerin gelir ve öğrenim durumuna göre değişip değişmediği araştırmak için tasarlanmıştır. Bu amaçları gerçekleştirmek için varyans analizi tekniği ve YEM kullanılmıştır. YEM ve LIS-

REL ile ilgili Türkçe literatürde hemen hemen hiç kaynak olmaması nedeniyle çalışmada sözkonusu teknik ve paket program hakkında özet bilgiler verilmiş, varyans analizinin tüm istatistik kitaplarında yer alması nedeniyle yöntem kısmında yer verilmemiştir. Söz konusu analizleri gerçekleştirmek için Eskişehir'i temsil ettiği varsayılan 300 hane örnekleme birimi olarak seçilerek bir alan araştırması yapılmıştır.

2. YÖNTEM

Yapısal eşitlik modelleri (YEM) gözlenen ve gözlenemeyen (gizil-latent) değişkenler arasındaki nedensel ilişkilerin sınanmasında kullanılan kapsamlı bir istatistiksel tekniktir. Kuramsal yapıların (construct) formüle edilmesiyle ilgili karşılaşılan problemlerin çözümünde de yararlı bir teknik olduğu kanıtlanmıştır [Reisinger ve Turner,1999]. Özellikle psikoloji, sosyoloji, pazarlama ve eğitim bilimlerinde değişkenler arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesinde ve kuramsal modellerin sınanmasında kullanılan sistemli bir araçtır [Joreskog ve Sörbom, 2001].

Teknik olarak YEM doğrusal yapı eşitlik setindeki bilinmeyen parametrelerin tahmin edilmesinde kullanılır. Eşitliklerdeki değişkenler genellikle doğrudan gözlenen değişkenler ve gözlenen değişkenler ile ilişkili gizil değişkenlerdir. YEM gizil değişkenler seti arasında bir nedensellik yapısının var olduğunu ve gizil değişkenlerin gözlenen değişkenler aracılığıyla ölçülebildiğini varsayar [Mac Lean ve Gray, 1998].

2.1. Lisrel ve Yapısal Eşitlik Modelleri

LISREL, LInear Structural RELations kelimesinin ilk hecelerinin birleştirilmesiyle meydana gelen bir kelimedir. LISREL, kovaryans yapı analizi için geliştirilmiş özel bir bilgisayar programıdır. İlk olarak 1972'de Jöreskog ve Van Thillo tarafından geliştirilmiştir. Programın ismi ve modelleme yaklaşımı eşanlamlı olarak kullanılmaktadır. LISREL, özellikle gizil değişkenleri, hem bağımlı hem de bağımsız değişkenlerdeki ölçüm hatalarını, karşılıklı neden sonuç ilişkisini, eşzamanlılığı ve iç bağımlılığı içeren modelleri oluşturmak için tasarlanmıştır [Cudeck ve diğerleri, 2000].

Yaklaşımın önemini birkaç nedene bağlamak mümkündür. İlki, ölçüm işlemleri ve kuramsal yapı arasındaki çok önemli ilişkiyi göstermesi, ikinci ise ekonometri ve psikometri gibi iki bilim dalı arasında köprü görevini göstermesidir. Ekonometri, eşitlik sistemiyle ekonomi teorisinin modellemesiyle ve neden-etki ilişkilerini yansıtmaya ilgilidir. Psikometri ise gözlenen değişkenlerin ölçülmesindeki gibi gizil ya da gözlenemeyen değişkenlerin ölçülmesiyle ilgilidir. İki bilim dalının ilgilendikleri bu konuların birleşmesiyle araştırmacıya gizil ve/veya gözlenen değişkenleri arasındaki nedensel ilişkileri ya da modeli elde etmeyi sağlayan çok güçlü bir yaklaşım geliştirme olanağı sağlanmış olur [Reisinger ve Turner,1999].

YEM'in temel amacı, bir yada daha fazla gözlenen değişkenler ile gözlenmeyen gizil yapı setleri arasında eş-zamanlı olarak birbiriyle olan bağımlılık ilişkisi örüntüsünü açıklamak-

tır. Gizil değişkenler YEM'in en önemli kavramlarından biridir ve araştırmacıların gerçekte ilgilendikleri zeka, güdü, duygu, tutum gibi soyut kavramlara ya da psikolojik yapılara karşılık gelir. Bu yapılara ancak dolaylı olarak belirli davranışlar ya da göstergeler temelinde ölçülen değişkenler yardımıyla gözleyebiliriz [Sumer,2000]. Psikoloji, sosyoloji gibi çoğu alanda asıl ilgilenen kavramların doğrudan ölçülmesi bazen mümkün olmaz. Psikolojide, kişinin kendine bakış açısı ve motivasyon ; sosyolojide, çaresizlik ve huzursuzluk; eğitimde sözlü yetenek ve eğiticinin beklentisi; ekonomi de ise davranışlar, müşteri memnuniyeti, kalitenin algılanışı gibi kavramlar gizil değişkenlere örnek olarak verilebilir. Sözü edilen gizil değişkenler gözlenemediği için doğrudan ölçülemezler. Bu yüzden, araştırmacı, gizil değişkeni işlemsel olarak tanımlamak için varsayılan yapı açısından gizil değişkeni gözlenebilir değişkenlerle ilişkilendirmek zorundadır [Byrne, 1998].

Yapısal eşitlik modellemesi, içsel (bağımsız-exogenous) yapıların dışsal (bağımlı- endogenous) yapılara nasıl bağlı olduğunu betimleyen bir ya da daha fazla doğrusal regresyon eşitliklerini içerir. Katsayıları, path katsayıları ya da çoğu zaman regresyon tartıları olarak adlandırılır [Reisinger ve Turner,1999].

LISREL komut dilinde parametreleri göstermek için genellikle yunan harfleri kullanılır. Matrisler büyük yunan harfleri ile ve matris elemanları ise küçük yunan harfleri ile gösterilir. Gözlenen ölçümler ise Romen harfleri ile gösterilir. Buna göre, bağımsız gözlenen değişkenler x ile gözlenen bağımlı değişkenler ise y ile ifade ed edilir.

En genel formda, bir LISREL modeli, ölçüm modeli ve yapısal model olarak iki kısımdan meydana gelir. Ölçüm modeli, gizil değişkenlerin ya da kuramsal yapıların gözlenen değişkenlere nasıl bağlı olduğunu ve nasıl gösterildiğini belirtir. Yapısal model ise gizil değişkenleri arasındaki nedensel ilişkileri belirler ve nedensel etkileri tanımlar.

2.2. Yem'de Yer Alan Parametrelerin Tahmini

Yapısal eşitlik modellerindeki parametrelerin tahmini S ve $\Sigma(\theta)$ arasındaki farkın uygun fonksiyonunun minimize edilmesiyle elde edilir. S, gözlenen değişkenler üzerinden n gözlemlenmiş bir örneklemden elde edilen yanlış olmayan örneklem kovaryans matrisidir. $\Sigma(\theta)$ ise model tarafından ifade edilen kovaryans matrisidir. Fonksiyonun genel formu minimize edilirse aşağıdaki eşitlik elde edilir: [Everitt ve Dunn, 1991].

$$Q = (s - W(s - \sigma(\theta)))' W (s - \sigma(\theta)) \quad (1)$$

s, gözlenen değişkenlerin varyans ve kovaryanslarını içeren bir vektör ve ise model ile tahmin edilen uygun varyans ve kovaryansı içeren bir vektördür. W tartı matrisi, gözlenen değişkenler için varsayılan dağılıma bağlı olan formların bir türünü alabilir. Gözlenen değişkenler çok değişkenli normal dağılıma sahipse Q uygun fonksiyonu eşitlik (2)'daki gibi gösterilebilir.

$$Q = 2^{-1} \text{ iz } [(S-\Sigma) W^*]^2 \quad (2)$$

W^* 'ın farklı seçimleri, genellikle kullanılan uygun fonksiyonlara göre değişiklik gösterir: (1) yani $W^* = I^{-1}$ olarak alınırsa sıradan en küçük kareleri (2), $W^*=S^{-1}$ olarak alınırsa genelleştirilmiş en küçük kareleri (3) ve $W^* = \Sigma (\theta)^{-1}$ olarak alınır ise yeniden tartlandırılmış en küçük kareleri gösterir.

$W^* = \Sigma (\theta)^{-1}$ eşitliği dikkate alındığında fonksiyon maksimum benzerlik tahminine eşit olur ve daha genel yazımı ise eşitlik (3)'de verilen F fonksiyonunun minimizasyonunu içerir.

$$F = \ln |\Sigma(\theta)| - \ln |S| + \text{ iz } [S\Sigma (\theta)^{-1}] - (p + q) \quad (3)$$

2.3. Modelin Uygunluğunun Değerlendirilmesi

Model uygunluğunun değerlendirilmesinde kullanılan birbirinden farklı uyum iyiliği indeksleri ve bu indekslerin sahip olduğu istatistiksel fonksiyonlar vardır. Önerilen indeksler arasında en çok kullanılanları benzerlik oranı ki-kare istatistiği (X^2), RMSEA (Ortalama hata karakök yaklaşımı -Root-mean-square error approximation), GFI (Uyum iyiliği indeksi -Goodness-of-fit index) ve AGFI (Uyarlanmış uyum iyiliği indeksi -Adjusted Goodness-of-fit index) dir [Joreskog ve Sörbom, 2001]. Tüm uyum indeksleri literatürde İngilizce kısaltmaları ile verildiği için bu bölümdeki indeksler Türkçe yerine İngilizce kısaltmaları kullanılarak verilmiştir.

Ki-kare istatistiği aşağıdaki gibi tanımlanır.

$$X^2 = (N-1) F_{\min} \quad (4)$$

Burada N, örneklem hacmini ve F_{\min} ise eşitlik (3)'deki fonksiyonunun uygunluğunun minimum değerini gösterir. Sözü edilen istatistiğin serbestlik derecesi (sd) ise

$$sd = 1/2 [(p+q)(p+q+1)]-t \quad (5)$$

şeklinde ifade edilir. (5) nolu eşitlikte p bağımlı gözlenen değişkenlerin sayısını, q ise bağımsız gözlenen sayısını, p+q gözlenen değişkenlerin sayısını ve t ise tahmin edilen bağımsız parametrelerin sayısını gösterir. Ki-kare değerinin büyük olması modelin verilere uygunluğunun kötü olduğunu aksi durumda ise iyi bir uygunluğu ifade eder. Ki-kare istatistiği, hem örneklem hacmine hem de gözlenen kovaryans matrisine ve tahmin edilen kovaryans matrisine bağlı olan bir fonksiyon olduğu için ki-kare istatistiği sınırlı kullanıma sahiptir. Sonuç olarak, örneklem hacminin artık kovaryans matrisine göre arttığı için ki-kare değeri oldukça büyük çıkar ve dolayısıyla modelin rededilme olasılığı da artar[Cudeck ve diğerleri, 2000].

RMSEA için ise 0,05'e eşit veya daha küçük değer mükemmel bir uyuma, 0,08 ile 0.10 arasındaki altındaki değerlerin kabul edilebilir bir uyuma, 0,10'dan daha büyük değer kötü uyuma karşılık gelmektedir [Hajduk, 1987].

Görelî varyans ve kovaryans miktarının bir göstergesi olan GFI 0 ve 1 arasında değer alır ve bu değerin 1'e yakınlığı modelin uygunluğunun daha iyi olduğu gösterir [Hair ve diğerleri, 1995].

Diğer uygunluk ölçüleri, PNFI (Normlandırılmış basitlik uyum indeksi- Parsimony Normed Fit Index), PGFI (Basitlik uyum indeksi-Parsomany Goondness of Fit Index), CFI (Karşılaştırılmalu uyum indeksi- Comparative Fit Index), IFI (Fazlalık uyum indeksi-Incremental Fit Index), RFI (Görelî uyum indeksi-Relative Fit Index), NFI (Normlandırılmış uyum indeksi-The Normed Fit Index) dir. Bu ölçütler 0 ile 1 aralığında değişen değerler alır (Sözü edilen ölçütlerin formülleri ve ayrıntıları için bakınız; [Byrne, 1998 ; Cheng, 2001; Cudeck vd., 2000 ; Hair vd., 1995 ;Joreskog ve Sörbom, 20001 ; Pank, 1996 ;Sharma, 1993; ve Tabanick ve Fidell, 1996]). LISREL kullanan araştırmacılar yayınlarında genellikle ki-kare değeri yanında sıklıkla GFI, AGFI, RMSEA, CFI ve NNFI ölçütlerini kullanmaktadır.

Modelin uygunluğu, y ve x değişkenlerinin gizil yapıları ne kadar iyi ölçtüğü y ve x değişkenleri için hesaplanan çoklu korelasyon katsayılarının (belirlilik katsayısı) incelenmesiyle belirlenebilir. Bu katsayılar 0 ve 1 arasında değerler alırlar. Sözü edilen katsayının 1'e yakın olması değişkenin gizil yapıyı daha iyi açıkladığı anlamını taşır [Joreskog ve Sörbom, 2001].

Yapıların her biri, aşağıdaki gibi ayrı ayrı değerlendirilebilir:

- (1) Path katsayıları için yüklerin her biri ile ilişkili olan t değerleri 2'den daha büyük ise parametreler istatistiksel olarak anlamlıdır ve değişkenler istatistiksel olarak belirlenen yapılar ile ilişkilidir. Böylece değişkenler ve yapılar arasındaki ilişkiler doğrulanır.
- (2) Gizil yapılar arasındaki korelasyon incelenir.
- (3) Standart hatalar, parametrelerin değerlerinin doğru bir şekilde nasıl tahmin edildiğini gösterir. Standart hata ne kadar küçükse tahminler de o derece isabetlidir.

3. TÜKETİCİ ŞİKAYETLERİ

Tüketicilerin beklentileri ile gerçekleşen durum arasında bir uyumsuzluk olması durumunda bir problemin varlığından söz edilebilir. Tüketicilerin tatmin olmadığını gösteren bu durum, işletmeler açısından çok önemlidir. Tatminsizliğin nedenini bulup, gerekli düzenlemeler yapmak işletmelerin gelecekteki başarıları için kaçınılmaz bir faaliyettir. Ancak bazı işletmelerin tatminsizliği ve bununla ilgili Şikayetleri görmezlikten gelmeye devam ettikleri de bilinmektedir. Buna karşın tüketici Şikayetleri hızla artmakta ve işletme yöneticilerini çözümler konusunda kararlar almaya zorlamaktadır [Maxham III, 2002].

Çağdaş pazarlama amacının tatmin edilmiş tüketiciler yaratmak olduğu bilincindeki işletmeler, satın alma sonrası tüketici Şikayet ve davranışlarını detaylı biçimde incelemek zorundadır. Akıllı pazarlama yöneticisinin, tatmin edilmemiş ve Őikayetçi bir tavır sergileyen tüketicinin davranışını olumluya doğru değiştirebilmesi olanaklıdır. Böyle bir çalışma ise

ancak tüketicinin şikayet davranışının iyi biçimde analiz edilmesiyle yapılabilir. Tüketiciler bir maldan memnuniyetsiz olabilecekleri gibi alış verişi ettikleri yerlerden de memnuniyetsizlikleri ve şikayetleri olabilmektedir. Bu nedenle alış verişi yeri yöneticileri bu memnuniyetsizliklerin nedenlerini öğrenerek tüketiciyi tatmin yolunda çeşitli faaliyetlerde ve tüketici odaklı düzenlemelerde bulunmak durumundadır [Vavra, 1999].

Genel olarak tüketici karar alma süreci beş aşamadan oluştuğu kabul edilir. Bu aşamalar 1- sorunun belirlenmesi, 2- bilgi ve seçenekleri arama, 3- seçeneklerin değerlendirilmesi, 4- satın alma kararı, 5- satın alma sonrası değerlendirmedir (tatmin-tatminsizlik).

Gerçek hayatta bu aşamaların kesin çizgilerle belirlenmesi oldukça zordur ve çoğu durumlarda net biçimde belirlenemez. Çalışmada beşinci aşamadaki tatminsizlik boyutu ele alındığından bu kısımdan sonra diğer aşamalara değinilmeyecektir.

Tatminsizlik sonucunda eylemsizlik ve eyleme geçme şeklinde iki durum söz konusudur. Eylemsizlik durumunda tüketici şikayet konusunda hiç bir şey yapmamaktadır. Eyleme geçme durumu ise edilgin ve etkin olmak üzere iki boyutta ele alınır. Edilgin davranışlar; ilişkiyi kesmek ve yakınlarını uyarmak olarak kendini gösterir. Etkin davranışlar ise malı iade, onarım, değiştirme talebi, tüketici derneklerine şikayet, yargı yollarına başvurmak ve işletme yöneticilerine şikayet şeklindedir [Odabaşı, 1998].

Tüketicilerden gelecek herhangi bir şikayet büyük bir öneme sahiptir. Çünkü her yıl işletmeler ortalama %10 ile %30 arasında değişen oranlarda müşteri kaybına uğramaktadır. Aslında şikayetler değerlendirmesini bilenler için çok değerli mesajlar niteliğindedir. Bu mesajları değerlendirip, avantaja çevirmek de işletmelerin elindedir. Ayrıca hiç şikayetin gelmemesi de her şeyin yolunda olduğunu göstermez. Eğer işletmeye hiç şikayet gelmiyorsa, müşteriler bu şikayetlerini başka kanallara aktarıyor demektir ki işletme için belki de en kötüsü budur. Yapılan araştırmalardan görülmüştür ki, memnun müşteriler memnuniyet duygularını ortalama olarak sadece 8 kişiye anlatırken, memnuniyetsizlik duyan müşteriler bu duygularını ortalama 24 kişiye anlatmaktadır. Bu durumun işletme için ne derece kötü bir reklam olacağı açıktır. Bu nedenle, tüketici şikayetlerini dile getirmeye özendirilecek, dile getirilen şikayetleri de en etkin ve kısa sürede çözüme ulaştıracak bir süreç geliştirmek çok önem kazanmaktadır [Acuner, 2001].

4. UYGULAMA

Çalışmada üreticilerin alış verişi yaptıkları yerlerde karşılaştıkları en önemli sorunları ve memnuniyetsizliklerini ifade etme tarzlarını öğrenmek amacıyla bir anket tasarlanmıştır. Anket Eskişehir'i temsil ettiği varsayılan Arifiye Mahallesi'nde yapılmıştır. Söz konusu mahalle tüm sosyal katmanların yaşadığı ve daha önceki araştırmalardan Eskişehir'i en iyi temsil ettiği ortaya çıktığından anket bu mahalleden seçkisiz olarak belirlenen 300 meskene bırakılmış bir gün sonra da toplanmıştır. Anket formlarından 262 adedi tam doldurulduğundan analize alınmıştır. Ankette demografik soruların yanında alış verişi yapılan yerlerde karşılaşılan sorunlar (Memnuniyetsizlik-M) ve memnuniyetsizliklerini ifade etme tarzları (Tepki-T) sorulmuştur. Cevaplar 15 adet değişken için 5'li Likertle (çok önemli-

önemli-fark etmez-önemli değil-hiç önemli değil) alınmıştır. Sözkonusu maddeler olumsuz ifadeleri içerdiğinden ters çevrilerek kodlanmıştır. 15 madde aşağıda verilmiştir.

MEMNUNİYETSİZLİK (M)	TEPKİ (T)
Çeşit azlığı (M1)	Mali iade (T1)
Satıcıların olumsuz davranışları (M2)	Yöneticilere şikayet (T2)
Fiyat farklılıkları (M3)	Tüketici derneklerine şikayet (T3)
Satılan ürünlerde etiket olmaması (M4)	Çevredekilere anlatmak (T4)
Ürünlerin sergilenmesindeki yetersizlikler (M5)	Değiştirme talebi (T5)
Alış veriş yerlerinin geç açılıp erken kapanması (M6)	Hiçbir şey yapmamak (T6)
Satış sonrası ilgisizlik (M7)	Basına şikayet etmek (T7)
	İlişkiyi kesmek (T8)

İstatistiksel analiz;

İlk önce anketin iç tutarlılık katsayısı hesaplanmıştır. Söz konusu katsayısı M için 0.80 (Cronbach $\alpha = 0.80$) T için ise 0.65 olarak hesaplanmıştır (söz konusu katsayı 0-1 arasında değişen değerler alır. Katsayının 1'e yaklaşması güvenilirliğin arttığını ifade eder). 0.80 değeri anketin tam güvenilirliğe yakın olduğunu gösterirken T için ise güvenilirlikte kayıp söz konusudur.

Daha sonra öğrenim düzeyine ve gelir gruplarına göre memnuniyetsizlik ifade edilmiş tarzlarında farklılığın olup olmadığı tek yönlü varyans analizi ile araştırılmıştır. Öğrenim düzeyine göre memnuniyetsizlik karşısında gösterilen tepkiler tek yönlü varyans analiziyle incelenmiştir. Sonuçlar aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 1. Öğrenim Durumuna Göre Memnuniyetsizliğin İfade Ediliş Tarzlarına İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

Tepki (T)	F (sd)	P değeri
T1	1.312(4;257)	0.266
T2	3.460(4;257)	0.009**
T3	0.914(4;257)	0.456
T4	3.056(4;257)	0.017*
T5	2.674(4;257)	0.033*
T6	1.416(4;257)	0.229
T7	0.902(4;257)	0.463
T8	2.142(4;257)	0.076

* $P < 0.05$

** $p < 0.01$

Öğrenim düzeyine göre memnuniyetsizliğe ilişkin tepkiler farklılık göstermektedir. Özellikle yöneticilere şikayet (T2), tepkilerini çevredekilere anlatmak (T4) ve değiştirme talebi (T5) istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Yöneticilere şikayet konusunda birbirine farklı tepki veren öğrenim düzeyleri ilköğretim-yüksek okul, tepkilerini çevredekilere anlatmak konusunda ilköğrenim-lise ve değiştirme talebi için ise ilköğrenim-lisedir. Gelir düzeyine göre memnuniyetsizlik karşısında gösterilen davranışlara ilişkin varyans analizi sonuçları Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 2. Gelir Gruplarına Göre Memnuniyetsizliğin İfade Ediliş Tarzlarına İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

Tepki (T)	F (sd)	P değeri
T1	2.650(4;257)	0.034*
T2	3.570(4;257)	0.007**
T3	0.864(4;257)	0.486
T4	1.605(4;257)	0.173
T5	1.775(4;257)	0.134
T6	1.290(4;257)	0.274
T7	0.265(4;257)	0.900
T8	2.115(4;257)	0.079

* $P < 0.05$

** $p < 0.01$

Farklı gelir gruplarının memnuniyetsizlik tepkileri malı iade ve yöneticilere şikayet dışında benzerlik göstermektedir. Yöneticilere şikayet konusunda 500 milyondan az gelir grubuna sahip kişiler ile gelirleri 500 milyon ile 1.5 milyar arasında olan kişilerin verdiği tepkiler istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

Son olarak memnuniyetsizlik ile tepki gizil yapısı arasındaki ilişkileri araştırmak için YEM uygulanmıştır.

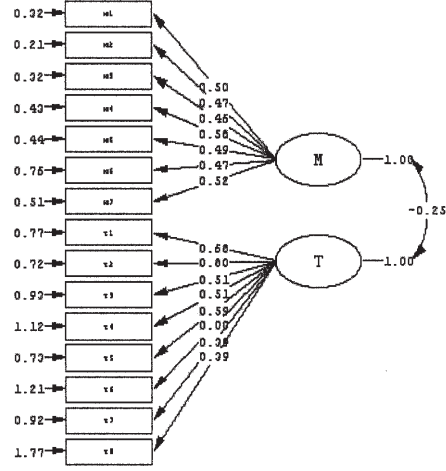
Memnuniyetsizlik ile tepki gizil yapısı arasındaki ilişkinin sınanmasında kullanılacak sıfır önsavı,

H_0 : Alış veriş yerinde karşılaşılan sorunlar ile memnuniyetsizliğe verilen tepkiler arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

şeklinde kurulur. Alternatif önsav ise aşağıdaki gibi ifade edilir.

H_1 : Alış veriş yerinde karşılaşılan sorunlar ile memnuniyetsizliğe verilen tepkiler arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Memnuniyetsizlik ve tepki gizil yapısından oluşan modele ilişkin yapı Şekil 1’de verilmiştir.



Şekil 1. Memnuniyetsizlik ve Tepki Gizil Yapısından Oluşan Modele İlişkin Yapı

Modelin parametre tahminleri ve katsayıların anlamlılıkları Tablo3’de verilmiştir.

Tablo 3. Modele İlişkin Path Katsayıları, Anlamlılıkları ve Belirlilik Katsayıları

Değişkenler	Path Katsayıları	t-değerleri	R ²	Değişkenler	Path Katsayıları	t-değerleri	R ²
M (ξ ₁)				T3	0.51 (λ ^x ₃₂)	06.86	0.22
M1	0.50 (λ ^x ₁₁)	10.95	0.43	T4	0.51 (λ ^x ₄₂)	06.29	0.19
M2	0.47 (λ ^x ₂₁)	12.31	0.52	T5	0.59 (λ ^x ₅₂)	08.55	0.33
M3	0.46 (λ ^x ₃₁)	10.45	0.40	T6	0.02*(λ ^x ₆₂)	00.03*	0.00
M4	0.58 (λ ^x ₄₁)	11.03	0.44	T7	0.39 (λ ^x ₇₂)	05.37	0.14
M5	0.49 (λ ^x ₅₁)	09.70	0.36	T8	0.39 (λ ^x ₈₂)	03.99	0.08
M6	0.47 (λ ^x ₆₁)	07.37	0.22				
M7	0.52 (λ ^x ₇₁)	9.58	0.35				
T (ξ ₂)							
T1	0.68 (λ ^x ₁₂)	09.26	0.38				
T2	0.80 (λ ^x ₂₂)	10.46	0.47				

*İstatistiksel olarak anlamsızdır.

Modelin uygunluğuna ilişkin ölçütler ve hesap değerleri aşağıda verilmiştir.

Ölçüt	Hesap Değeri
Ki-kare	273.08 (sd=89, p=0.000)
RMSEA	0.089
NFI	0.810
NNFI	0.840
CFI	0.870
GFI	0.880
AGFI	0.830

Tablo 3 incelendiğinde T6 katsayısı dışında tüm parametrelerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu, ölçütlerin hesap değerleri incelendiğinde ise modelin kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmektedir. Memnuniyetsizlik ve tepki arasındaki ilişki katsayısı -0.25 hesaplanmıştır. Söz konusu katsayı %5 anlam düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Ayrıca, tüketicilerin en çok satıcıların olumsuz davranışları (M2), satılan ürünlerde etiket olmaması (M4) ve satış sonrası ilgisizlikten (M7) memnun olmadıkları, buna karşılık tepkilerinde sırasıyla yöneticilere şikayet (T2), malı iade (T1) ve değiştirme talebi (T5) olduğu Tablo 3'deki katsayılarından anlaşılmaktadır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapısal eşitlik modelleri davranış bilimleri, psikoloji, sosyoloji, pazarlama, ekonomi gibi çeşitli bilim dallarında yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. LISREL, yapısal eşitlik modellerine bir yaklaşım olarak geliştirilen istatistiksel bir tekniğin ve bir paket programının ismidir. Ayrıca yapısal eşitlik modelleri, regresyon eşitliklerine ve path diyagramlarına dönüştürülebilir. Yapısal eşitlik modelinin LISREL notasyonuna çevrilmesiyle oluşturulan bir LISREL modelindeki değişkenler arasındaki ilişkileri göstermek için path diyagramları çizilir. Uygun tekniğin seçilmesiyle lineer yapısal eşitlik setindeki bilinmeyen katsayılar tahmin edilir ve modelin uygunluğu test edilir. Model uygunluğuna karar vermede tek bir kriterin kullanılması söz konusu değildir. Bu çoklu kriterler göz önünde bulundurularak modelin verilere uygunluğu araştırılmaktadır. Uygulamada, teorik olarak geliştirilmiş bir modelin verilere uyması çok mümkün değildir. Bu nedenle araştırmacı uygun bir modele ulaşabilmek için çok sayıda model kurar ve araştırmanın amacına en iyi cevap verebilecek modeli seçerek modellemeye devam eder. Bu çalışmadaki uygulama örneği sadece YEM'in uygulanabilirliğini göstermek amacıyla seçilmiştir. Daha genel yargılara varmak için daha büyük örneklem ile çalışılmalıdır.

Analiz sonuçları incelendiğinde ,varyans analizi sonuçlarından öğrenim düzeyi ve gelir gruplarına göre karşılaşılan sorunların değişmediği, memnuniyetsizliğe verilen tepkilerin değiştiği ortaya çıktığı görülmektedir. Tepkiler arasındaki farklılıklar öğrenim düzeyi arttıkça ve gelir grubu arttıkça değişkenlik göstermiştir. Çalışmanın son kısmında verilen örnekte tüketicilerin alışveriş yerlerinde karşılaştıkları sorunlar ve memnuniyetsizliklerini ifade ediş tarzları arasındaki ilişkiyi ifade eden bir öneri model YEM aracılığıyla sınanmıştır. Sonuçta memnuniyet ile tepki arasında negatif anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmış-

tır. -0.25 değeri memnuniyet azaldıkça tepkinin arttığını ifade etmektedir. Alışverişlerde en çok karşılaşılan sorunun satıcıların olumsuz davranışları ve satış sonrası ilgisizlik olduğu tepkinin ise daha çok yöneticilere şikayet ve malı iade etme şeklinde olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlardan hareketle alışveriş yeri yöneticileri müşteri sayısını ve müşteri memnuniyetini arttırmak için ödemedede esneklik getirmeli ve satış personelinin hizmet içi eğitimden geçirilerek satış davranışlarında müşteri odaklı olmalarını sağlamalı ve özellikle satış sonrası hizmetlerini daha işler hale getirmelidir.

İşletmeler için yeni müşteri bulmanın maliyeti, varolan müşterileri tutmanın maliyetinden çok fazladır. Bu nedenle işletmeler müşteri tarafından doğrudan iletilen ve/veya başka kanallardan gelen tüm şikayetleri analiz etmek, değerlendirmek ve çözüme kavuşturmak durumundadır. İşletme kendisine ulaşan tüm şikayetleri, kendisi ve müşterileri açısından fayda sağlayacak şekilde kullanılmalıdır. Bunun için: şikayetler sürekli gelişmenin en önemli verilerinden biri olarak kabul edilmeli, şikayet eden müşterinin hala müşteri olduğu bilinmeli ve memnuniyeti sağlanmalı ve ileride olabilecek uygunsuzluklar için veriler toplanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Acuner, Ş.A., (2001). **Müşteri İlişkilerinde Hareket noktası: Müşteri Memnuniyeti ve Ölçümü**, Milli Produktivite Merkezi Yayınları, No:655, Mert Matbaası, Ankara.
- Bearden, W.O. ve Oliver, R.L., (1985). *The role of public and private complaining in satisfaction with problem resolution*, **The Journal of Consumer Affairs**, 19 (2), 222-240.
- Byrne, B.M., (1998). **Structural Equation Modeling with LISREL, PRELIS, and SIMPLIS: Basic concepts, Applications, and Programming**, Lawrence Erlbaum Associates Publisher, New Jersey.
- Cemalciler, İ., (1999). **Pazarlama Kavramlar, Kararlar**, Beta Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- Cheng, E.W.L., (2001). *SEM Being more Effective than Multiple Regression in Parsimonious Model Testing for Management Development Research*, **Journal of Management Development**. 20 (7), 650-667.
- Cilly, M., (1987). *Postcomplaint processes from organizational response to repurchase behavior*, **The Journal of Consumer Affairs**, 21 (2), 293-313.
- Chiu, C.Y., Tsang, S.C. ve Yang, C.F., (2001). *The role of Face situation and attitudinal antecedents in Chinese consumer complaint behavior*, **The Journal of Social Psychology**, 128 (2), 173-180.

- Cudeck, R., Toit, D.S. ve Sörbom, D., (2000). **Structural Equation Modeling: Present and Future**, Scientific Software International Inc.
- Estelami, H., (2003). *Sources, characteristic, and dynamics of postpurchase price complaints*, **Journal of Business Research**, 56, 411-419.
- Everitt, S.B. ve Dunn, G., (1991). **Applied Multivariate Data Analysis**, John Wiley and Sons, New York.
- Hayduk, L.A., (1987). **Structural Equation Modeling with LISREL Essential and Advances**, The John Hopkins Universty Press.
- Hair, F.J., Anderson, E.R., Tatham, R. ve Black, C.W., (1995). **Multivariate Data Analysis with Readings**, Prentice – Hall Internation Inc.
- Joreskog, K. Sörbom, D., (2001). **Lisrel 8: User's Reference Guide**, Scientific Software International Inc.
- Keng, K.A. VE Liu, S., (1997). *Personel values and complaint behaviour*, **Journal of Retailing and Consumer Service**, 4(2), 89-97.
- Mac Lean, S. ve Gray, K., *Structural Equation Modeling in Market Research*, www.Smalwaters.com/whitepapers/marketing, Erişim tarihi 1998.
- Mc Alister, D.T. ve Erffmeyer, R., (2003). *A content analysis of outcomes and responsibilities for consumer complaints to thirty-party organizations*, **Journal of Business Research**, 56, 341-351.
- Maxham III, J.G. ve Netemeyer, R.G., (2002). *Modeling customer perceptions of complaint handling over time: the effects of perceived justice on satisfaction and intend*, **Journal of Retailing** 78, 239-252.
- Odabaşı, Y., (1998). **Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejisi**, Anadolu Üniversitesi Yayınları No : 908, İşletme Fakültesi Yayınları No.2, Eskişehir.
- Pang, N.S.K., (1996). *School Values and Teachers' Feelings: a LISREL model*, **Journal of Educational Administration**, Vol.34, No.2, pp.64-83.
- Reisinger, Y. ve Turner, L., (1999). *Structural Equation Modeling with LISREL: Application in Tourism*, **Tourism Management**, Vol.20, pp.71-88.
- Sharma, S. ,(1993). **Applied Multivariate Techniques**, John Wiley and Sons Inc, New York,.

- Sumer, N., (2000). *Yapısal Eşitlik Modelleri: Temel Kavramlar ve Örnek Uygulamalar*, **Türk Psikoloji Yazıları**, Cilt.3, Sayı.6, ss.49-73.
- Tabanick, G.B. Fidell, L.S., (1996). **Using Multivariate Statistics**, Harper Collngs College Publisher Inc., New York.
- Vavra, T.G., (1999). **Müşteri Tatmin Ölçümlerinin Analizi Geliştirmenin Yolları**, Kalder Yayınları No:28, Rota Yayın Yapım Tanıtım Ticaret Ltd.Ştd., Kelebek Matbaası, İstanbul.
- Müşteri Memnuniyeti Yönetimi**, (2000). Kalder Yayınları No:31, Müşteri Memnuniyeti Uzmanlar Grubu, Rota Yayın Yapım Tanıtım Ticaret Ltd.Ştd., İstanbul.

Ortaöğretim Alan Öğretmenliği Tezsiz Yüksek Lisans Programına Devam Eden Öğretmen Adaylarının Umutsuzluk Düzeylerinin İncelenmesi

Yard.Doç.Dr. Aydoğan Aykut CEYHAN*
Anadolu Üniversitesi
Eğitim Fakültesi

Öz: Bu çalışmada, ortaöğretim alan öğretmenliği dalında tezsiz yüksek lisans programına devam eden öğretmen adaylarının umutsuzluk düzeyleri ile, umutsuzluk düzeylerinin bazı kişisel değişkenler açısından farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmaya tezsiz yüksek lisans programının son dönemine devam eden 71 öğretmen adayı katılmış olup, verilerin toplanmasında Beck Umutsuzluk Ölçeği ve Bilgi Anketi kullanılmıştır. Verilerin analizinde MannWhitney U Testi'nden yararlanılmıştır. Araştırmanın bulguları, öğretmen adaylarının genel olarak umutsuzluk düzeylerinin düşük olmasıyla birlikte, bazı öğretmen adaylarının yoğun umutsuzluk yaşadıklarını ve erkeklerin kızlara göre daha yüksek umutsuzluk düzeyine sahip olduklarını göstermektedir. Araştırmanın diğer bulguları ise, mezun olduğunda öğretmenlik mesleği ile ilgili bir iş bulamayacağı beklentisi taşıyanların, bulacağı beklentisi taşıyanlara göre daha yüksek umutsuzluk düzeyine sahip olduklarını ortaya koymaktadır.

Anahtar sözcükler: Öğretmen eğitimi, Öğretmen adayı, Umutsuzluk.

Abstract: Investigation of Hopelessness Levels of Prospective Teachers Attending Non-thesis Master Programs: In this study, it was aimed to determine the hopelessness levels of the prospective teachers attending two different non-thesis master program and whether or not their hopelessness levels differed according to some personal variables. This study was conducted with 71 prospective teachers attending to the last semester of the program. The data were collected by Beck Hopelessness Scale and Information Questionnaire, and analyzed by Mann-Whitney U Test. The findings of the study showed that the hopelessness levels of prospective teachers were generally low, but some prospective teachers experienced severe hopelessness levels. It was also found that males demonstrated significantly higher hopelessness level than females. Furthermore, the ones not believing to find a job related with teaching profession when they graduate from the program had higher levels of hopelessness than those believing.

Key words: Teacher training, Prospective teachers, Hopelessness.

** Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü Y.Emre Kampüsü 26470 / Eskişehir
Tel: 0-222-3350580/3526
Elektronik posta: aceyhan@anadolu.edu.tr

1. GİRİŞ

Milli Eğitim Bakanlığı ve Yüksek Öğretim Kurulu işbirliği ile 1998 yılında Türkiye’de öğretmen yetiştirme sisteminde bazı değişiklikler yapılmış ve öğretmen yetiştiren fakülte programları yeni gelişmeler doğrultusunda yeniden yapılandırılmıştır (YÖK, 1998; YÖK/Dünya Bankası, 1998). Yeniden yapılanma kapsamında öğretmen yetiştirme programlarında bir standartlaşmaya gidilmiş, bunun yanı sıra eğitim fakültelerinin yükseköğretim mezunlarına yönelik öğretmenlik sertifikası uygulamasına son verilerek, öğretmenliğe yönelecek diğer fakülte mezunları için tezsiz yüksek lisans uygulaması başlatılmıştır (Baskan, 2001; YÖK, 1998). Böylece, ortaöğretim alan öğretmeni yetiştirmek üzere üç yarıyılık tezsiz yüksek lisans programları üniversitelerin ilgili enstitüleri tarafından uygulanmaya başlanmıştır. Ancak, uygulamaya konduğu günden günümüze değin ortaöğretim alan öğretmenliği tezsiz yüksek lisans programlarına yönelik çeşitli eleştiriler getirilmektedir. Örneğin, tezsiz yüksek lisans programı uygulamasının bilimsel niteliğinin tartışmalı olduğu, öğretmenlik formasyonu programından içerik ve nitelik açısından ne ölçüde farklılık taşıyacağı bilinmediği ifade edilmiştir (Aydın, 1998). Bu düşünceyi destekler biçimde, programın uygulanması ile birlikte programın aslında sadece bir öğretmenlik formasyonu programı olduğu ve bu nedenle yüksek lisans öğrenimine de büyük zarar verdiği (Uçan, 2001), programın adı yüksek lisans programı olsa da içeriğinin lisans düzeyindeki öğretmen yetiştirme programının formasyon derslerinden daha ileri olmadığı düşüncesinin yaygın olduğu (Mutsan, 2002) ifade edilmeye başlanmıştır. Nitekim, bu programı bitirmek üzere olan öğrenciler, benzer biçimde görüşler dile getirerek programı eleştirmekte ve öğretmen olarak atanmadıklarını ifade etmektedirler. Öte yandan, pek çok öğrencinin beklentisini ise “bir an önce tayin olarak bir iş sahibi olmak” oluşturmaktadır (Ceyhan, 2003).

Günümüzde, çoğu ortaöğretim alan öğretmenliği dallarında ihtiyaç fazlalığının olması, Milli Eğitim Bakanlığı’nın tezsiz yüksek lisans programı mezunlarını büyük ölçüde istihdam edememesine yol açabilmekte ve tezsiz yüksek lisans mezunlarının istihdam edilebilme olasılıklarının düşük olduğu yönünde görüşlerin gelişmesine neden olabilmektedir (Ceyhan, 2003). Bu durum ise, programa devam eden öğretmen adaylarının olumsuz yönde etkilenebilecekleri düşüncesini akla getirmektedir. Örneğin, tezsiz yüksek lisans programlarına devam eden öğretmen adayları geleceğe yönelik olumsuz algı ve beklentiler geliştirerek, yoğun bir biçimde gelecek kaygısı yaşıyor olabilirler. Bunun yanı sıra, öğretmenlerin içinde buldukları çalışma koşullarının da çeşitli sorunlar içermesi, bu olumsuz algı ve beklentileri daha da artırdığı ifade edilebilir.

Ülkemizde öğretmenlerin ciddi ekonomik sıkıntılar içerisinde olmaları, mesleğin sosyal saygınlığının düşük olması ve düşmeye devam etmesi (Yıldırım, 2001), özellikle son yıllarda ciddi statü kaybına uğraması (Baskan, 2001) ve “hiçbir şey olamazsan bari öğretmen ol” anlayışının oluşması (Bilici, 1996) gibi nedenler, mesleğe hazırlanmakta olan öğretmen adaylarının geleceğe ilişkin beklentilerini ve mesleğe ilişkin algılarını olumsuz yönde etkilemektedir. Bireylerin olumlu sonuç beklentilerinin (iyimserlik) ve olumsuz sonuç beklentilerinin (kötümserlik) onların psikolojik ve fiziksel mutluluğunda çok önemli olduğu (Eshun, 1999) dikkate alındığında, öğretmen adaylarının geleceğe ilişkin sahip oldukları olumsuz algı ve beklentilerin onların psikolojik ve fiziksel yaşamında da rahatsızlık yaratabileceği düşünülmektedir.

Umutsuzluk, bireylerin geleceğe ilişkin olumsuz beklentileridir. Diğer bir deyişle, umutsuzluk geleceğe ilişkin kötümserlik derecesidir (O'Connor, Cennery ve Cheyne, 2000). Araştırmacılar, umutsuzluğu kötü olayların, durumların oluşacağı ve bireyin bunu değiştirmek için hiçbir şey yapamayabileceği beklentisi ve depresyonun temel bir sebebi olarak tanımlamaktadırlar (Abela ve Seligman, 2000). Belirli bir olumsuz duruma ilişkin çikarsamalar umutsuzluk geliştirme olasılığını arttırmakta ve böylece, bir birey umutsuzluk geliştirdiği zaman, kaçınılmaz bir biçimde umutsuzluğa bağlı depresyon da geliştirebilmektedir (Abela ve Seligman, 2000). Bunun sonucu olarak bireyler psikolojik ve fiziksel durumlarında olumsuz belirtiler sergileyebilmektedirler. Örneğin, umutsuzluk ve umutsuzluğa bağlı olarak depresyon geliştiren bireyler, isteksizlik, güçsüzlük, güdülenme eksikliği, karamsarlık, dikkatini verememe, yaşamında düzensizlikler gibi belirtiler sergileyebilirler. Bu durumda, öğretmen adayları mesleğe yeterince kendilerini hazırlayamayabilirler, güdülenemeyebilirler.

Umutsuzluk, literatürdeki çeşitli çalışmalarda çok farklı örneklemeler üzerinde çalışılmış olmakla birlikte, tezsiz yüksek lisans öğretmen adaylarının umutsuzluk düzeylerini inceleyen bir araştırmaya rastlanamamıştır. Oysa, mesleğe başlama aşamasındaki tezsiz yüksek lisans öğretmen adaylarının geleceğe ilişkin beklentilerinin yönünü belirlemek önemlidir. Öğretmen adaylarının hizmet öncesinde mesleğe etkili bir şekilde hazırlanabilmeleri, kendilerini geliştirebilmeleri ve verimli olabilmeleri, geleceğe yönelik olumlu beklentilere sahip olmaları ile ilişkili olabilir. Tezsiz yüksek lisans programlarındaki öğretmen adaylarının gelecekle ilgili beklentilerinin ve umutsuzluk düzeylerinin belirlenebilmesi, daha nitelikli öğretmen yetiştirilme çabalarına da yön verebilecektir.

Amaç: Bu araştırmada, ortaöğretim alan öğretmenliği tezsiz yüksek lisans programına devam eden öğretmen adaylarının *umutsuzluk düzeylerinin belirlenmesi* amaçlanmıştır. Bu temel amaca ek olarak, öğretmen adaylarının umutsuzluk düzeylerinin onların *cinsiyetlerine, mezun olduklarında öğretmenlik mesleği ile ilgili bir iş bulup bulamama beklentilerine, ve öğretmenlik yapmak için kendilerini yeterli algılayıp algılamadıklarına* göre anlamlı düzeyde farklılaşp farklılaşmadığının ortaya konulması amaçlanmaktadır.

2. YÖNTEM

Araştırma, ilişkisel bir yöntemle gerçekleştirilmiş olup, aşağıda çalışma grubu, veri toplama araçları ve verilerin toplanması ve analizi açıklanmaktadır..

2.1. Çalışma Grubu

Araştırmanın veri grubu, 2002-2003 öğretim yılında Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü ve Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ortaöğretim Alan Öğretmenliği Tezsiz Yüksek Lisans Programlarının son dönemlerine (üçüncü dönemine) devam eden toplam 71 öğretmen adayından oluşmuştur. Bu öğretmen adaylarından, 43'ü (%60.56) Anadolu Üniversitesi'ndeki tezsiz yüksek lisans programına ve 28'i (%39.44) Osmangazi Üniversitesi'ndeki tezsiz yüksek lisans programına devam etmektedirler.

2.2. Veri Toplama Araçları

Beck Umutsuzluk Ölçeği (BUÖ): Beck Umutsuzluk Ölçeği, bireylerin geleceğe yönelik olumsuz beklentilerini, tutumlarını veya umutsuzluklarını belirlemek amacıyla Beck, Weissman, Lester ve Trexler (1974) tarafından geliştirilmiş bir ölçme aracıdır (Savaşır ve Şahin, 1997). BUÖ, toplam yirmi maddeden oluşmakta olup, ölçekten umutsuzluğa ilişkin yoğunluk düzeyini ifade eden ve 0 ile 20 arasında değişen puanlar elde edilmektedir. BUÖ'den yüksek puan elde etmek umutsuzluğun veya geleceğe yönelik olumsuz beklentilerin düzeyinin yüksek olduğuna işaret etmektedir (Eshun, 1999; O'Connor ve diğ., 2000; Savaşır ve Şahin, 1997; Tanaka ve diğ., 1998). Araştırmacılar BUÖ'den elde edilen puanların yorumlanmasında puan aralıkları önermektedir. Bu puan aralıkları ise 0-3 puan aralığı "normal aralık" (normal range), 4-8 puan aralığı "hafif umutsuzluk" (mild hopelessness), 9-14 puan aralığı "orta düzey umutsuzluk" (moderate hopelessness), 14-20 puan aralığı "yoğun umutsuzluk" (severe hopelessness) biçiminde betimlenmektedir (Beck ve Steer, 1988'den aktaran Tanaka ve diğ., 1998).

Ölçeği geliştiren araştırmacılar, BUÖ'nün güvenilirlik ve geçerlik çalışmalarını geniş bir biçimde gerçekleştirmişlerdir (Pillay ve Wassenaar, 1996). Ölçeğin yapı geçerliğine ilişkin çalışmalarda umutsuzluğa ilişkin umut, vazgeçme/motivasyon kaybı ve geleceğe yönelik beklentiler olmak üzere üç faktör bulunmuştur. Aynı zamanda, çalışmalarda intihar girişiminde bulunan kişilerde Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısının .93 olduğu, madde-toplam puan korelasyonlarının .39 ile .76 arasında değiştiği ve depresif hastalarda BUÖ ile Beck Depresyon Envanteri'nin umutsuzluk içeren maddeleri arasındaki korelasyonun ise .63 olduğu bulunmuştur (Savaşır ve Şahin, 1997). Çeşitli örneklemeler üzerinde gerçekleştirilen çalışmaların sonuçları ölçeğin uygun psikometrik özelliklere sahip olduğunu göstermektedir (Eshun, 1999). BUÖ, psikolojik ve psikiyatrik araştırmalarda çok geniş bir biçimde kö-tümserliğin ölçümünde kullanılabilir (Pillay ve Wassenaar, 1996).

Araştırmada, öğretmen adaylarının umutsuzluk düzeylerini belirlemek için ölçeğin Türkçe uyarlaması kullanılmıştır. Seber (1991) ve Durak (1993) orijinal ölçeğin Türkçe uyarlaması ile geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarını gerçekleştirmişlerdir (aktaran: Savaşır ve Şahin, 1997). Özetle, bu çalışmalarda; Seber ve diğ. (1993) depresif hastalarda ölçeğin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısının .86 olduğunu, madde-toplam puan korelasyonlarının .07 ile .72 arasında değiştiğini, üniversite öğrencilerinde test-tekrar test güvenilirliğinin .74 olduğunu, ölçeğin Beck Depresyon Envanteri ile korelasyonunun .65 ve Rosenberg Benlik Saygısı ile korelasyonunun .55 olduğunu bulmuşlardır (aktaran: Savaşır ve Şahin, 1997). Durak (1994) ise ölçeğin faktör yapısının "gelecek ile ilgili duygular ve beklentiler", "motivasyon kaybı" ve "umut" olmak üzere üç faktörden oluştuğunu, normal ve psikiyatrik hastalardan oluşan grupta Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısının .85 olduğunu ve madde-toplam puan korelasyonlarının .31 ile .67 arasında değiştiğini, ölçeğin Beck Depresyon Envanteri ile arasındaki korelasyonunun .69 olduğunu, ve ölçeğin çalışma ile karşılaştırma gruplarını önemli biçimde ayırt edebildiğini ortaya koymuştur (aktaran: Savaşır ve Şahin, 1997). Bu geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları, orijinal ölçeğe ilişkin gerçekleştirilen çalışmaların sonuçlarına benzer bir biçimde, BUÖ'nün uygun psikometrik özelliklere sahip olduğuna işaret etmektedir. BUÖ, orijinal ölçek gibi 20 maddeden oluşmakta ve puanlar yükseldikçe bireylerin umutsuzluk düzeylerinin de yükseldiğine işaret etmektedir. BUÖ, kuramsal araştırmalarda geleceğe yönelik olumsuz beklentileri ölçmek amacıyla kullanılabilir (Savaşır ve Şahin, 1997).

Bilgi Anketi : Anket, araştırmacı tarafından öğretmen adaylarının cinsiyetlerine, öğretmenlik mesleği ile ilgili iş bulma durumlarına ve kendilerini yeterli algılama durumlarına ilişkin bilgiler elde etmek amacıyla hazırlanmıştır. Ankette, öğretmen adaylarının öğretmenlik mesleği ile ilgili iş bulma durumlarını belirlemek için “tezsiz yüksek lisans programından mezun olduktan sonra öğretmenlik mesleği ile ilgili bir iş bulabileceğinizi düşünüyor musunuz? (bulabileceğimi düşünüyorum/düşünmüyorum)” ve kendilerini yeterli algılama durumlarını belirlemek için “öğretmenlik yapmak için kendinizi yeterli algılıyor musunuz? (yeterli algılıyorum/algılamıyorum)” biçiminde kapalı uçlu sorulara yer verilmiştir.

2.3. Verilerin Toplanması ve Çözümlemesi

Araştırmanın verileri, araştırmacı tarafından 2002-2003 öğretim yılı Ocak ayında toplanmıştır. Verilerin çözümü, SPSS paket programı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada incelenen bağımsız değişken düzeylerindeki (gruplarındaki) frekansların dengesiz dağılımı, bazı grupların küçük frekanslara sahip olması ve dağılımların normal dağılım grafikleri ve testleri ile test edildiğinde bazı gruplarda normal dağılımın sağlanamaması nedeniyle, parametrik testlerden t testi yerine parametrik olmayan testlerden Mann-Whitney U Testi'nin verilerin çözülmesinde kullanılmasının daha uygun olacağı (Alpar, 1998; Ergün, 1995) düşünülmüştür. Tüm veri grubunun umutsuzluk düzeyi ve bağımsız değişkenlerin alt gruplarına ilişkin dağılımlar normal dağılım grafikleri ve testleri (Kolmogorov-Smirnov statistic with a Lilliefors significance level) ile incelendiğinde (Ergün, 1995); tüm grubun umutsuzluk puanlarının ($K-S=.13, p<.003$), cinsiyet değişkeninin alt gruplarından “kızların” umutsuzluk puanlarının ($K-S=.18, p<.001$), mezun olduktan sonra öğretmenlik mesleği ile ilgili bir iş bulup bulamayacağı beklentisi değişkeninin alt gruplarından “bir iş bulabileceğini düşünmeyenlerin” umutsuzluk puanlarının ($K-S=.13, p<.02$), ve öğretmenlik yapmak için kendilerini yeterli algılayıp algılamadıkları değişkeninin alt gruplarından “yeterli algılayanların” umutsuzluk puanlarının ($K-S=.15, p<.004$) dağılımının normal olmadığı anlaşılmıştır. Araştırmada, bağımsız değişken gruplarındaki frekanslar nedeniyle (grupların birindeki veya her ikisindeki frekansın 20'den fazla olması durumu) Mann-Whitney U Testi'nin test istatistiği olarak z değeri dikkate alınmıştır (Alpar, 1998). Araştırmada, anlamlılık düzeyi ise .05 olarak kabul edilmiştir.

3. BULGULAR

Araştırmada incelenen değişkenlerle ilişkili bulgular aşağıda sunulmuştur.

3.1. Umutsuzluk Düzeyinin Betimlenmesi

Öğretmen adaylarının umutsuzluk düzeylerinin yoğunluklarına ilişkin betimleyici istatistikler Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Öğretmen Adaylarının Umutsuzluk Düzeylerine İlişkin Betimleyici İstatistikler

n	\bar{X}	s	Ölçekten Alınan Puanların	
			en düşüğü	en yükseği
71	8.32	4.65	1	17

Tablo 1’de görüldüğü gibi, öğretmen adaylarının umutsuzluk ya da geleceğe yönelik olumsuz beklenti ortalaması 8.32 ve standart sapması 4.65’dir. Ölçekten elde edilen en düşük puan 1 ve en yüksek puan 17 olup, dağılımın genişliği 16’dır. Bu genişlik, ölçekten alınabilecek puanlara ilişkin genişliğin (0-20) çok büyük bir kısmını kapsamaktadır. Veri grubunun dağılımı dikkate alındığında, bu ortalamanın düşük olduğu görülmektedir. .

3.2. Cinsiyete Göre Umutsuzluk Düzeyleri

Öğretmen adaylarının cinsiyetlerine göre umutsuzluk düzeylerinin anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla, kız ve erkeklerin umutsuzluk düzeyleri Mann-Whitney U Testi ile karşılaştırılmış ve buna ilişkin bulgular Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Öğretmen Adaylarının Cinsiyetlerine Göre Umutsuzluk Düzeylerine İlişkin Bulgular

Cinsiyet	n	\bar{X}	S	Mann-Whitney U Testi Sonuçları				
				Sıralama Ort.	Sıralama Top.	U Değeri	z	p
Kız	45	7.38	4.53	31.61	1422.50	387.50	2.37	.018*
Erkek	26	9.96	4.48	43.60	1133.50			

*p<.05

Tablo 2’de, kızlar ile erkeklerin umutsuzluk düzeyleri incelendiğinde, erkeklerin kızlardan daha yüksek umutsuzluk düzeyine sahip oldukları görülmektedir. Gözlenen bu farklılığın anlamlı olup olmadığının Mann-Whitney U Testi ile sınanması sonucunda, elde edilen z değerinin anlamlı olduğu görülmektedir (z=2.37, p<0.05). Bu sonuç, erkek öğretmen adaylarının umutsuzluk düzeylerinin kızlardan daha fazla olduğunu göstermektedir.

3.3. Tezsiz Yüksek Lisans Programından Mezun Olduktan Sonra Öğretmenlik Mesleği İle İlgili Bir İş Bulup Bulamama Beklentisine Göre Umutsuzluk Düzeyleri

Öğretmen adaylarının tezsiz yüksek lisans programından mezun olduktan sonra öğretmenlik mesleği ile ilgili bir iş bulup bulamama beklentilerine göre umutsuzluk düzeylerinin anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Bu amaçla, verilere uygulanan Mann-Whitney U Testi sonuçları Tablo 3’de verilmiştir

Tablo 3. Öğretmen Adaylarının Tezsiz Yüksek Lisans Programından Mezun Olduktan Sonra Öğretmenlik Mesleği İle İlgili Bir İş Bulup Bulamama Beklentilerine Göre Umutsuzluk Düzeylerine İlişkin Bulgular

Mezun olduğunda öğretmenlik mesleği ile ilgili bir iş:	n	\bar{X}	S	Mann-Whitney U Testi Sonuçları				
				Sıralama Ort.	Sıralama Top.	U Değeri	z	p
bulabileceğimi düşünüyorum.	17	5.06	2.95	21.47	365	212	3.34	.001*
bulabileceğimi düşünmüyorum.	54	9.36	4.63	40.57	2191			

*p<.05

Tablo 3’de, öğretmen adaylarının tezsiz yüksek lisans programından mezun olduklarında öğretmenlik mesleği ile ilgili bir iş bulup bulamama beklentilerine göre umutsuzluk düzeyleri incelendiğinde, bulabileceğini düşünmeyenlerin umutsuzluk düzeylerinin bulabileceğini düşünenlerden daha yüksek olduğu görülmektedir. Gözlenen bu farklılığın anlamlı olup olmadığının Mann-Whitney U Testi ile sınanması sonucunda, elde edilen z değerinin anlamlı olduğu görülmektedir (z=3.34, p<0.05). Bu sonuç, mezun olduktan sonra öğretmenlik mesleği ile ilgili bir iş bulamayacağını düşünen öğretmen adaylarının umutsuzluk düzeylerinin, bulacağını düşünenlerden daha fazla olduğunu göstermektedir.

3.4. Öğretmenlik Yapmak İçin Kendilerini Yeterli Algılayıp Algılamadıklarına Göre Umutsuzluk Düzeyleri

Öğretmen adaylarının tezsiz yüksek lisans programını bitirirken öğretmenlik yapmak için kendilerini yeterli algılayıp algılamadıklarına göre umutsuzluk düzeylerinin anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Bu amaçla, bağımsız iki örneklem grubu için uygulanan Mann-Whitney U Testi sonuçları Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4. Öğretmenlik Adaylarının Öğretmenlik Yapmak İçin Kendilerini Yeterli Algılayıp Algılamadıklarına Göre Umutsuzluk Düzeylerine İlişkin Bulgular

Öğretmenlik yapmak için kendimi :	n	\bar{X}	S	Mann-Whitney U Testi Sonuçları				
				Sıralama Ort.	Sıralama Top.	U Değeri	z	p
yeterli algılıyorum	55	7.93	4.70	34.22	1882	342	1.35	.18
yeterli algılamıyorum	16	9.69	4.35	42.13	674			

p>.05

Tablo 4’de, öğretmen adaylarının şu an öğretmenlik yapmak için kendilerini yeterli algılayıp algılamadıklarına göre umutsuzluk düzeyleri incelendiğinde, kendilerini yeterli algılamayanların umutsuzluk düzeylerinin algılayanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir. Gözlenen bu farklılığın anlamlı olup olmadığı Mann-Whitney U Testi ile sınanması sonucunda, elde edilen z değerinin anlamlı olmadığı görülmektedir ($z=1.35$, $p>0.05$). Bu sonuç, öğretmenlik yapmak için kendilerini yeterli algılayıp algılamadıklarına göre öğretmen adaylarının umutsuzluk düzeylerinin önemli bir biçimde farklılaşmadığını göstermektedir.

4. TARTIŞMA

Araştırmada, ölçekten elde edilebilecek en yüksek puan (maksimum 20) dikkate alındığında, öğretmen adaylarının umutsuzluk düzeyi ortalamasının ($\bar{X} = 8.32$) düşük olduğu görülmektedir. Bunu destekler biçimde, araştırmacılar tarafından önerilen umutsuzluk ölçeği puanlarının yorumlanmasında dikkate alınabilecek puan aralıklarına (Beck ve Steer, 1988’den aktaran Tanaka ve diğ., 1998) ilişkin ölçütler dikkate alındığında, öğretmen adaylarının umutsuzluk düzeylerine ilişkin bu ortalamanın, hafif umutsuzluk (4-8 puan aralığı) ile orta düzey umutsuzluk (9-14 puan aralığı) sınırında olduğu görülmektedir.

Bu bulgu çerçevesinde tezsiz yüksek lisans programına devam eden öğretmen adaylarının geleceğe yönelik beklentilerinin çok olumsuz olmadığı ifade edilebilir. Bununla birlikte, öğretmen adaylarının puan aralıkları (1-17) dikkate alındığında, bazı öğretmen adaylarının yoğun umutsuzluk düzeyine sahip oldukları (14 puanın üzerinde 13 kişinin (%18.31) olduğu) görülmektedir. Aynı zamanda, Beck Umutsuzluk Ölçeği’nden elde edilen 10 ve daha yukarı puanların klinik uygulamalarda önemli bir işaret olarak kullanılabilmesi (Savaşır ve Şahin, 1997) dikkate alındığında, bazı öğretmen adaylarının [10 ve daha yukarı puan alan 25 kişinin (%35.21)] önemsenmesi gereken bir düzeyde umutsuzluk yaşadıkları, geleceğe yönelik olumsuz algı ve beklentilere sahip oldukları ve umutsuzluğa bağlı depresyon geliştirme riskini taşıdıkları belirtilebilir..

Öğretmen adaylarının umutsuzluk yaşamalarının çeşitli sebepleri olabilir. Bir an önce iş sahibi olması gerektiği, işsiz kalabileceği korkusu, çevrenin baskılarını üzerinde hissetme, güçleşen yaşam koşulları, hazırlandığı mesleğe ilişkin olumsuz algı ve beklentiler, elde edilebilecek gelirin düşüklüğü, kendini yetersiz hissetme gibi pek çok sayıda olası faktör ifade edilebilir. Araştırmada, bu olası sebeplerin bazıları açısından öğretmen adaylarının umutsuzluk düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığı da incelenmiştir. Araştırmanın bulguları, cinsiyet ve öğretmenlik mesleği ile ilgili bir iş bulup bulamama beklentisine göre önemli bir farklılık ortaya koyarken, öğretmenlik yapmak için kendini yeterli algılama durumuna göre önemli bir farklılık göstermemektedir..

Cinsiyet açısından bakıldığında, erkeklerin kızlara göre daha yüksek umutsuzluk düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre, erkek öğretmen adayları geleceğe yönelik olumsuz beklentilere daha çok sahiptirler. Bu sonucun olası nedeni, erkeklerin Türk kültüründe sahip oldukları geleneksel roller olabilir. Erkekler, geleneksel rolleri gereği ailenin geçimini sağlamak durumundadırlar. Bu geleneksel rol son yıllarda değişiyor görünmekle birlikte, Türk toplumunda hala erkeklerin ailenin geçiminden sorumlu olduğu görüşü yaygın olarak kabul görmekte olabilir. Erkek öğretmen adayları, geleneksel rol çerçevesinde bir an önce bir iş sahibi olmak istedikleri ve yoğun çevre baskısı altında kendilerini hisset-

tikleri için kızlardan daha çok geleceğe ilişkin olumsuz beklentilere sahip olabilirler. Öğretmen adaylarının üniversite mezunu olup, bir buçuk yıldır tezsiz yüksek lisans programına devam ettikleri ve programdan beklentilerinin büyük ölçüde “bir an önce tayin olarak bir iş sahibi olmak” biçiminde olduğu (Ceyhan, 2003) dikkate alındığında, erkeklerin daha çok umutsuzluk yaşamalarının doğal olduğu düşünülebilir.

Öğretmen adaylarının umutsuzluk yaşamalarında, gelecekte bir iş bulup bulamayacakları da önemli bir faktör olabilmektedir. Araştırmanın bulguları tezsiz yüksek lisans programından mezun olduklarında öğretmenlik mesleği ile ilgili bir iş bulamayacağını düşünenlerin, bulacağını düşünenlere göre daha fazla umutsuzluk yaşadıklarını ortaya koymuştur. Bu bulgu, öğretmen adaylarının programı bitirdiklerinde bir iş sahibi olabilmelerinin onlar için ne kadar önemli olduğunu göstermiştir.

Son yıllarda işsizlik pek çok ülkede ekonomik, politik ve sosyal bir sorun olmaktadır (Kulik, 2000). Ülkemizde de yaşanan ekonomik krizler ve göç olgusu gibi etkenler sonucunda işsizlik önemli bir biçimde artmıştır. Yüksek işsizlik oranı mesleklerde hızlı değişmelerle birlikte pek çok mesleğin iş alanlarında daralmalara yol açmıştır. Günümüz Türkiye'sinde üniversite mezunlarının istihdam sorunları ortaya çıkmış ve üniversite mezunları arasında işsizlik önemli boyutlara ulaşmıştır (Ünal, 1990). Dolayısıyla, öğretmenlik mesleğinin yetersiz çalışma koşulları ve özellikle yoğun ekonomik problemleri bulunmasına rağmen, öğretmenlik mesleği en garantili mesleklerden biri haline geldiği ifade edilebilir. Böylece, öğretmen yetiştiren programlara ve sertifikalara olan talepler yoğunlaşmış ve sonuçta, tezsiz yüksek lisans programı ortaya çıkmıştır. Ancak, ortaöğretim alan öğretmenliği alanında öğretmen fazlalığının olması nedeniyle bu program öğrencilerinin öğretmen olarak atanmasında sıkıntılar ortaya çıkmış ve programa devam eden adaylar atanamayacakları endişesini yoğun olarak yaşamaya başlamışlardır. Nitekim, araştırma bulguları, öğretmenlik yapmak için kendilerini yeterli algılayıp algılamadıkları açısından farklılık ortaya koymaz iken, iş bulup bulamama beklentileri açısından farklılaşmaktadır.

Bu bulgular çerçevesinde, tezsiz yüksek lisans programına devam eden öğretmen adaylarından iş bulamama beklentisi taşıyanların ve erkek adayların daha yoğun umutsuzluk taşıdıkları belirtilebilir. İşsizlik stresli bir yaşam olayıdır ve bireylerin günlük yaşamlarında bazı problemlere yol açabilmektedir (Kulik, 2000). Yoğun psikolojik stres, depresyon ve düşük benlik saygısı, karamsarlık ve umutsuzluk bu problemlerin belli başlıları arasında sayılabilir. Aynı zamanda, bireyler işsiz kalma olasılığının olumsuz sonuçlarına ilişkin nedensel yüklemeler yapabilirler ve bu yüklemelerin duygusal sonuçlarından dolayı da korku, kaygı ve umutsuzluk yaşayabilirler; kötümser düşünceler, hatta umutsuzluğa bağlı depresyon geliştirebilirler (Winefield ve Tiggemann, 1992). Bu durum dikkate alındığında, öğretmen adaylarının, öğretmenlik mesleğinin eğitimini alırken geleceğe yönelik olumlu beklentilerle, iyimser düşüncelerle, umutla ve atanamayacakları ya da iş bulamayacakları kaygısını yaşamaksızın mesleğe hazırlanmaları önemlidir. Böylece, mesleğe daha istekli, güdülenmiş ve etkili hazırlanabilecek, kendilerini daha iyi geliştirebileceklerdir. Bunun için de, yeniden yapılanma çerçevesinde uygulanan tezsiz yüksek lisans programı nitelikli hale getirilmeli, atanama kaygısından uzak istihdama yönelik planlamalar gerçekleştirilmeli ve öğretmenlik mesleğinin çalışma koşulları iyileştirilebilmelidir. Özellikle, öğretmen yetiştiren kurumlar ile öğretmen istihdam eden kurumların işbirliği içerisinde atanma sorununu çözümlenmeleri, öğretmen yetiştirme açısından büyük önem taşımaktadır.

Geleceğin öğretmenleri olacak aday öğretmenler büyük bir sevinç, coşku, istek ve umutla mesleğe hazırlanmalı ve toplumun gelecek kuşaklarını nitelikli bireyler olarak yetiştirebilmelidir. Çünkü, eğitimin niteliğinin geliştirilmesine yönelik gereksinim gittikçe artmaktadır ve Türkiye de, gelişmekte olan tüm ülkeler gibi çağdaş gelişmeler çerçevesinde eğitim sistemini nitelik yönünden de geliştirme zorunluluğu içerisinde (Karip ve Köksal, 1996). Bu çerçevede, araştırma bulgularının nitelikli öğretmen yetiştirilmesine katkıda bulunabileceği belirtilebilir. Ancak, araştırmanın son döneme devam eden öğrencilerden küçük bir çalışma grubuyla ve az sayıda değişkenle gerçekleştirilmesi gibi çeşitli sınırlılıkları nedeniyle ortaöğretim alan öğretmenliği tezsiz yüksek lisans programı öğretmen adaylarına yönelik benzeri ve farklı araştırmaların gerçekleştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu amaçla, bu araştırmanın benzeri çalışmalar, farklı üniversitelerdeki öğretmen adayları ile, veya daha çok üniversiteden öğretmen adayının katıldığı büyük çalışma grupları ile daha geniş bir biçimde gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Abela, J. R.Z. ve Seligman, M. E.P. (2000).** The Hopelessness Theory of Depression: A Test of the Diathesis-Stress Component in the Inter-Personal and Achievement Domains. *Cognitive Therapy and Research* 24 (4), 361-378.
- Alpar, Reha (1998).** *İstatistik ve Spor Bilimleri*. Bağırçan Yayınevi: Ankara.
- Aydın, Ayhan (1998).** Eğitim Fakültelerinin Yeniden Yapılandırılması ve Öğretmen Yetiştirme Sorunu. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi* 15, 275-286.
- Baskan, Gülsün A. (2001).** Öğretmenlik Mesleği ve Öğretmen Yetiştirmede Yeniden Yapılanma. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 20, 16-25.
- Bilici, Veli (1996).** 2000 Yılı'nın Öğretmeni. *Eğitim Yönetimi* 2 (1), 45-47.
- Ceyhan, A. Aykut (2003).** Ortaöğretim Alan Öğretmenliği Tezsiz Yüksek Lisans Programı Öğretmen Adaylarının Devam Ettikleri Programa ve Öğretmenlik Mesleğine İlişkin Görüşleri. *Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 13 (2), 43-58.
- Ergün, Mustafa (1995).** *Bilimsel Araştırmalarda Bilgisayarla İstatistik Uygulamaları*. Ocak Yayınları: Ankara.
- Eshun, Sussie (1999).** Cultural Variations in Hopelessness, Optimism, and Suicidal Ideation: A Study of Ghana and U.S. College Samples. *Cross-Cultural Research* 33 (3), 227-239.
- Karip, E. ve Köksal, K (1996).** Etkili Eğitim Sistemlerinin Geliştirilmesi. *Eğitim Yönetimi* 2 (2), 245-257.

- Kulik, Liat (2000).** Jobless Men and Women: A Comparative Analysis of Job Search Intensity, Attitudes toward Unemployment, and Related Responses. *Journal of Occupational & Organizational Psychology* 73 (4), 487-501.
- Mutsan, Türkan (2002).** Dünya’da ve Türkiye’de Öğretmen Yetiştirmede Yeni Yaklaşımlar. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 8 (29), 115-127.
- O’Connor, R.C., Connery, H. ve Cheyne, W.M (2000).** Hopelessness: The Role of Depression, Future Directed Thinking and Cognitive Vulnerability. *Psychology, Health & Medicine* 5 (2), 155-162.
- Pillay, A. L. ve Wassenaar, D. R (1996).** Hopelessness and Psychiatric Symptomatology in Hospitalized Physically Ill Adolescents. *South African Journal of Psychology* 26(1), 47-52.
- Savaşır, I. ve Şahin, N. H (1997).** *Bilişsel-Davranışçı Terapilerde Değerlendirme: Sık Kullanılan Ölçekler*. Türk Psikologlar Derneği Yayınları: Ankara.
- Tanaka, E., Sakamoto, S., Ono, Y., Fujihara, S. ve Kitamura, T. (1998).** Hopelessness in a Community Population: Factorial Structure and Psychosocial Correlates. *The Journal of Social Psychology* 138 (5), 581-590.
- Uçan, Ali (2001).** Türkiye’de Öğretmenlik Mesleğine Genel Bakış. *Öğretmen Yetiştirme ve Eğitiminde Kalite Paneli 22 Kasım 2000*, MEB Öğretmen Yetiştirme ve Eğitimi Genel Müdürlüğü: Ankara , 53-102.
- Ünal, Işıl (1990).** Üniversite Mezunlarının İstihdam Sorunları. *Eğitim ve Bilim* 76, 37-45
- Winefield, A. H. ve Tiggemann, M (1992).** Unemployment Distress, Reasons for Job Loss and Causal Attributions for Unemployment in Young People. *Journal of Occupational & Organizational Psychology* 65 (4), 231-219.
- Yıldırım, İbrahim (2001).** Kaliteli Öğretmen Yetiştirme ve Hizmetçi Eğitimin Yeri. *Öğretmen Yetiştirme ve Eğitiminde Kalite Paneli 22 Kasım 2000*, MEB Öğretmen Yetiştirme ve Eğitimi Genel Müdürlüğü: Ankara , 103-117.
- YÖK (1998).** *Eğitim Fakülteleri Öğretmen Yetiştirme Programlarının Yeniden Düzenlenmesi*. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı: Ankara.
- YÖK/Dünya Bankası (1998).** “Fakülte Okul İşbirliği” Kılavuzu. Ankara: YÖK/Dünya Bankası Milli Eğitimi Geliştirme Projesi.

Der dialogisierte innere Monolog in Martin Walsers Roman *Brandung*

Yrd.Doç.Dr. Kenan ÖNCÜ*
Gazi Üniversitesi
Gazi Eğitim Fakültesi

The Inner Monologues Turned into the Dialogues in Martin Walsers' Novel *Brandung*

Abstract: *The narrative techniques used in the fictional world have all been taken from real life. One of these techniques is called "inner monologue" which is an act of thinking and individuals' speaking with themselves. This technique is used as a dialogue between "ego" and "superego" in the novel of "Brandung" published in 1985 by the German author Martin Walser. The methods of psychoanalysis and textual immanency have been dominantly used in this article; moreover, the construction of the technique mentioned above in Walser's novel, and its function in terms of the author, novel, protagonist, and reader have been studied.*

Key words: *Inner Monologue, Dialogue, Narrative Technique, ego, superego, Function, Conceal.*

Martin Walser'in *Brandung* Adlı Romanında Diyaloga Dönüştürülmüş İç Monolog

Öz: *Yazının kurmaca dünyasında yerini almış pek çok anlatım ögesi, hatta bütün anlatım ögeleri aslında gerçek hayattan aktarılmıştır. Bunlardan biri de insanın kendi kendine konuşma şeklinde gerçekleştirdiği ve "iç monolog" olarak adlandırılabilir olan düşünme eylemidir. Alman yazarlarından Martin Walser 1985 yılında yayımlanmış olan ve "Brandung" adını verdiği romanında bu anlatım ögesini farklı biçimde, yani üst benlikle benlik arasında cereyan eden karşılıklı konuşma şeklinde uyarlamaktadır. Baskın olarak psikanaliz ve metne dayalı yöntemlerin kullanıldığı bu makalede, söz konusu anlatım ögesinin Walser'in romanındaki oluşturuluş biçiminin yanı sıra, yazar, yapıt, baş figür ve okuyucu için yüklediği işlevler incelenmeye çalışılmıştır.*

Anahtar sözcükler: *İç monolog, diyalog, anlatım ögesi, üst benlik, benlik, işlev, gizlemek.*

* Gazi Üniversitesi, Gazi Eğitim Fakültesi, Y.D.E. Bölümü, ANKARA
Faks no: 0-312-2227037
Elektronik posta: yoncu@gazi.edu.tr

1. EINLEITUNG

Innerer Monolog ist ein in fiktiven Texten seit der Jahrhundertwende verwendetes narratives Requisit. Er erfuhr seine erste Verwendung 1888 in der Novelle „Les lauriers sont coupés“ des französischen symbolistischen Dichters E. Dujardin (Müller, 1994, 208). Durch inneren Monolog wird das innere Dasein „einer erzählten Figur in Sprache als Wiedergabe von (unausgesprochenen) Gedanken, Vorstellungen, Erinnerungen, Assoziationen durch eine Form der Rede [umgesetzt]“ (Best, 1984, 229) und zwar „in der I. Person Singular und der Gegenwart“ (Müller, 1994, 208). Innerer Monolog gilt „neben der erlebten Rede [als, K.Ö.] die zweite große Variante der Bewusstseinsstromtechnik“ (Nünning, 2001, 278) und wird wie diese „eingesetzt, um die Komplexität mentaler Abläufe im Denken fiktionaler Charaktere möglichst realistisch zu evozieren“ (Nünning, 2001, 278). Dieses Erzählmittel gilt auch nach Martin Walsers einschlägigem Essay, der den Titel „Über das Selbstgespräch“ trägt, „schon längst [als, K.Ö.] ein literarisches Genre“ (Walser, 2000b, 1).

In seinem 1985 erschienenen Roman *Brandung* macht Martin Walser eben von dem dialogisierten inneren Monolog opulenten Gebrauch. Der Konstruktion und Funktion dieses narrativen Mittels in dem genannten Werk soll die besondere Aufmerksamkeit der vorliegenden Studie gelten.

2. KONSTRUKTION DES DIALOGISIERTEN INNEREN MONOLOGS

Wenn es sich um die Genese der Identität handelt, werden die drei psychischen Instanzen „Es“ „Ich“ und „Über – Ich“ relevant. Zum „Es“ gehört alles, „was ererbt, bei Geburt mitgebracht, konstitutionell festgelegt ist, vor allem also die aus der Körperorganisationen stammenden Triebe“ (Neumann, 1970, 17). Das „Über-Ich“, die mächtigste und rigoroseste Instanz, ist dagegen ein Spektrum von inflexiblen Forderungen, welche Eltern, Gesellschaft und Religion an das Individuum stellen. Die letzte psychische Instanz, das „Ich“, die der eigentliche Repräsentant des betreffenden Individuums ist, fungiert als konkret-abstrakter Schauplatz einer eventuellen Fehde, welche zwischen dem „Es“ und dem „Über-Ich“ – auch in sehr heftiger Form – stattfinden kann. Das „Ich“ hat dabei die Aufgabe – und zwar die vornehmste, „die meist konträren Ansprüche von „Es“ und „Über-Ich“ in einer Art <<Zweifrontenkrieg>> zum Ausgleich zu bringen“ (Neumann, 1970, 17), was nicht nur einmal, sondern permanent gewährleistet werden soll. Der gewonnene „Krieg“, also eigentlich „[e]in optimales und konfliktfreies Zusammenspiel dieser drei psychischen Instanzen, verleiht dem Individuum Identität“ (Neumann, 1970, 17).

Genau parallel zu dem hier explizierten Prozess der Identitätsverwirklichung werden die inneren Monologe in *Brandung* konstruiert. Häufig handelt es sich eigentlich eher um kontroverse Dialoge zwischen zwei inneren Stimmen des Protagonisten, die der Autor, dessen Namen verwendend, „ER-Halm“ und „ICH-Halm“ nennt – denn ersterer steht dezidiert unter dem Einfluss des „Es“, während letzterer der Kontrolle des „Über-Ich“ unterworfen ist. Aus diesem Grunde ist es passender, die inneren Monologe in Walsers Roman als „dialogisierte innere Monologe“ zu bezeichnen. Dass sie in Dialogform gestaltet werden, ist nicht nur der Parallelität zum Prozess der Identitätsverwirklichung geschuldet, sondern beruht auch auf einem spezifischen Merkmal der Sprache und scheint

deswegen sehr plausibel zu sein. Denn die Sprache ist „ihrem Wesen nach [ohnehin, K.Ö.] Gespräch“ (Uslar, 1972, 25) und in ihr ist der Sprechende „nicht mit dem Ding, über das er spricht, allein, sondern sein Sprechen ist immer bezogen auf einen wirklichen oder potentiellen Hörer“ (Uslar, 1972, 24).¹

Der innere Monolog ist eine Art des Denkens.² Und Denken ist ein bizarrer Akt, welcher sich in Differenz zu anderen Akten wie z.B. des Sprechens, Gehens oder Essens nicht so einfach leiten, akzelerieren oder beenden lässt, was auf dessen nicht gering zu schätzende Macht hinweist. Diesem Faktum entsprechend lässt Walser bei dem Rezipienten zunächst den Eindruck entstehen, dass sich die dialogisierten inneren Monologe in *Brandung* auf unwillkürliche Weise vollziehen. Wider Willen und ohne Zutun des Protagonisten setzen sie eruptiv und souverän ein, so dass es ihm öfters kaum gelingt, „die Aufteilung der Stimmen in einen ER-Halm und einen ICH-Halm zu verhindern“ (S. 122).³ Auf diese Weise nähert sich der innere Monolog in puncto Sprache, Struktur und Kolorit dem Bewusstseinsstrom, dessen Inszenierung in fiktionalen Texten ohnehin „durch die Form und Technik des inneren Monologs [erfolgt]“ (Best, 1984, 63).

Im Kontrast zu ihrer Anfallartigkeit und Spontanität ist die Konstruktion der dialogisierten Monologe in *Brandung* jedoch kalkuliert, und zwar auf sukzessive und progressive Weise. Beim ersten Mal, als der Protagonist des Romans Fran, der Relevanzfigur und Auslöserin der dialogisierten inneren Monologe, auf einer Wiese auf dem Kampus begegnet, erfährt der Leser über „ICH -Halm“ und „ER-Halm“ noch nichts, d.h. diese werden noch nicht beim Namen genannt:

„Gib zu, daß das ein toller Tag ist! Ich gebe es zu, sagte das angesprochene Ich zu dem, der es angesprochen hatte.“ (S. 42)

Das gleiche Selbstgespräch mit geringer Abweichung wird auf Seite 58 repetiert. Und erst bei der dritten Begegnung zwischen Halm und Fran bekommen die beiden divergenten inneren Stimmen des ersteren als Omen seiner angehenden Liebe ihre Namen, wobei der auktoriale Er-Erzähler sich allmählich zurück zieht, nur noch wie ein Regieanweiser agiert und am Ende aus der narrativen Sphäre verschwindet, wenn auch nicht ganz. Denn die Benennung des jeweiligen Sprechers als „ER-Halm“ oder „ICH-Halm“ kann man immer noch als Interventionen des Er-Erzählers in den dialogisierten inneren Monologen des Protagonisten betrachten:

„ER-Halm begreift nicht, daß man von einem Tisch wegrennen konnte, an dem man mit so einem Mädchen [Fran, K.Ö.] saß. ER-Halm sagte: Gib zu, daß das elend ist, trottelhaft ist, erbärmlich ist, blamabel ist, gib das sofort und einschränkungslos zu! Halm fühlte sich angeschrien und sagte: Ja, ich gebe das zu, aber nicht einschränkungslos; die Einschränkung spreche ich aber nicht aus, sonst geht dieser unerfreuliche Dialog weiter. ER-Halm: Feigling. ICH-Halm: Nichts gebe ich so gern zu wie das. ER-Halm: Das ist nie wieder gutzumachen. ICH-Halm: Ja, das hoffe ich auch. ER-Halm: Los, geh in die Abteilung, beschaff dir eine Liste der undergraduates, schau nach, wo sie wohnt, ob sie Telephon hat! ICH-Halm: Du bist ...un...unausdrückbar simpel.“ (S. 60)

¹ Das würde auch den Begriff „Monolog“ oder „innerer Monolog“ unzulässig machen. Danach dürfte es nur den „Dialog“ geben.

² Das Umgekehrte wäre auch richtig

³ Zitate aus dem Roman sind die Seitenangaben in Klammern beigefügt. Sie beziehen sich auf die Ausgabe im Suhrkamp Taschenbuchverlag, Frankfurt am Main 2000.

Für inneren Monolog gilt eigentlich die „totale [...] Eliminierung der vermittelnden Instanz eines Erzählers“ (Müller, 1994, 208) als eine der unentbehrlichsten Prämissen. Dass Walser dieses Erzählmittel in *Brandung* nicht von Anfang an und pur nutzt, sondern zu demselben von auktorialer Vermittlung des Er-Erzählers und „von dem vielfach durch eine [unmarkierte, K.Ö.] *inquit* - Formel [...] eingeleiteten Gedankenzeit“ (Müller, 1994, 208) übergeht und letztlich die Wörter „ER“ und „ICH“ in Blockschrift schreibt, muss, u.a. wohl auch aus seiner Sorge resultieren, die Rezeption seines Romans könnte durch diese innovativ anmutende Technik bei dem literarisch nicht versierten Leser erschwert werden. *Eo ipso* bleibt ihm die Frage „Wer erzählt wo?“, die seinesgleichen bei mancher Lektüre kontemporärer Literatur stellen, erspart. Zum leichteren Verstehen bei dem literarisch nicht vorgebildeten Leser trägt auch bei, dass *Brandung* überwiegend aus kurzen Sätzen besteht und zwar besonders dort, wo Halm rettungslos im Wirbel der dialogisierten inneren Monologe zu versinken droht. Eine solche einfache (aber mehrschichtige) Sprache scheint umso mehr der komplementäre Ausgleich dafür, dass Walser sich in seinem Roman die Behandlung „eines allerdings sehr schwierigen und gewichtigen Themas“ (Vormweg, 1985) vorgenommen hat.

3. FUNKTION DES DIALOGISIERTEN INNEREN MONOLOGS

„Jeder hat etwas“, wie der Er-Erzähler von *Brandung* einmal erklärt, „was er - auch vor sich selber - verheimlichen muß.“ (S. 276) Auf der anderen Seite hat man jedoch ein definitives Bedürfnis danach, sich der Außenwelt gegenüber auszudrücken. Zwischen diesen konträren Polen balancierend übernimmt der dialogisierte innere Monolog in Walsers Roman eine subtile Funktion: Er lässt das Verschweigen des Heimlichen reibungslos funktionieren, indem dieses - jedoch nur im Inneren - ausgesprochen, d.h. ausgedacht wird und der Protagonist sich somit entspannt fühlt. Die Frage des auktorial positionierten Er-Erzählers „Was sagt man, um etwas verschweigen zu können“ (S. 68) erhält ihre im ganzen Gefüge des Romans verteilte aber latente Antwort: Man verschweigt, indem man das, was verschwiegen werden muss, durch den inneren Monolog verarbeitet und ad acta legt. Und das Übrige kann man mit der Außenwelt teilen - gerade dabei „wird Sprache nicht zur echten Kommunikation verwendet, sondern zum Verbergen der Identität instrumentalisiert“ (Baumgärtel, 2000, 261). Genau dies tut der Protagonist von *Brandung* und erweist sich damit als „Vertuschungsvirtuose“ (Siblewski und Töteberg, 1999, 15). Auch die Behauptung des Erzählers „Jede Sprache ist mehr zum Verbergen da als zum Enthüllen“ (S. 66) gehört in diese Argumentationslinie.

Halm ist ein Stuttgarter Studienberater, was *Brandung* u.a. zu einem „Professoren-Roman“ (Manthey, 1985) avancieren lässt. Er kommt mit einem Lehrauftrag für vier Monate in die USA - daher könnte man *Brandung* auch als „Reiseroman“ etikettieren - und unterrichtet an einer kalifornischen Universität. Hier im attraktiven Ambiente eines amerikanischen Campus verliebt er sich in Fran, eine seiner Studentinnen. Auch innere Monologe der üblichen Art wie dem folgenden,

„Raff dich auf! Hilf ihr! [Halms Frau, K. Ö.] Hol Juliane [Halms Tochter, K. Ö.] zurück! Gleich! Bevor der Streit sich festfrißt! Alles hat jetzt diese Tendenz, unheilbar zu werden. Mein Gott, so stehe doch auf. Bevor Sabine aufsteht und schreien muß!“ (S. 25)

sind in *Brandung* zu finden. Dialogisierte innere Monologe setzt der Autor dagegen beachtenswerterweise nur in den Fällen ein, in denen Halm eben Fran begegnet, ihr gegenübersteht oder in ihrer Abwesenheit an sie denkt. All diese Fälle signalisieren also eine „Liebesgeschichte im Handlungskern“ (Ross, 1985) des Romans. Kruses Verdikt, dass Walsers diese narrative Technik „immer dann benutzt, wenn sich Halm in Situationen befindet, die er als emotional besonders schwierig empfindet“ (Kruse, 1995, 152) ist daher nicht ganz richtig.

Halm sieht sich in eine aporistische Liebesbeziehung zu Fran verstrickt, welche er glaubt, vor der Außenwelt verbergen zu müssen, auch wenn sie nur auf platonischem Terrain bleibt. Triftige Gründe dafür werden im Roman zur Genüge geliefert: Halm ist verheiratet und Vater von zwei Kindern. Zwischen ihm und Fran existiert ein gravierender Altersunterschied von 33 Jahren. In Zusammenhang mit dem Alter löst Fran in ihm auch einen „Kampf“ aus, „der zum Ziel hat, ein anderer zu werden, jung zu sein, von ihr attraktiv gefunden zu werden“ (Hartmann, 1992, 153), was als ein notorisches Symptom der „Midlife crisis“ betrachtet werden kann. Nirgends im Roman wird erkennbar, dass auch Fran, welche ohnehin einen Freund hat, in ihn verliebt ist. In diesem Rahmen kann seine emotionale Neigung zu Fran als illusionäre Phantasie bewertet werden, deren Verwandlung in eventuelle Enttäuschung durch Liebeserklärung oder intime Annäherungsversuche dank des inneren Monologs verhindert wird. Oder anders formuliert: Innerer Monolog „schützt ihn vor der peinlichen Erfahrung, abgewiesen zu werden“ (Pulver, 1985, 898). Diese protegierende Funktion überträgt sich auch auf den Leser: Er wird nämlich davor geschützt, „in die nicht minder peinliche Situation eines Voyeurs zu geraten“ (Pulver, 1985, 898). Und ein letzter plausibler Grund betrifft Halms Job in Amerika: Er unterrichtet ausgerechnet an einer Universität, deren Senat „jede Art von Lehrer-Studenten-Liebschaft [allerstrengsten verurteilt]“ (S. 247). In dieser Situation funktioniert sein „Über-Ich“ als überaus wirkungsvolle Kontroll-Instanz. Da er als introvertierter Mensch auch „zwischen Lebensgier und Lebensangst [schwankt]“ (Greiner, 1985) und all „dem nicht gewachsen ist“ (Greiner, 1985), bleibt ihm als Ultima Ratio und permanent parate Lösung nur der innere Monolog. Durch ihn kann er seine ihm selbst auch peinliche platonische Liebe, ohne dieselbe nach Außen dringen zu lassen, heimlich verkraften und überwinden. Das verwirklicht er, indem er seine Gefühle „einem von seinem ICH getrennten ER zuweist“ (Kruse, 1995, 152), als ob der letztere eine andere Person wäre. Während ICH-Halm dabei gegen das Unfugartige kämpft, will ER-Halm „sich gehen lassen“ (Fetz, 1997, 124). So bleibt im Endeffekt Halms Ehe, sein berufliches und gesellschaftliches Ansehen intakt. Zwar gesteht er seiner Frau unerklärte und unerwiderte Liebe, aber erst nach seiner Rückkehr nach Deutschland. Da ist, nachdem Fran bei einem Verkehrsunfall tödlich verunglückt ist, schon alles vorbei. Und er wird ja auch entschuldigt.

Man kann an den dialogisierten inneren Monologen einerseits Halms psychische Turbulenzen und abrupte Selbstentfremdung ablesen;

„Halm konnte nichts dagegen tun, daß ihn wieder diese Entzweiung beherrschte. ER-Halm tobte. ER-Halm mußte reden. Drauflosreden.“ (S. 68)

andererseits ist jedoch nicht zu übersehen, dass der Protagonist im Prozess der Monologführung durch intensive Introspektion auch in Konstellationen gerät, die er „trotz des aufbrechenden Konflikts als Höhepunkt seiner Ich - Empfindung erlebt“ (Kruse, 1995, 152). Er erkennt so seine Existenz in Kulminationspunkten; „nie ist er sich selbst so

intensiv bewußt wie in diesen Momenten der Spaltung seiner Identität in Er und ICH" (Kruse, 1995, 152). Es ist jedoch sofort hinzuzufügen, dass Halm sonst, wenn er von inneren Monologen nicht attackiert wird, „wieder er selber [wird, K. Ö.]" (S. 69). Letzteres ist ein desiderabler Idealzustand, den er erst nach seiner Rückkehr nach Deutschland vollständig erreicht und welchen er dezidiert dem inneren Monolog zu verdanken hat. Nach all dem Gesagten kann man Halms desperate Liebesaffäre mit Fran in Amerika als bewusst - unbewussten Versuch betrachten, „seine schwach entwickelte Identität durch eine vermeintlich attraktivere, aber zu ihm nicht passende ersetzen zu können" (Hartmann, 1992, 150). Der Versuch gelingt ihm nicht. Denn Fran „repräsentiert eine Jugendwelt, die für Halm unerreichbar bleiben muß" (Hartmann, 1992, 153). Dass er aber am Ende sagen kann,

„Es ist alles gut, wie es ist. Es könnte nicht besser sein. Das ist wahrscheinlich das Schwerste, sich so glücklich zu fühlen, wie man ist." (S. 174)

deutet einen „Erkenntnisprozeß" (Hartmann, 1992, 151) an, der ihm definitiv großen Gewinn gebracht hat.

Die dialogisierten inneren Monologe wirken auch bei der Genese der Romanstruktur mit. Sie bilden innerhalb der fiktiven Welt des Werkes eine weitere fiktive Welt, welche sich aus der reduzierten Binnenhandlung des Romans konstituiert. Diese existiert lediglich in Halms Sensorium. Sie ist also eine hermetische Welt, zu der die anderen Figuren – Fran nicht ausgenommen – keinen Zugang haben. Bei dieser Konstellation hat nur der Leser das Privileg, die innere Welt Halms, seine nur in platonischer Sphäre existente Liebesgeschichte zu erleben. Dass auch seine Frau von ihm selbst darüber informiert wird, beeinträchtigt dieses Privileg keineswegs. Denn Halm beginnt ihr erst am Schluss „das zu beichten, was wir eben gelesen haben" (Matt, 1985).

Mittels der dialogisierten inneren Monologe wird in *Brandung* nicht nur eine andere (zweite) fiktive Welt konstruiert, sondern auch eine andere, derselben kompatiblen Sprache. Der Mensch besitzt eigentlich zwei „Ichs", die man das „äußere" und „innere Ich" nennen kann – auf Halm bezogen sind sie „ICH-Halm" und „ER-Halm". Sie benutzen verschiedene Sprachen, oder, um mit Pilipp zu sprechen, „hinter dem sich bewußt setzenden Ich kommt ein anderes Subjekt zum Vorschein, eines, das die Sprache des Begehrens spricht" (Pilipp, 1996, 337). Eben die Sprache der dialogisierten inneren Monologe in Walsers Roman ist auch als Sprache des Begehrens zu betrachten. Denn Fran scheint zwar die inneren Monologe Halms auszulösen, aber eigentlich werden diese von seiner Ehefrau Sabine evoziert, welche sich ihm in der Erzählgegenwart des Romans öfters verweigert. Und „[w]enn sie miteinander schlafen [...], ist es erbärmlich" (Greiner, 1985). Halm mangelt es somit sehr an „ein[em] befriedigende[n] Sexualleben, eine[m] ausgeglichenen Triebhaushalt" (Pilipp, 1996, 338). In diesem Rahmen avanciert Fran bei ihm zum „Ideal", in das er „all seine Wünsche und Träume [...] projiziert" (Pilipp, 1996, 338), wobei innerer Monolog u.a. auch als sexuelles Korrektiv fungiert. Diese Sprache des Begehrens ist auch die Sprache der grenzenlosen Freiheit, in der

„syntaktisch unvollständige Sätze und Wortsequenzen ebenso auftauchen wie Aneinanderreihungen von Begriffen, die keine konventionell sinnhafte Abfolge ergeben, da sie die individuelle Assoziationskette einer fiktionalen Figur darstellen" (Nünning, 2001, 278),

was die Kompatibilität zwischen demselben und dem inneren Monolog erhöht.

4. SCHLUSS

Der Mensch hat ein definitives Bedürfnis danach, sich der Außenwelt gegenüber auszudrücken. Wenn er dazu aber keinen (adäquaten) Gesprächspartner findet, dann benutzt er sich selbst als inadäquates Surrogat desselben, indem er sich selbst zum Adressaten seiner Mitteilungen macht, indem er mehrstimmig denkt, innere Monologe führt. Diesen zweiten Weg, der zwar anstrengender als der erstere ist, auf imaginärer Ebene dagegen die größere Freiheit, gar Omnipotenz impliziert, geht er besonders auch dann, wenn es sich um diskrete und okkulte Bedürfnisse handelt. Im Fall des lehrenden und verheirateten Protagonisten in *Brandung* ist es Diskretion, die die platonische Liebesaffäre mit einer seiner Studentinnen erfordert.

Walser verwendet den inneren Monolog in seinem Roman im Unterschied zu anderen Autoren in einer Art, welche avantgardistisch anmutet: Zwar kann man jeden inneren Monolog als latent dialogisiert betrachten, aber in *Brandung* gestaltet der Autor die inneren Monologe explizit in dialogisierter Form. Er nennt dabei die Monologpartner (Dialogpartner), vom Namen seines Protagonisten und von den psychischen Instanzen „Über-Ich“, „Ich“, „Es“ ausgehend, „ICH-Halm“ und „ER-Halm“.

Von den dialogisierten inneren Monologen profitiert in *Brandung* nicht nur der Protagonist, welcher dank ihrer Sublimierungskraft seine Ehe, seine berufliche und gesellschaftliche Reputation vor jeder Trübung bewahren und – als das Relevanteste – seine wahre Identität (wieder)erkennen kann, sondern auch der Leser und letztlich Walser selbst. Dem Leser geben die dialogisierten inneren Monologe die Chance, den optimalen „Zugang zu seelisch – geistigen Tiefenbereichen“ (Best, 1984, 229) des Protagonisten zu finden, wo er mit einer zweiten mysteriösen fiktiven Welt konfrontiert wird. Und zuletzt Martin Walser: Ihm bieten die dialogisierten inneren Monologe die Möglichkeit – da in denselben eine platonische Liebe thematisiert wird, „das, was keine körperliche Wirklichkeit gewinnen kann, in Sprache umzusetzen, und dies auf den reizvollsten Umwegen“ (Pulver, 1985, 898) und in diesem Zusammenhang auch die Chance, zwei divergente Stimmen (des Protagonisten) – mit der des Er-Erzählers macht es drei – laut werden zu lassen. Dies trägt neben der Konstruktion einer zweiten fiktiven Welt auch zu einem größeren Reichtum an Erzählsträngen und zu sprachlicher Polyfonie des Romans bei.

Der üppige Gebrauch des dialogisierten inneren Monologs in *Brandung* basiert u.a. auch auf dem Schreib- und Erzählgestus Martin Walsers. In einem Interview erklärt der Autor: „Ich bin schon immer mehr als eine Stimme in mir gewesen. Und wenn ich mit einer Stimme gesprochen habe, dann habe ich schon ein bißchen reduziert“ (Fetz, 1997, 125). Daraus kann man schließen, dass er in *Brandung* nicht hat reduzieren wollen.

In Bezug auf die diversen Funktionen des dialogisierten inneren Monologs ist in *Brandung* die größte Relevanz der Sprache zu konzedieren. Es ist nicht nur die Sprache der Freiheit, sondern auch der Spontaneität und Ehrlichkeit. Walser plädiert in seinem Essay „Über das Selbstgespräch“ vehement für diese „Innensprache“, die er der „Auftrittssprache“ oder der „adressierten“ Sprache entgegensetzt und als Idealsprache der Literatur sieht:

„Die Sätze, die mir unwillkürlich durch den Kopf gehen, sind in einer ganz anderen Sprache daheim als die Sätze, die mir von außen [nämlich von „Über-Ich“, K. Ö.] empfohlen oder befohlen werden. Ich glaube, dass

Schriftsteller, wenn sie schreiben, ganz und gar dieser unwillkürlich in ihnen auftauchenden Sprache hörig sind. Es ist ihre Sprache. Die beherrschen sie nicht, aber wenn sie Glück haben, werden sie von ihr beherrscht.” (Walser, 2002b, 1)

Der Autor scheint in *Brandung* von der genannten Sprache zum Teil beherrscht zu sein. Es wäre jedoch ein mehr an Ideal, wenn alle Menschen diese Innensprache der Literatur als ihre Sprache in der äußeren Wirklichkeit zulassen und benutzen würden.⁴

LITERATUR

Baumgärtel, B. (2000). *Das perspektivierte Ich. Ich-Identität und interpersonelle und interkulturelle Wahrnehmung in ausgewählten Romanen der deutschsprachigen Gegenwartsliteratur.* Würzburg, Königshausen & Neumann.

Best, O. F. (1984). *Handbuch literarischer Fachbegriffe.* Frankfurt am Main, Fischer Taschenbuch.

Fetz, G. A. (1997). *Martin Walser.* Sammlung Metzler, Stuttgart, J. B. Metzler.

Greiner, U. (1985). Der Selbstverhinderungskünstler. Martin Walsers Roman *Brandung*. *Die Zeit*, 30.8.

Hartmann, H. (1992). „Es war in einem tosend zusammenstürzenden Kristallpalast, in dem man erstrickte.” – Funktion und Gestaltung des Titelmotivs in Martin Walsers Roman *Brandung*. In: *Michigan Germanic Studies*, Michigan, Volume XVIII, No: 2, S. 147-166.

Kruse, J. (1995). „Die 4. Stufe der Autobiographie”. Walsers Halm-Fiktionen und Maßmers Gedanken. In: *Leseerfahrungen mit Martin Walser. Houston German Studies*, Volume 9, Hrsg. v. Heike Doane u. Gertrud Bauer Picker, München, Wilhelm Fink, S. 144-157.

Manthey, J. (1985). „In San Francisco ist das Wetter schön”. Martin Walsers Roman „Brandung”. *Frankfurter Rundschau*, 9.10.

Matt, B. v. (1985). Von genauen und von ungenauen Leuten. Martin Walsers Roman „Brandung”. *Neue Zürcher Zeitung*, 20.9.

⁴ Dann hätten die Menschen es nicht nötig, innere Monologe zu führen. Diese Fähigkeit gibt ihnen auf der anderen Seite, trotz aller ihr auch in *Brandung* zukommenden positiven Funktionen, auch die Gelegenheit, zu simulieren und zu lügen.

- Müller, W. G. (1994).** Innerer Monolog. In: *Moderne Literatur in Grundbegriffen*. Hrsg. v. Dieter Borchmeyer u. Victor Žmegač, Tübingen, Niemeyer.
- Neumann, B. (1970).** *Identität und Rollenzwang. Zur Theorie der Autobiographie*. Frankfurt am Main, Athenäum.
- Nünning, A. (Hg.) (2001).** *Metzler Lexikon. Literatur- und Kulturtheorie*. Stuttgart-Weimar, J. B. Metzler.
- Pilipp, F. (1996).** Zur Subjektivität bei Martin Walser. Ansätze zu einer Lacans'schen Interpretation von „Brandung“. In: *Colloquia Germanica. Internationale Zeitschrift für Germanistik*. H. 29, Tübingen u. Basel, Francke, S. 337-349.
- Pulver, E. (1985).** In leichtem Ton über das Schwere schreiben. Zum Roman „Brandung“ von Martin Walser. In: *Schweizer Monatshefte*. H.10, S. 895-901.
- Ross, W. (1985).** Der Sprung durch die Welle. Martin Walsers Roman „Brandung“. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 8.10.
- Siblewski, K. u. Töteberg, M. (1999).** Martin Walser. In: *Kritisches Lexikon zur deutschsprachigen Gegenwartsliteratur*. Hrsg. v. Heinz Ludwig Arnold, München, Verlag edition text+kritik, S. 1-28.
- Uslar, D. v. (1972).** *Psychologie und Welt*. Stuttgart, Kohlhammer.
- Vormweg, H. (1985).** Bittersüß die Schmerzen des Alterns. Martin Walser auf der Höhe all seine Erzählkünste: „Brandung“. *Süddeutsche Zeitung*, 31.8/1.9.
- Walser, M. (2000a).** *Brandung*, Roman. Frankfurt am Main, Suhrkamp Taschenbuch.
- Walser, M. (2000b).** Über das Selbstgespräch. Ein flagranter Versuch. http://www.zeit.de/2000/3/200003_Walser_selbstg.html, S. 1-11, 15.01.02.

