

SOSYAL BİLİMLERDE SEÇME KONULARI 4

EDİTÖRLER

Doç. Dr. Baran ARSLAN

Doç. Dr. Hasan ÇİFTÇİ

YAZARLAR

Prof. Dr. Nihat GÜLTEKİN

Doç. Dr. Abdulkadir GÜZEL

Doç. Dr. Erdem YAVUZ

Doç. Dr. Melih ENGİN

Dr. Öğr. Üyesi Hatice AZTİMUR

Dr. Öğr. Üyesi Hikmet TOSYALI

Dr. Öğr. Üyesi Gökhan KUZUCANLI

Dr. Öğr. Üyesi Görkem İLDAŞ

Dr. Öğr. Üyesi Gülseli Aygöl ERNEK ALAN

Dr. Öğr. Üyesi Kasım KAYA

Dr. Öğr. Üyesi Levent KAYA

Dr. Öğr. Üyesi Mahmut BARAKAZI

Dr. Öğr. Üyesi Nimet HARMANCI

Dr. Öğr. Üyesi Vahap ULUÇ

Dr. Öğr. Üyesi Vefalı ENSER

Dr. Öğr. Üyesi Zerife YILDIRIM

Arş. Gör. Dr. Çiğdem ÇADIRCI

Arş. Gör. Dr. Mehmet ÖZCANLI

Dr. Ebru BARAKAZI

Öğr. Gör. Murat YÜKSEL

Öğr. Gör. Vedat KARAGÜN

Ayşe Cemre BOZDOĞAN

Gülben ÇELİK BOZKAYA

Mehmet Güzel KAYACAN

Sibel ALTUN

Ümran ZAZA



SOSYAL BİLİMLERDE SEÇME KONULAR 4

EDİTÖRLER

Doç. Dr. Baran ARSLAN

Doç. Dr. Hasan ÇİFTÇİ

YAZARLAR

Prof. Dr. Nihat GÜLTEKİN

Doç. Dr. Abdulkadir GÜZEL

Doç. Dr. Erdem YAVUZ

Doç. Dr. Melih ENGİN

Dr. Öğr. Üyesi Hatice AZTİMUR

Dr. Öğr. Üyesi Hikmet TOSYALI

Dr. Öğr. Üyesi Gökhan KUZUCANLI

Dr. Öğr. Üyesi Görkem İLDAŞ

Dr. Öğr. Üyesi Gülseli Aygül ERNEK ALAN

Dr. Öğr. Üyesi Kasım KAYA

Dr. Öğr. Üyesi Levent KAYA

Dr. Öğr. Üyesi Mahmut BARAKAZI

Dr. Öğr. Üyesi Nimet HARMANCI

Dr. Öğr. Üyesi Vahap ULUÇ

Dr. Öğr. Üyesi Vefalı ENSER

Dr. Öğr. Üyesi Zerife YILDIRIM

Arş. Gör. Dr. Çiğdem ÇADIRCI

Arş. Gör. Dr. Mehmet ÖZCANLI

Dr. Ebru BARAKAZI

Öğr. Gör. Murat YÜKSEL

Öğr. Gör. Vedat KARAGÜN

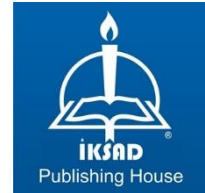
Ayşe Cemre BOZDOĞAN

Gülben ÇELİK BOZKAYA

Mehmet Güzel KAYACAN

Sibel ALTUN

Ümran ZAZA



Copyright © 2022 by iksad publishing house
All rights reserved. No part of this publication may be reproduced,
distributed or transmitted in any form or by
any means, including photocopying, recording or other electronic or
mechanical methods, without the prior written permission of the publisher,
except in the case of
brief quotations embodied in critical reviews and certain other
noncommercial uses permitted by copyright law. Institution of Economic
Development and Social
Researches Publications®
(The Licence Number of Publisher: 2014/31220)
TURKEY TR: +90 342 606 06 75
USA: +1 631 685 0 853
E mail: iksadyayinevi@gmail.com
www.iksadyayinevi.com

It is responsibility of the author to abide by the publishing ethics rules.
Iksad Publications – 2022©

ISBN: 978-625-8405-34-7
Cover Design: İbrahim KAYA
March / 2022
Ankara / Turkey
Size = 16x24 cm

İÇİNDEKİLER

EDİTÖRDEN

ÖNSÖZ

Baran ARSLAN.....1

BÖLÜM 1

1935-1940 YILLARI ARASINDA İSPANYA'DA YAŞANAN SİYASÎ HADİSELERİN TÜRK DIŞ POLİTİKASINA YANSIMALARI

Doç. Dr. Erdem YAVUZ

Öğr. Gör. Murat YÜKSEL.....3

CHAPTER 2

THE PLACE OF CORPORATE REPUTATION AS A MEANS OF COMPETITIVE ADVANTAGE IN INTEGRATED COMMUNICATION

Assist. Prof. Dr. Nimet HARMANCI.....33

BÖLÜM 3

HATA VE HİLE KAVRAMLARI VE HİLENİN ÖNLENMESİNE YÖNELİK YAPILAN DÜZENLENMELER

Öğr. Gör. Vedat KARAGÜN

Doç. Dr. Melih ENGİN.....69

BÖLÜM 4

ŞANLIURFA İLİNDE İNSAN VE DOĞAL ORTAM ETKİLEŞİMİ BAKIMINDAN SARNIÇLAR

Doç. Dr. Abdulkadir GÜZEL.....91

BÖLÜM 5

ÇİZGİ FİMLERDEKİ ŞİDDET OLGUSUNUN ANALİZİ: CARTOON NETWORK ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Üyesi Vefalı ENSER

Sibel ALTUN.....133

BÖLÜM 6

DEMOGRAFİK FAKTÖRLER BAĞLAMINDA ÖRGÜTSEL SİNİZM

Ümran ZAZA

Dr. Öğr. Üyesi Kasım KAYA.....165

BÖLÜM 7

OECD ÜLKELERİNDE ELEKTRİK TÜKETİMİ VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ: PANEL EŞBÜTÜNLEŞME ANALİZİ

Dr. Öğr. Üyesi Levent KAYA.....211

BÖLÜM 8

TÜRKİYE VE TRC 2 BÖLGESİNDE İŞGÜCÜ PİYASASININ GENEL YAPISI İÇERİSİNDE KAYIT DIŞI İSTİHDAM GERÇEĞİNE BİR BAKIŞ

Arş. Gör. Dr. Çiğdem ÇADIRCI.....237

BÖLÜM 9

TÜRKİYE'DE KAMUSAL HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI: GELENEKSELDEN DİJİTALE

Dr. Öğr. Üyesi Gülseli Aygül ERNEK ALAN

Dr. Öğr. Üyesi Hikmet TOSYALI.....263

BÖLÜM 10

DİYARBAKIR METROPOL İLÇELERİNDE HİDROGRAFİK ÖZELİKLERİN TARIMSAL ARAZİ KULLANIMINA ETKİSİ

Arş. Gör. Dr. Mehmet ÖZCANLI.....299

BÖLÜM 11

TERAPATİK REKREASYON

Dr. Ebru BARAKAZI.....345

BÖLÜM 12

GASTRONOMİDE YENİLİKÇİ YAKLAŞIMLAR

Dr. Öğr. Üyesi Mahmut BARAKAZI.....363

BÖLÜM 13

KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE TÜRKİYE’DE TARIM VE KALKINMA

Dr. Öğr. Üyesi Hatice AZTİMUR.....381

BÖLÜM 14

HALKLA İLİŞKİLERDE KURUM İÇİ İLETİŞİM KAPSAMINDA “Çeşitlilik, Hakkaniyet, Kapsayıcılık”

Dr. Öğr. Üyesi Görkem İLDAŞ.....407

BÖLÜM 15

TÜRKİYE’DE SİYASAL İLETİŞİMDE MEDYANIN KAMUOYU ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Dr. Öğrencisi Gülben ÇELİK BOZKAYA

Dr. Öğr. Üyesi Vahap ULUÇ.....443

BÖLÜM 16

İNSTAGRAM UYGULAMASININ GÖRSEL PAYLAŞIM PLATFORMU OLARAK RESİM SANATINDA ETKİN KULLANIMI: EMRE YUSUFİ VE ALİ ELMACI ÖRNEĞİ

Mehmet Güzel KAYACAN

Dr. Öğr. Üyesi Gökhan KUZUCANLI.....471

BÖLÜM 17

EĞİTİM DÜZEYLERİNE GÖRE E-TİCARET ÜZERİNDEN PERAKENDE MAL VE HİZMET ALMA EĞİLİMİ: MULTINOMİAL LOGİT MODEL ANALİZİ

Dr. Öğr. Üyesi Zerife YILDIRIM.....501

BÖLÜM 18

CAM TAVAN SENDROMU

Prof. Dr. Nihat GÜLTEKİN

Ayşe Cemre BOZDOĞAN.....523

ÖNSÖZ

Bilimsel araştırmalarda temel amaç gerçeği keşfetmektir. Ancak gerçeğin her oluş ve işleyişte birbirinden farklı görünümleri mevcuttur. Gerçeği bütün yönleriyle görmek, sadece görüngü düzeyini temsil etmez. Aynı zamanda görünenin ardındaki ilişkiler setini de açığa çıkarmakla meşguldür. Toplumsal yapı ve unsurlarının oluş ve işleyişi hakkında, doğal bir laboratuvar ortamından çekilen ham bilginin işlendiği alanı temsil eden sosyal bilimlerde son yıllarda çok disiplinli çalışmalar önem kazanmıştır. Çok disiplinli çalışmalar, gerçeğin farklı veçhelerini farklı perspektifler ve farklı görme biçimleri ile analiz etmeyi mümkün kılar. Birbirinden farklı araçları kullanarak aynı olgu, olay, işleyişi, deşifre etmek, bilginin çoğaltılması yanında derinleşmesini de mümkün kılacak ve yeni arayışlara kapı açacaktır.

14.03.2022

Editör: Baran ARSLAN

BÖLÜM 1

1935-1940 YILLARI ARASINDA İSPANYA'DA YAŞANAN SİYASÎ HADİSELERİN TÜRK DIŞ POLİTİKASINA YANSIMALARI

Doç. Dr. Erdem YAVUZ¹
Öğr. Gör. Murat YÜKSEL²

¹ Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Sosyal Bilgiler Eğitimi Anabilim Dalı, Erzincan/TÜRKİYE, erdemyavuz_erk@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0003-1011-4864

² Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Rektörlük Uluslararası İlişkiler Birimi, Hatay, TÜRKİYE, m.yuksel@mku.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-9517-6241

GİRİŞ

Tarihsel anlamda köklü ve güçlü bir geçmişe sahip olan İspanya, gerek kendi coğrafyasındaki hâkimiyetiyle gerekse deniz aşırı gerçekleştirdiği yayılma politikasıyla, sömürgesini ve bunun neticesinde kültürünü ve dilini dünyanın farklı bölgelerine taşımış olan önemli bir medeniyetin temsilcisidir. Benzer şekilde Orta Asya’da Oğuzlar, Avrupa’da Hunlar, Anadolu’da Selçuklular ve üç kıtada Osmanlılar adı ile binlerce yıldır var olan ve ismi değişse de cismi değişmeyen Türkler de, kadim bir millet olarak tarih sahnesinin her kesitinde var olmuştur. Bu iki güçlü toplum tarihsel süreçte çeşitli gerekçelerden ötürü tam anlamıyla bir etkileşim içerisine girememiştir. Coğrafi olarak birbirlerinden uzak bir biçimde varlıklarını sürdürmeleri (Yüksel, 2021: 108), dini ve kültürel anlamda farklı özellikler taşımaları ve özellikle 20. yüzyılın başlangıcı itibariyle kendi iç meseleleri ile ilgilenmekten dolayı dış dünyaya mutlak bir şekilde yönelememeleri gibi birtakım etmenler bu etkileşimin reel anlamda sağlanamamasına neden olmuştur. 1930’lu yıllarla birlikte mezkûr iki ülke arasında sıcak temaslar oluşmaya başlamış ve hem Türkiye’nin Milletler Cemiyeti’ne katılım sürecinde İspanya’nın öncü bir rol üstlenmesi hem de İspanya’da meşru hükümet ile General Franco arasındaki siyasî çatışmalarda Türkiye’nin süreci yakından takip etmesi, ikili ilişkiler açısından yeni bir dönemi beraberinde getirmiştir.

Ele aldığımız çalışma tam olarak bu dönemi irdelemeyi amaçlamakta ve bu doğrultuda 1935-1940 yılları arasında Türkiye ve İspanya’da yaşanan gelişmelerden yola çıkarak iki ülkenin ilişkilerini

gözlemlemektedir. Bu itibarla, öncelikle ilgili yıllarda Türkiye Cumhuriyeti'nde yaşanan politik gelişmeler ele alınmış ve Atatürk liderliğindeki ülkenin iç ve dış siyasetteki prensipleri çerçevesinde karşılaştığı durumlar ve dönüt olarak göstermiş olduğu reaksiyonlar kronoloji disiplinine riayet edilerek incelenmiştir. Daha sonra çalışmanın merkezini teşkil eden beş yıllık süreçte, İspanya'da vuku bulan hadiseler genel tarama modeli yoluyla değerlendirilmiş ve özellikle ilgili süreçte gerçekleşmiş olan “*İspanya İç Savaşı*” üzerinde kapsamlı bir biçimde durulmuştur. Son olarak da iç savaş sebebiyle siyasî ve iktisadî bir buhran yaşayan İspanya'nın yaşadığı bu sancılı geçiş döneminin Türkiye'de siyasî anlamda nasıl bir yankı uyandırdığının yanıtı aranmıştır. Bu bağlamda, meşru hükümet olan Halk Cephesi ile dış güçlerin desteğini arkasına alan General Franco arasında siyasî ve kaotik hadiselerle karşı Atatürk'ün mantalitesine ve vermiş olduğu reaksiyona dikkat çekilmiştir.

1. 1935-1940 YILLARI ARASINDAKİ SÜREÇTE TÜRK DIŞ POLİTİKASINDAN İZLENİMLER

İncelenen dönem, şartlar itibariyle bir buhranın hâkim olduğu ve Avrupa'yı tesiri altına alan ırkçı söylemleri ile bilinen Hitler ve Mussolini gibi aktörlerin tarih sahnesine çıktığı bir süreci temsil etmektedir. Bu süreç içerisinde Atatürk önderliğindeki Türkiye Cumhuriyeti yönetimi, iç meselelerinde olabildiğince az problem dış ilişkilerinde ise dostluk göstergelerinin tezahürü olan barışçıl anlaşmalar ile varlığını güçlü bir biçimde sürdürme gayretinde olmuştur. Bu doğrultuda gerek doğu bloğu ülkeleri gerekse batı dünyası

ile yürütülen ilişkiler bu mantalite çerçevesinde sürdürülmüştür (Gönlübol ve Sar, 1990: 88). Zira sözü edilen dönemde Türkiye açısından gerçekleşen gelişmeler irdelendiğinde, tercih edilen dış siyaset vizyonunun somut anlamda başarılar getirdiği aşikârdır. Atatürk'ün temel prensiplerinin uygulamaya geçmesiyle elde edilen bu politik başarılar, dönemin konjonktürü gereği uzun vadeli bir yaygın etkiyi de beraberinde getirmiştir.

Atatürk'ün temel prensipleri, gerek içeride gerekse dışarıda millî istikbalin muhafazası için evrensel anlamda hukukun gözetimi ve dengeli bir dış siyaset olarak öne çıkmıştır. Özellikle gerçeklik olgusu Atatürk'ün iç ve dış politika mantalitesi için ekstra bir önem arz etmiştir. Bununla birlikte Atatürk'ün dış politikadaki genel anlayışı, hedeflenen sınırlar bağlamında devlet mekanizmasının güçlenmesi üzerine olmuştur. Dolayısıyla bu konudaki kararlılığını idari anlayışına da yansıtmıştır. Öte yandan barışçılık anlayışı, ülkenin özellikle dış politikadaki tutum ve hamleleri için önemli bir gösterge niteliğindedir. Zira bu göstergenin dışa vurumu olarak Milletler Cemiyeti'ne katılım sağlanmış; Balkan, Akdeniz ve Sadabat paktlarının oluşturulmasında etkin rol üstlenilmiştir (Bıyıklı, 2008: 350-351).

Söz konusu dönemde Türk dış politikası için boğazlar hususu ayrı bir önem arz etmiştir. Öyle ki Türkiye'nin politik, askerî ve stratejik anlamda önem arz eden boğazlar konusunda, tavizden uzak bir tavır mevcut olmuştur. Bu perspektifte Türk boğazlarında daimi hâkimiyet kurma ilkesi Misak-ı Millî de kabul edilmiş, Lozan Barış Konferansında savunulmuş; ancak denetimi tam anlamıyla

sağlanamamıştır. 1936'da Habeşistan İtalya tarafından işgal edilince, Türkiye 10 Nisan 1936'da iki ülkeye de nota vererek *“Avrupa'daki buhranların 1923 Boğazlar Sözleşmesi ile Boğazların güvenliği için verilmiş kolektif garantiyi artık işlemez hale getirdiğini belirterek, kendi güvenliği, savunması ve egemenlik haklarının korunması bakımında bu statünün değiştirilerek Boğazların askerileştirilmesini”* istemiştir. İlgili sürecin neticesi olarak Montrö Boğazlar Sözleşmesi 20 Temmuz 1936'da imzalanınca Türkiye uluslararası diplomasi başarısı sağlayarak boğazlar meselesini çözüp jeopolitik ve stratejik bütünlük sağlamıştır. Türk dış politikası için ciddi bir başarı kabul edilen bu antlaşma sonrası Türkiye; mevcut konumu itibariyle bölge dengeleri noktasında yetkin duruma erişmiştir. Bu başarı ile ülke için yeni bir dönemece girilmiş ve özellikle İngiltere açısından Türkiye'nin mevcut değeri dünya ve bölgesel dengeler noktasında yeniden anlaşılmıştır (Dinç, 2008: 18-20).

Atatürk'ün ölümünün ardından ülkenin başına geçen ve Millî Şef olarak adlandırılan dönemin baş figürü olan İsmet İnönü, deyim yerindeyse ayağının tozu ile İkinci Dünya Savaşı'nın arifesiyle karşılaşmıştır. Ülkenin savaş ortamında yer almasına sıcak bakmayan ve bu doğrultuda bir politika izleme eğiliminde olan İnönü, Türkiye'nin savaşta alacağı rolü ve savaşla ilgili düşüncelerini şöyle değerlendirmiştir (Meram, 2008: 42): *“Kendi emniyetimiz ve müşterek sulh ve emniyet idealini takviye edecek taahhütlerden çekinmeyeceğiz. Komsularımıza gelecek tehlikeleri, bir adım sonra bize gelecek gibi önlemek için iktidarımızda olan tedbirleri alacağız.”* Dolayısıyla

ülkenin mevcut durumunu yakından takip eden ve olası bir savaşta herhangi bir tarafta yer almanın ülke açısından riskler teşkil edeceğinin farkında olan İnönü, gerekirse ikili antlaşmalarda yer alınabileceğini ancak savaşın içerisinde yer almaktan kati suretle kaçınılacağını belirtmiştir (İlyas ve Turan, 2012: 321).

2. 1935-1940 YILLARI ARASINDA İSPANYA’NIN SİYASİ DURUMU

İspanya açısından 1930’lu yıllar irdelendiğinde, özellikle işçi sınıfının olumsuz anlamda etkilenmiş olduğu ve bu problemlili ortamın ülkedeki büyük şehirlerde baş gösterdiği gözlemlenmiştir. Bu vahim durumun neticesinde de sınıflar arası çatışmalar kaçınılmaz hale gelmiştir. İlgili yıllarda mevcut olan *İkinci Cumhuriyet* döneminde, yine halkın ve yine işçi sınıfının açlık ve sefalet içinde boğuştuğu bir ortam söz konusudur. Bu şartlar eşliğinde bir de iç savaşın patlak vermesi, göç hızını arttırmış ve böylece göçmen nüfusun da dâhil olmasıyla ülke için endişe verici bir döngüye girilmiştir. Ülkenin nüfus anlamında yoğun bir bölgesi olan Katalonya’daki halk, ülkenin diğer bölgelerinden gelenlere tepki göstermiş olsa da, yaşanan soygun ve yağmalama suçlarında tüm suçun göçmen halka atılması gerçekçi değildir. Dolayısıyla bu yıllarda hızla artış gösteren ölümcül düzeydeki açlık ve yoksulluk durumunun da suç unsuru için kışkırtıcı bir etkiye sahip olduğunu söylemek gerekir (Gökşenli, 2013: 143).

Ülkede iç savaş öncesi dönem değerlendirildiğinde; İspanyol siyasî yaşamının Cortes dışında da temsil edilir durumda olduğu

görülmektedir. Dönemin mevcut kitle partileri olan CEDA ve PSOE'nin etkili birer gençlik yapılanmasına sahip olduğu bilinmektedir. CEDA'nın gençlik örgütü konumunda olan JAP, Nazilerin anti-semitik terminolojilerini, İspanyol Mason ve Marksistlerini deyim yerindeyse yok etmek amacıyla kullanmıştır. Bu yapılanmanın başında yer alan Suñer, İspanya'nın adeta yok olmak üzere olan konvansiyonel değerlerini yeniden hayata geçirmek için Antiparlamentarismo adlı toplantılar organize etmiştir. Diğer yandan Juventud Socialista, komünistlerin sosyal demokratları tanımlamak için sarf ettiği sosyal faşistler söylemini, PSOE'nin ılımlı kanadının başında yer alan Prieto ve Besteiro'yu hedef alarak ve bu liderleri tanımlamak için kullanmıştır (Salman, 2003: 109).

İç savaş öncesi süreçte İspanya'da cumhuriyet, genel bağlamda toplumun önemli bir çoğunluğu tarafından destek görmüştür. Hatta yakın gelecekte gerçekleşecek olan iç savaşın merkezinde yer alarak bu sürecin baş figürü olacak olan askerler dahi cumhuriyet sürecini desteklemişlerdir. Ancak bu destek ne yazık ki uzun vadeli olmamıştır. Nitekim ilk olarak ordu, desteğini geri çekerek cumhuriyete karşı başarısız bir darbe kalkışmasında bulunmuştur. Öte yandan, Cumhuriyetçiler iktidar sahibi olup yönetime geçtiklerinde; Amerika, İngiltere ve faşist ülkelerde endişe ve şüpheli bir yaklaşımla karşılanmış ve bu doğrultuda gerekli desteği elde edememişlerdir. Bu duruma zemin hazırlayan husus olarak; mevcut iktidarı sol ideolojideki grupların temsil etmiş olması ve dolayısıyla Sovyetlerle yakınlaşma potansiyelinin söz konusu olması gösterilebilir. Zira ilgili süreçte, sağ

ideolojinin yönetim sahibi olduğu dönemlerde, faşizmin etkin olduğu ülkelerden kayıtsız ve şartsız destek sağlanmıştır (Aladağ, 2011: 27).

1935 yılına gelindiğinde, Halk Cephesi'nin liberal Cumhuriyetçi kanadını temsil eden partilerin bir araya geldiği görülmüştür. Öncelikle cumhuriyetin ilk iktidarında yer alan Azaña ve Marcelino Domingo'nun partileri Cumhuriyetçi Sol adında tek bir partide bir araya gelerek yürütme çalışmalarına başlamışlardır. Meydana gelen bu oluşum, Azaña ve Domingo'nun daha önce beraber çalışmış oldukları Galiçya'lı liberalleri temsil eden Casares Quiroga'nın parti düzeyinde katılım göstermesiyle gücünü önemli derecede arttırmıştır. Asturyas isyanı akabinde Lerroux'tan uzaklaşan radikallerin, Martinez Barrio'nun öncülüğünde örgütlemiş oldukları parti ve Felipe Sanchez'in partisi olan Nacional Republicana ile bir araya geldikten sonra Azaña'yı da yanlarına alarak bu üç partinin ortak bir biçimde hareket etmesi noktasında bir program oluşturmuşlardır. Bu durumun neticesinde, daha önce San Sebastian paktında gerçekleşmiş olan cumhuriyetçi ve liberal ittifakı meydana gelmiştir (Salman, 2003: 110).

Bu gelişmelerin yaşandığı yıllarda, ülke genelinde kapitalizm etkisi söz konusu olmasına rağmen, kırsal bölgelerde feodal yapının varlığını sürdürüyor olması, kapitalizmin yaygınlaşmasının önünde adeta bir set oluşturmuştur. Bu doğrultuda, özellikle işçi ve çiftçi sınıfının öncülük edeceği bir feodal yapının tam anlamıyla ortadan kaldırılması niyeti gündeme gelmiştir. Nitekim ikinci cumhuriyet döneminin iktidarı ile birlikte bu devrimin gerçekleşmesine yönelik ilk hamle gerçekleşmiştir (Salman, 2003: 112). Böylece gerek İspanya gerekse tüm Avrupa ve

dünya için kaçınılmaz bir iktisadî anlayış olacak olan kapitalizm olgusunun, ülkedeki buhrana rağmen varlığını giderek güçlendirmek amacıyla mevcut iktidarları kullanma potansiyeli bir kez daha gün yüzüne çıkmıştır.

İç savaş öncesi İspanya'da ülke topraklarının önemli bir bölümü nüfusun yalnızca yüzde birlik kısmının elinde olmuştur. Ayrıca ordu, mutlak yetkiye sahip olan papa yanlıları ile birlikte monarşi bekleyen tarafların kalesi niteliğinde görülmüştür. Dolayısıyla çıkarlarına aykırı gelen reform hareketlerinin karşısında duran rahipler ve gerek subay sınıfının gerekse mal varlığı ile donatılmış toprak sahiplerinin bulunduğu bir toplumsal tabaka mevcut olmuştur (Çilliler, 2013: 154). Adeta durum tespiti niteliğinde olan bu sosyal yapının ülkeyi sürüklemiş olduğu iç savaş, İspanya için siyasî, ekonomik ve toplumsal bir çıkmazı da beraberinde getirmiştir. Adım adım yaklaşılan iç savaş sürecinde sürekli değişen siyasî mekanizma da ülke açısından ayrıca yıpratıcı olmuştur. Cumhuriyetçi ya da Liberal iktidarlar öncülüğünde sıklıkla gerçekleşen siyasî seçimler, istikrarsızlığı ve böylece toplumsal bağlamda bir güvensizliği ortaya çıkarmıştır.

Bu tablo çerçevesinde gerçekleşen genel seçim, 16 Şubat 1936'da yapılmış ve açıklanan resmi sonuçlar, Halk Cephesi'nin, Cortes'te önemli bir çoğunluğu elde ettiğini göstermiştir. Seçim sonuçlarının akabinde gündemi teşkil eden bir diğer konu ise bu koşullar içerisinde sağ örgütlerin nasıl bir strateji izleyeceği hususu olmuştur. Zira birtakım söylentiler ülke genelinde yayılmaya çoktan başlamıştır. Bu söylentiler bağlamında General Franco'nun Başbakan Portela ile

görüşme gerçekleştirip seçimlerin iptali için harekete geçmesi gerektiğini söylediği ve ayrıca CEDA yetkililerinin de Franco'ya bir askerî darbe gerçekleştirilmesini tavsiye ettiği iddiaları hâkim konuma gelmiştir. Bu iddialar hızla yayılırken Alcala-Zamora hiç vakit kaybetmeden Azaña'yı hükümeti kurmakla görevlendirmiş ve yeni kabinenin hızlı bir biçimde oluşturulmasına zemin hazırlanmıştır. Bu süreçte dikkat çeken husus ise isimleri darbe ile özdeşleşen ve ayrıca Asturyas isyanının bastırılmasında önemli rol üstlenen General Franco'nun Kanaraya Adalarına, General Goded'in de Balear Adalarına tayin edilerek başkentten uzaklaştırılmış olmalarıdır (Salman, 2003: 119-120). Hâlbuki başkent Madrid'den bu uzaklaşma durumu, ülkenin kaderini belirleyecek olan Franco için belki de geri dönüşün ilk adımını teşkil etmiş ve Franco, başkente bu defa bambaşka bir kimlikle dönerek ülkeyi demokrasiden uzak bir biçimde uzun yıllar baskı altında tutacağı dönemlerin ilk sinyalinin vermiştir (Hugh, 1964: 99; aktaran Salman, 2003: 119-130).

İspanya için söz konusu olan bu siyasî süreç, esasında Avrupa genelini önemli ölçüde etkileyen faşizm mantalitesinin bir uzantısıdır. Zira İkinci Dünya Savaşı öncesinde, özellikle İtalya ve Almanya gibi Avrupa'nın güçlü ülkelerinde baş gösteren faşizm rüzgârı, siyasî jargonda sağ görüş ile ilişkilendirildiğinden dolayı, İspanya'da da sağ ideoloji açısından bu anlayış hâkim olmuş ve seçim neticelerinde sol cenahın iktidarı ele geçirmesi yalnızca İspanyol sağı için değil, Avrupa sağı için de endişe verici bir durumu beraberinde getirmiştir.

Görüldüğü üzere Avrupa'yı kasıp kavuran faşizm rüzgârı sol cenahtan yana tavır sergileyen kesimleri bile kara propaganda ile fikri baskı altına alarak saf değiştirmeye zorlamıştır. Yaşanan bu sancılı süreç, genelde Avrupa ve özelde İspanya açısından bir dizi siyasî çıkmazları beraberinde getirerek, dikta rejiminin tabiri caizse toplumsal yapıya dayatılmasına zemin hazırlamıştır.

Esasında iç savaşa giden süreç, Halk Cephesi'nin neredeyse solun tamamını birleştirerek (anarşistler haricinde) sağ blok karşısında seçimlerde başarı göstererek büyük bir meclis çoğunluğunu elde etmesi neticesinde ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla solun kazanmış olduğu bu başarı, sağ kesim içerisinde radikalleşmeye yönelik bir hareketlenmeye fırsat sağlamıştır. Bununla birlikte monarşist sağcı lider Calvo Sotelo ve Franco, seçimi kaybetmesine rağmen anayasa gereği görevini bir süre daha devam ettirecek olan sağcı hükümetin yönetiminin başkanına, ülkede sıkıyönetim ilan edilmesi hususunda baskı yapmış olması, ülkeyi İç Savaş sürecine sürükleyen önemli bir etmen olmuştur (Paz, 1996: 253; aktaran Aladağ, 2011: 29). Yaşanan bu durum, demokrasinin ve doğal olarak seçim sonuçlarının adeta hiçe sayılmasının yanı sıra halkın iradesine vurulmuş olan fikri darbenin ta kendisi olmuştur. Ülkeyi siyasî buhrana sürükleyen bu zihniyetin arka planında benzer ideolojinin yaygın olduğu Avrupa ülkelerinin yer alması ise bugün aynı toplulukta yer alan söz konusu ülkeler açısından trajik bir hatırat olarak kayıtlara geçmiştir.

2.1. İspanya ve İç Savaş

General Franco öncülüğündeki ordunun önde gelen liderlerinin 17 Temmuz 1936'da İspanyol Fas'ında gerçekleştirdikleri ayaklanma ile beraber İspanya'daki iç savaşın fitilinin ateşlendiğini söyleyebiliriz. Bununla birlikte General Mola'nın Melilla'da başlattığı ayaklanma İspanya geneline sıçrayınca ve bunun neticesinde ordu birlikleri önemli ölçüde darbenin yanında olunca, bu girişim Sevilla, Navarra, Cordoba ve Galicia gibi kentlerde başarıya ulaşmıştır. Ancak, ayaklanmanın başlangıç aşamasında ordu önemli bir yol kat etmesine rağmen, cumhuriyet yönetimine karşı net bir üstünlük sağlanamamıştır. Nitekim iç savaşın başlangıç yılı olan 1936'nın Temmuz ayı bitmesine karşın ordu birliklerinin Katalonya, Austria ve Bask Bölgesi'nde hâkimiyet sağlayamadıkları ve bu bölgelerin halen daha cumhuriyet hükümetinin kontrolünde olduğu görülmüştür. Yine de Navarra, Kastilya ve Aragon bölgelerinde üstünlük sağlanabilmiştir. Ülkeyi siyasî ve toplumsal bağlamda uçuruma sürükleyen bu süreç aynı zamanda iktisadî anlamda da İspanya için büyük bir hüsrana yol açmıştır (Aladağ, 2011: 30-31). Dolayısıyla bu savaşın ülke geleceği için kalıcı hasarlar bıraktığını ve yeni kuşaklar için her ne kadar ülke demokrasiye ulaşip düzlüğe çıkacak olsa da özellikle bilinçaltı dünyalarında kara bir dönem oluşturduğunu söylemek mümkündür.

Nitekim bu süreç sosyologların üzerinde ayrıca değerlendirme yapmaları gerektiği bir kargaşa döngüsünü barındırmakta ve diğer ülkeler için ders alınması gereken hassas süreçler içermektedir. Dolayısıyla 1936-1939 İspanya İç Savaşı; iktisadî gelişmeler, toprak

sistemi, işçi sorunları, dini meseleler, Katalan ve Bask bölgelerindeki milliyetçilik akımları ve özellikle Almanya ve İtalya'daki faşist rejimin doğrudan etkileri gibi çeşitli unsurların çerçevesinde değerlendirilmesi gerek bir süreci teşkil etmektedir (Vilar, 2007: 12-42; aktaran Çilliler, 2013: 154). Bu süreçte çeşitli boyutlarda Franco döneminin neredeyse tüm önemli aktörlerinin mevcut olduğu görülmüştür. Dolayısıyla politika ve demokrasi algısı da bu aktörlerin etkisi altında değişime uğramıştır (Korkmazarslan, 2007: 93).

Söz konusu iç savaşın başlangıç süreci irdelendiğinde, General Franco'nun başkent Madrid'de bulunan meşru Halk Cephesi yönetimine karşı yürütülen ayaklanmaya öncülük etmesi ve bunun akabinde kısa süre içerisinde İspanya'nın batı ve güney bölgelerine hâkim olması ile İspanyol idaresinin oldukça endişelendiği sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu durumun neticesinde Valencia şehrine çekilen idari yönetim bu ayaklanmayı bastırmak için mücadele sarf etmiştir. İşte yaşanan bu gelişmeler bağlamında İspanya'nın somut olarak üç yılına etki gücü olarak onlarca yılına mal olacak olan iç savaş süreci başlamıştır (Sander, 2011: 55). Özet olarak; Hitler ve Musolini gibi Avrupa'da diktatörlük sürecinin baş aktörü konumundaki isimlerin mutlak desteği neticesinde, General Franco komutasındaki güçlerin demokratik bir seçim sonucu iktidara gelen Cumhuriyetçi Halk Cephesi koalisyonuna karşı ayaklanma başlatması sonrası ülkede iç savaş fiilen başlamıştır (Yılmaz, 1998: 360).

İspanya'da İç Savaşın başlaması ile beraber Cumhuriyetçi yönetim bölgesi ve asilerin yönetimi altındaki bölge olmak üzere ülkede ikili bir

yönetim yapısının meydana geldiği görülmüştür. Özellikle Halk Cephesi'nin kontrolünde yer alan bölgede, İspanyol tarihinin deyim yerindeyse en kapsamlı ve en etkin sosyal devrimi gerçekleşmiştir. 1936'nın ikinci yarısında gerçekleşen bu sürecin en belirgin yönü ise Gabriel Jackson'un deyişiyle “*eşitlik talebi ile yerel ve kollektif otoritenin benimsenmesi*” olmuştur (Jackson, 1965; aktaran Salman, 2003: 297). Oluşan bu etkinin yanı sıra İspanya İç Savaşı, aynı zamanda toplumsal bir tabakalaşma unsuru ve etkin bir sınıf çatışması olarak da lanse edilmektedir. Ayrıca millîyetçi bir çatışma, bir din savaşı, diktatörlük ve demokrasi savaşı ve özellikle faşizm ile komünizmin ilk karşılaşması olarak da nitelendirilmektedir (Aktaş, 2014: 297).

Bu tanımlamalar çerçevesinde devam eden İç savaş esnasında 1937 yılı itibariyle küresel ölçekte bir etki oluşturan önemli bir gelişme yaşanmıştır. Ülkenin demokratik seçimler bağlamında meşru yönetim sahibi olan Halk Cephesi birlikleri tarafından 1937'nin Mayıs ayında Alman kruvazörü Deutschland batırılmış ve yine bir Alman kruvazörü olan Leipzig bombalanmıştır. Bununla birlikte Akdeniz açıklarında İngiliz, Sovyet, Fransız ve İspanyollara ait birçok ticaret gemisi, hangi ülkeye ait olduğu tespit edilemeyen denizaltıların saldırısı ile karşılaşmıştır. Oluşan bu tablo neticesinde, iddialara göre İtalyan birlikleri ve Franco güçlerinin mani olması neticesinde, Sovyetler Birliği'nin İspanya yönetimindeki Halk Cephesi'ne ulaştırmak istediği yardım desteği engellenmiştir. Uluslararası düzeyde önemli bir etki oluşturan ve birçok ülkeyi konunun muhatabı haline getiren bu süreç neticesinde, gizemli saldırıların Çanakkale Boğazı'na da ulaşmasıyla

Akdeniz’de bir güvenlik meselesi olduğu kanaatine varılmış; İngiltere ve Fransa öncülüğünde 10 Eylül 1937’de Nyon’da önemli bir konferans düzenlemiştir. İspanya’nın davet edilmediği bu konferansın neticesindeki anlaşmaya göre Akdeniz bölgelere ayrılmış; İngiltere, Fransa ve İtalya gibi öncü devletlere güvenliği oluşturma noktasında tam yetki verilmiştir (Aladağ, 2011: 32). İspanya iç savaşının art nedenleri arasında gösterilen İtalya’nın diğer iki ülke gibi Akdeniz’de tam yetkiye ulaştırılması, ilgili süreci İspanya açısından daha karmaşık bir hale dönüştürmüştür ve elbette ki Franco ve birliklerinin işini kolaylaştırmıştır.

Yaklaşık üç yıl süren ve 17 Temmuz 1936’da başlayıp 1 Nisan 1939 tarihinde Franco liderliğindeki isyancı askerlerin kazanması ile neticelenen İspanya iç savaşında Hitler, Mussolini ve Salazar destekli yapı Halk Cephesi’ni yenilgiye uğratarak ülke için önemli bir kırılma noktası oluşturmuş ve bu noktanın baş aktörleri İspanya’yı demokratikleşme sürecinin dışında bırakmıştır. Armaoğlu’nun (2010) da ifade gibi “*İspanya iç savaşında milliyetçilerin Doğu Akdeniz’de yeni bir müttefiği daha ortaya çıkmıştır.*” İspanya’daki iç savaşın önemli bir neticesi olarak ülkede liberallerin tasfiye edilmiş olması gösterilebilir. Mevcut iç savaş sürecinde Franco ve birliklerini desteklemiş olan büyük toprak sahipleri, Halk Cephesi döneminde kaybetmiş oldukları topraklarını yeniden elde etmekle beraber ülkedeki küçük ölçekli çiftçiler ve topraksız işçiler üzerinde de önemli bir imtiyaza sahip olmuşlardır. Ekonomik anlamda adeta bir uçurumun meydana geldiği ve zengin ile fakir arasında ciddi farkın oluştuğu

Franco yönetimiyle beraber ülke için uzun ve sancılı bir dönem başlamıştır (Salman, 2003: 157).

Sonuç olarak özelde İspanya'yı genel anlamda da Avrupa coğrafyasını etkilemiş olan İspanya İç Savaşı; emek ve sermayenin karşı karşıya geldiği, yalnızca İspanyol halkının değil aynı zamanda dikta rejimine karşı çıkan tüm insanlığın mücadelesi olarak kabul edilmektedir. Zira emperyalist güçler bu iç savaş üzerinden deyim yerindeyse İkinci Dünya Savaşı'nın hazırlığını yapma girişiminde bulunmuşlardır (Aydoğdu, 2014: 35-36). Ama kaderin cilvesi olmalıdır ki İspanya'daki iç savaş sürecinde Franco yönetimine verdiği destekle ülkenin siyasî ve sosyal bir kaosa sürüklenmesine bir nevi sebep konumunda olan Hitler yönetimi, bu iç savaşın akabinde gerçekleşen İkinci Dünya Savaşı'nda Rusya karşısında nispeten de olsa ağır hasar almış ve yine bu siyasî hamlelerin ceremesini masum insanlar çekmiştir. Uzun yıllar doğu ve batı bloğu şeklinde ikiye bölünmüş vaziyette yaşayan ülke, tıpkı İspanya'daki faşist ve liberal ayrımı gibi benzer kaderi paylaşmıştır. Mussolini yönetimindeki İtalya'da da halk büyük sıkıntılar çekmiş ve nihayetinde tüm bu diktatörler tarih sahnesinden silinmiştir.

3. İSPANYA'DA YAŞANAN BUHRANA TÜRKİYE'DEN BAKIŞ

Tarih boyunca dünya sahnesinde iz bırakmış olan iki önemli medeniyetin temsilcisi olan Türkler ve İspanyollar, 20. yüzyılın başlaması ile birlikte eski şatafatlı günlerinden uzak bir biçimde, dönemin de şartları gereği, çatışmalar ve savaşlar üçgeninde mücadelesini sürdürmüştür. Türkler açısından değerlendirildiğinde,

600 yılı aşkın bir devrin çınarı olan Osmanlı'nın devamı niteliğindeki savaş yorgunu ve yeni bir sayfanın sahibi olan Türkiye Cumhuriyeti mevcut olmuştur. Bu Cumhuriyet, Atatürk önderliğinde ve barışçıl politikalar perspektifinde yoluna devam eden ve bu sayede gerek yakın komşuları ile gerekse evrensel anlamda tüm dünya ile dostça ilişkiler sürdürmeyi hedefleyen ve elbette ki çıkarlarından da taviz vermeyen bir çizgide ilerlemiştir. Her ne kadar iç ve dış sorunlar açısından birtakım problemler yaşanmış olsa da dönemin koşulları dikkate alındığında nispeten daha az problemlili bir ülke görüntüsü hâkim durumdadır.

Benzer şekilde tarih sahnesinde uzun yıllar etkin bir biçimde söz sahibi olan ve sömürgelerini dünyanın çeşitli yerlerine taşıyarak gittiği topraklarda iz bırakan denizci millet İspanyollar da Avrupa'yı etkisi altına alan; özellikle İtalya ile Almanya'da boy gösterip çevre ülkelere de sıçrayan ırkçı akımın etkisiyle kritik bir dönemeçten geçmiştir. Zira hem iç meseleler noktasında yaşanan ekonomik buhran hem de dış güçlerin etkisiyle ülke siyasetine doğrudan yansıyan politik çatışmalar ve bunun sonucu ortaya çıkan istikrarsızlık durumu İspanya için oldukça sıkıntılı bir süreci meydana getirmiştir. Bu problemlili süreç içerisinde sürekli tekrarlanan seçimlerin tezahürü olarak faşizm ve anarşizm akımları, ülke için içinden çıkılmaz bir hal almıştır. Bu bağlamda Almanya ve İtalya destekli General Franco yanlıları ile Sovyet Rusya destekli Halk Cephesi yanlıları sürekli kargaşa içerisinde olmuştur. Yaşanan bu kargaşa durumu doğrudan İspanyol toplumunu etkileyip ülkeyi açlık ve sefaletle baş başa bırakmıştır.

Bu şartlar altında ayakta kalmaya çalışan iki köklü toplum özellikle 1924 ve 1936 yılları arasında kendi meseleleri ile ilgilenmekten dolayı, ikili ilişkiler anlamında birbirlerinden uzak bir yaşam sürdürmüşlerdir. İspanya için bir kırılma noktası olan İspanyol İç Savaşı gelip çatdığı vakit Türk-İspanyol ilişkileri de yeni bir boyut kazanmıştır. Bu doğrultuda İspanyol İç Savaşına yabancı ülkelerin müdahale etme girişimlerini engellemek adına Londra Komitesi'nce alınan karar gereği Türk hükümeti tarafından boğazlardan geçecek deniz araçlarıyla ilgili olarak çok sıkı tedbirler alınmış ve ülkenin kaderini başka ülkelerin tayin etme gayretinin önüne geçilmiştir (Lezcano, 1991: 218-219)

Özellikle politik ilişkiler bağlamında birbirlerinden uzak bir durumda olan her iki ülke bu duruma rağmen, kısıtlı da olsa, dostça ilişkiler sürdürmüştür. Nitekim Türkiye'de cumhuriyetin ilan edilmesinden hemen önceki dönemde, askerî bir darbeyle yönetimi değişen İspanya için General Primo de Rivera liderliğinde bir dikta idaresi başlamıştır. General Rivera yönetimindeki İspanya, Türkiye Cumhuriyeti resmi olarak ilan edildikten sonra her ne kadar iki ülke farklı rejimlerle idare edilse de bu cumhuriyet rejimini yani Türkiye'yi resmi olarak tanımış ve iki ülke arasında bu dönem boyunca olumlu ilişkiler gerçekleştirilmiştir. Ülkeler arasındaki bu yetersiz ilişkinin esas nedeni ise ilgili süreçte her iki ülkenin de kendi iç meselelerine yoğunlaşmış olmasıdır. Bununla birlikte gerek tarihsel anlamda farklı kulvarlarda hareket etmiş olmaları gerekse coğrafi anlamda birbirlerine uzak olmaları Türkiye ve İspanya arasındaki etkileşim boyutunu asgari düzeye indirgemıştır (Aladağ, 2011: 71). Her iki toplumun kültür ve

inanç bağlamında çok farklı özelliklerde olması da bu süreçte ilişkilerin kısıtlı kalmasına zemin hazırlamıştır.

Türkiye ile İspanya arasındaki ilk diplomatik yakınlaşma 1924 Dostluk Anlaşması öncesinde vuku bulmuştur. Zira 5 Kasım 1923 tarihinde İspanya maslahatgüzarı vesilesi ile İspanya lideri Primo de Rivera'dan Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu ve lideri Atatürk'e cumhuriyetin kuruluşunu tebrik etme gayeli bir ileti sunulmuştur. Atatürk de bu mesaja karşılık olarak 28 Kasım tarihinde bir teşekkür mesajı göndermiştir (Şimşir, 2001: 15-16). İlerleyen yıllarda Türk dış politikasının izlediği stratejik yol haritası, dönemin koşulları gereği 1930'lu yıllara girilmesiyle beraber değişim göstermiş ve özellikle bölgede cereyan eden gergin ortamın tesiriyle, Türkiye de birçok ülke gibi Milletler Cemiyeti'ne katılım sağlama kararı almıştır. Bu katılımın ancak bir davet ile mümkün olabileceğini belirten Atatürk'ün bu beklentisi karşılığında İspanya heyeti 6 Temmuz 1932 tarihli oturumunda Yunanistan ile birlikte hareket ederek, Türkiye'nin Milletler Cemiyetine dâhil olması için davet edilmesi gerekliliğini bildirmiştir. İspanya'nın Yunanistan destekli bu önerisinin kabul edilmesi ile birlikte Türkiye Cumhuriyeti, Milletler Cemiyeti'ne katılmıştır (Oran, 2005: 311). Bu katılım sonrası gerek İspanya ile gerekse ilişkilerin nispeten daha problemlili olduğu Yunanistan ile sıcak sayılabilecek bir bağ ortamı hayat bulmuştur.

İspanya'da iç savaşın cereyan etmesiyle beraber Katalonya bölgesinde sürecin izlenimleri resmi kanallar aracılığıyla Türkiye Cumhuriyeti hükümetine ulaştırılmıştır. Nitekim 22 Ekim 1936 tarihinde Dışişleri

Bakanlığı tarafından, Başbakanlık makamına Barselona Başkonsolosu Fuat Carım'ın raporu sunulmuştur. İlgili raporda dikkat çekici olarak şu ifadelerin yer aldığı görülmüştür (Sertel, 2015: 282):

“Raporda; İspanya'daki iç savaşta hükümet yanlılarının, asilere karşı üstün olduğu ve bu durumun Fransa ve Sovyet Rusya hükümetlerince arzu edildiğini, iç ve dış sebeplerden dolayı Fransa'nın Cumhuriyetçilere yardım edemediği, Rusya'nın da çeşitli sebeplerden dolayı yardım yapamadığı ancak durumun değiştiği ve Rusya'nın Katalonya işçi partilerini derleyip toplama işini bilfiil üzerine aldığı, bunun için önemli bir kişiyi Barselona Başkonsolosu yaptığı belirtilmiştir. Raporda bazı çekinceleri olan Rusya'yı bu konuda Fransa'nın teşvik ettiği, Katalonya hükümetinin de bu durumu olumlu karşıladığı, ancak hükümetin tamamen sosyalist olmadığı, İçişleri, Dışişleri, Eğitim ve Maliye bakanlıklarının sosyalist olmayan partilerde olduğu belirtilmiştir. Başkonsolos Carım, buna rağmen hükümetin Sovyet faaliyetlerine menfaatleri icabı göz yumduğunu, Rusya'nın İspanya'daki öncelikli hedefinin asilerin galip gelmesini engellemek olduğunu belirtmiştir.”

Öte yandan; İspanya için kritik bir süreci teşkil eden iç savaş süreci başladığında, Türkiye Cumhuriyeti stratejik olarak birçok yabancı ülke gibi tarafsız kalmaya gayret gösterse de savaş sürecinde İspanya'nın meşru hükümeti olan Cumhuriyet idaresi ile iyi ilişkiler sürdürmeye çalışmıştır. Hatta Atatürk, Franco idaresindeki dış destekli oluşumun iç savaşı kazanmak üzere olduğu dönemde dahi İspanya cumhuriyet hükümetinin millî günlerini kutlayan tebrik mesajı göndermiş ve ilgili

savaşın neredeyse sona geleceği sürece kadar General Franco yönetimini resmi olarak tanımamıştır (Şimşir, 2001: 31-35). Bu süreçte Atatürk önderliğindeki Türkiye'nin İspanya meşru yönetimi ile kurduğu pozitif ilişkilerin yansıması olarak İspanya cumhuriyet hükümeti de Türkiye'nin bu olumlu yaklaşımına aynı üslup ile karşılık vermiştir. Bilhassa bu durumun pozitif bir biçimde gelişmesinde Türkiye Cumhuriyeti'nin, İspanya cumhuriyet hükümetini temsil eden Halk Cephesi'nin doğrudan destekçisi olan Sovyet Rusya ile İspanya arasında boğazlar aracılığıyla bir köprü vazifesi üstlenmiş olmasının etkisi de yadsınamaz bir realitedir. Dolayısıyla bu etkileşimin dönütü olarak İspanya cumhuriyet hükümeti de Türkiye'nin millî günlerinde kutlama mesajları paylaşmış ve nitekim Atatürk'ün ölümü esnasında sözü edilen meşru hükümet, iç savaş içinde olmalarına karşın bakanlık düzeyinde bir katılım ile kalabalık bir heyet eşliğinde Atatürk'ün cenazesine iştirak etme inceliğini göstermiştir (Kuneralp, 1987: 6).

Vefatına kadar geçen süreçte dış politikada barışçıl söylemlerini sürdürmekten ve bunu eyleme dönüştürmekten taviz vermemiş olan Atatürk'ün İspanya İç Savaşı ile ilgili tutumu da İsmet İnönü'nün 9 Eylül tarihli yazısına verdiği yanıt içeriğinde şu ifadeler ile gün yüzüne çıkmıştır (Başbakanlık Cumhuriyet Arşivi [BCA], 030:10; 45 290 52):

“Türkiye Cumhuriyeti hükümeti, İspanya’da bir seneden fazla bir zamandan beri cereyan edegelmekte olan hadiseleri ve hadiselerin sebeplerini yerinde ve onun haricinde dikkatle takip etmektedir. İki taraf da direktöman ve endirektöman fail ve faal olanlar, bizce meçhul değildir; ancak biz dünyaca malum olan devlet prensiplerimizin manası

üzerinde durmaktan başka bir şeyi henüz düşünmüş değiliz. Bu prensibe göre bütün beşeri ihtilafları sulhla müncer kılacak teşebbüslere iştirak ederiz. Bunun Haricinde Türkiye Cumhuriyeti'ne bir empozisyon olamayacağı tabiidir. İşte Türkiye Cumhuriyeti hükümeti'nin bugünkü içtimanda, bu noktai nazar tekrar edildi ve buna karşı dikkatli olmak lüzumu tespit olunmakla beraber herhangi bir menfi empozisyona karşı devletimizin bütün kuvvet ve kudretini kullanması ve tedbirli davranması kararlaştırıldı.”

Öyle ki Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı'nın resmi internet adresinin İspanya kısmına ilişkin anekdotunda Türkiye'nin resmi olarak cumhuriyet hükümetini muhatap aldığı ama Franco ile de ikili ilişkilerini yürüttüğü ifadeleri paylaşılmıştır. Dolayısıyla Ankara'daki İspanya Büyükelçiliğin meşru cumhuriyet idaresine, İstanbul'daki Başkonsolosluğun ise Franco'ya bağlı olduğu bir durum söz konusu olmuştur (Aladağ, 2011: 77). Bu süreçte Türkiye'nin idare düzeyinde göstermiş olduğu bu kararlı tutum, çıkarları doğrultusunda deyim yerindeyse sürekli saf değiştiren yabancı devlet yönetimleri için örnek teşkil edici olmuştur. Zira ülke politikaları gereği hareket eden bir Türkiye profilinin yanı sıra; her ne kadar baskı ve dayatmalarla süregelen iç savaş neticesinde görevinden uzaklaştırılmış olsa da, İspanyol halkının iradesi sonucu meşru olarak yönetimin gerçek hak sahibi olan Cumhuriyetçi rejime saygı gösteren bir Türkiye duruşu ön plana çıkmıştır.

İç savaşın Türkiye'ye yansımaları bağlamında Türk basınının tavrı ve yorumu da önem arz etmiştir. Zira mevcut iç savaş süreci ve bu sürece

dâhil olan dış güçler Türkiye’de basın bu vakaya geniş yer vermesine zemin hazırlamıştır. Bu doğrultuda ilgili haber içerikleri ilk sayfalardan paylaşılma ile beraber hususi olarak savaş sürecine yer ayıran özel kısımlar da gazetelerde yer bulmuştur. Savaş ortamına ilişkin Türk basının ortak noktada bulunduğu genel yorum ise; bu savaşın Avrupa genelinde ideolojik anlamda ciddi sıkıntılar doğurabileceği ve fiilen bölünmelere yol açabileceği hususudur. Farklı görüşlerin de doğal olarak söz konusu olduğu iç basında, Nadir Nadi’nin mevcut yazısında iç savaş meşru ve haklı bulunduğu görülmüştür. Savaşın baş aktörü olan General Franco için “faşist değil muhafazakâr” tanımlaması ise Ulus gazetesi tarafından paylaşılmıştır. Tan Gazetesi ise Türk hükümeti Franco’yu resmi olarak tanımasına rağmen İspanyol Halk Cephesi lehine içerik paylaşmayı ve Franco yönetimini eleştirmeyi sürdürmüştür. Bir süre Türk basınında savaşa olan ilgi azalsa da savaşın sonlarına doğru bu ilgi yeniden yükselişe geçmiş ve Franco’nun bu savaşta zafere yakın olduğu anlaşıldıktan sonra Franco yanlısı haber içeriklerine yer verildiği görülmüştür (Aladağ, 2011: 113).

İspanya’da vuku bulan iç savaş, Türkiye’de edebiyat dünyası için de ilgi odağı olmuş ve özellikle bu süreç Nazım Hikmet tarafından dikkatle izlenmiştir. Zira ülkedeki Cumhuriyetçilere sempati besleyen Nazım Hikmet, mevcut iç savaş ile ilgili “*Karanlıkta kar yağıyor*” adlı şiirini yazmıştır. Bu bağlamda içerik olarak şiirde, Franco yanlılarının göstermiş olduğu acımasız tutum ele alınmıştır (Hikmet, 2002: 30):

“Karanlıkta kar yağıyor / Sen Madrid’in kapısındasın / Karşında en güzel şeylerimiz / Ümidi, hasreti, hürriyeti ve çocukları öldüren bir ordu.”

İç savaşın doğrudan ortam hazırladığı buhranlı sürece Türkiye’nin göstermiş olduğu genel tavır irdelendiğinde, demokrasi olgusunun her şeyin ötesinde olduğu yaklaşımı ortaya çıkmıştır. Keza bu yaklaşım perspektifinde, iç savaşın kaybeden tarafı olmasına rağmen ülkenin demokratik bağlamda meşru temsilcisi olan Halk Cephesi’ne yani cumhuriyetçi rejime saygı gösterilip iyi ilişkiler sürdürülmüştür. Bununla birlikte Almanya ve İtalya’nın baskıcı ve ırkçı yönetim anlayışlarının İspanya’ya da sıçramış olması rahatsızlık verici olsa da resmi olarak ülke idaresini ele geçiren Franco yönetimi ile dış politika stratejileri kapsamında ilişki kurulmuştur. Sonuç olarak; çalışmanın ele aldığı dönem bağlamında Atatürk’ün dış politikadaki prensiplerinin İsmet İnönü’nün İkinci Dünya Savaşı arifesindeki 1940 yılına kadar benzer bir biçimde devam ettiği anlaşılmıştır.

SONUÇ

Çalışmanın üzerinde durduğu dönem, Türk politikası ve Avrupa siyaseti bağlamında kırılğan bir yapının mevcut olduğu süreci teşkil etmiştir. Bu doğrultuda İspanya’da meydana gelen iç savaş süreci çalışmanın merkezine alınmıştır ve bu savaşa yönelik Türkiye tarafından gösterilen tepkilere dikkat çekilmiştir.

Bu bağlamda Atatürk liderliğindeki Türkiye Cumhuriyeti’nin bu savaş sürecine karşı gösterilen yaklaşımı Atatürk’ün dış politika prensipleri

perspektifinde olmuştur. Bilhassa halkın iradesine değer veren ve bu siyasetini ülke içi meselelerde de doğrudan icraat olarak yansıtan Atatürk, bu yaklaşımını dış politikada da mutlak surette sürdürdüğü için Hitler ve Mussolini gibi baskıcı rejimleri tasvip etmemiştir. İspanya'yı savaşa sürükleyen sürecin temelinde bu rejimlerin doğrudan etkisinin olduğunu sezinlenmesiyle birlikte Franco ve yanlılarına karşı da aynı tutum sergilenmiştir.

Nitekim İspanya'da meşru hükümet olan ve ülkenin demokratik zeminde gerçek temsilcisi olan cumhuriyet rejimine karşı olumlu bir yaklaşım beslendiği görülmüştür. Bu yaklaşım genel anlamda TBMM'nin de desteklediği bir husus olarak öne çıkmıştır. Benzer şekilde Türk basını da aynı tutumu sergilemiş ancak savaşın seyri Franco lehine kayınca basında farklı demeçlerin de yer bulduğuna şahit olunmuştur. İkinci Dünya Savaşı'nın ayak seslerinin ciddi anlamda hissedildiği bölge coğrafyasında barışçıl politika fikriyatından taviz vermeyen Türkiye Cumhuriyeti, aynı beklentiyi İspanya için de sürdürmüş ve başından beri bu savaşa karşı bir tavır sergilemiştir. Üstelik Milletler Cemiyeti'ne katılmasına doğrudan vesile olan İspanyol cemiyeti ile iyi ilişkilerini sürdürdüğü dönemde, İspanya'nın kaosa sürükleniyor olması Türkiye için de ciddi şekilde rahatsızlık verici bir durum haline gelmiştir.

Sonuç olarak; özelde İspanya'nın genelde ise bu buhrana ve iç savaşa zemin hazırlayan tarafların (bir yanda Franco destekçisi Almanya ve İtalya, diğer yanda Halk Cephesi'ni destekleyen Sovyet Rusya) sahne aldığı mevcut yıllarda savaşız ve tarafsız bir çizgide yer almayı hedef

belirlemiş bir Türkiye Cumhuriyeti profili söz konusu olmuştur. Bu tarafsızlığa rağmen meşruluğun yanından ayrılmayan Atatürk önderliğindeki Türkiye, bu süreci takip etmiş ve stratejik olarak da son ana kadar Franco hükümetini tanımamıştır. İzlenen bu yol, uzun yıllar sonra İspanya'nın demokratikleşme sürecine girmesinin ardından iki ülkenin geçmişteki tutumları bağlamında ne kadar anlamlı olduğu realitesini ortaya çıkarmış ve her iki ülkenin ilişkileri bu temel anlayış sayesinde güçlenerek sürdürülmüştür.

KAYNAKÇA

- Aktaş, Ö. (2014). İspanya İç Savaşı'nın sanat ve edebi eserlere yansımaları, Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, 18(2), 295-314.
- Aladağ, S. (2011). İspanya İç Savaşı ve Türkiye, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.
- Armaoğlu, F. (2010). XX. yüzyıl siyasî tarihi 1914-1945, İstanbul: Alkım Yayınları.
- Aydoğdu, T. (2014). Nazım Hikmet ve Pablo Neruda'nın İspanya İç Savaşına Değİnmeleri, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara 2014.
- Başbakanlık Cumhuriyet Arşivi, (BCA), 030:10; 45 290 52.
- Bıyıklı, M. (2008). Kaynakçalı ve açıklamalı Atatürk dönemi Türk dış politikası kronolojisi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22, 16-30.
- Çİlliler, Y. (2013). Etnisite ve demokrasi ilişkisi: İspanya'nın demokratikleşme süreci ve Bask örneğİ, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Dinç, S. (2008). Atatürk döneminde Türk dış politikasında gelişmelere genel bir bakış; ikili ve çok uluslu ilişkiler, Çukurova Üniversitesi Türkoloji Araştırmaları Merkezi Dergisi, Adana.
- Gökşenli, Y. E. (2013). İç savaş ve savaş sonrası İspanya'sının ilk döneminde toplumsal değışim, Sosyoloji Dergisi, 3(26), 145-170.
- Gönlübol, M ve Sar, C. (1990). Atatürk ve Türkiye'nin dış politikası (1919-1938), Ankara: Atatürk Kültür Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Atatürk Araştırma Merkezi.
- Hikmet, N. (2002). Kemal Tahir'e mapushaneden mektuplar, İstanbul, Tekin Yayınları.
- İlyas, A. ve Turan, O. (2012). İnönü dönemi Türk dış politikası, Atatürk Dergisi, 1(1), 319-341.
- Jackson, G. (1965). The Spanish Republic and the civil war 1931-1939, Princeton, Princeton University Press.
- Korkmazarslan, S. (2007). Democratization in Spain and the role of rhe EC/EU, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Kuneralp, S. (1987). İspanya İç Savaşı ve Türkiye, Tarih ve Toplum, 37, 6-8.

- Lezcano, V. M. (1991). İspanya ve Türkiye: birbirlerini tanımamazlıktan yakınlaşmaya doğru, Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi, 2(2), -.
- Meram, A. K. (1945). İsmet İnönü ve İkinci Cihan Harbi, İstanbul: Ahmet S. Kitabevi.
- Oran, B. (2005). Türk dış politikası, Cilt 1, (11. Baskı), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Paz, A. (1996). Durruti ve İspanya anarşist devrimi: halk silahlanınca, İstanbul: Kaos Yayınları.
- Salman, B. (2003). İspanya'da II. Cumhuriyet ve İç Savaş (1936-1939), Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Sander, O. (2001). Siyasî tarih: 1918-1994, (20. Baskı), Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Sertel, S. (2015). Türk hariciye raporlarına göre İspanya İç Savaşı (1936-1939), Ankara Üniversitesi Tarih Araştırmaları Dergisi, 34(57), 271-290.
- Şimşir, N. B. (2001). Atatürk ve yabancı devlet başkanları, Ankara: TTK Yayınları.
- Thomas H. (1964). The Spanish Civil War, London: Eyre & Spottiswide Publishers.
- Vilar, P. (2007). İspanya İç Savaşı, (Çev: Işık Ergüden), Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Yılmaz, V. (1998). Siyasî tarih, İstanbul: Harp Akademileri Yayınları.
- Yüksel, H. (2021). İspanya'da Türk dizi yapımlarına olan izleyici eğilimleri: Fugitiva dizisi örneği, Geleneksel ve dijital üzerine iletişim araştırmaları içinde (Ed. And Algül). Ankara: Nobel Yayınevi.

CHAPTER 2

THE PLACE OF CORPORATE REPUTATION AS A MEANS OF COMPETITIVE ADVANTAGE IN INTEGRATED COMMUNICATION

Assist. Prof. Dr. Nimet HARMANCI¹

¹ Girne Amerikan Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Bölümü, Kıbrıs,
nimetharmanci@gau.edu.tr, Orcid Id: 0000-0003-0533-3034,

INTRODUCTION

With the phenomenon of globalisation, which started to be mentioned frequently after the 1980s, geographical, economic, cultural and political borders have been exceeded, and global markets have replaced regional markets. Institutions affected by economic, social, cultural and political changes have faced an intense competition environment with globalisation. Today, as competition increases, institutions are trying to create differentiation in ways that they can no longer build based on products and services. No longer are material resources intangible; intangible values have become the most important ones. Institutions have started to give more importance to invisible values besides those that can be expressed with financial indicators. Sales, exports or profit figures are, of course, tangible data of corporate success. However, today, in addition to the data expressing this size, values such as getting the support of large segments of society or being admired have become much more critical. They have begun to be perceived as a competitive criterion. Being the most respected instead of the biggest, gaining the appreciation of the society and, more importantly, maintaining it has become an essential condition of success. For this reason, reputation and reputation management are the most valuable element for institutions today (Besler, Senem, Sarıkaya, 2008: 143-153). Since the mid-1980s, top managers have realised the strategic necessity of building and maintaining a corporate reputation for competitive advantage (Gotsi, Manto, Alan Wilson, 2001: 99–104). Academic studies also support the importance of corporate reputation. Barney sees

corporate reputation as a valuable intangible value that contributes to the competitiveness of the institution (Barney, Jay, 1991: 99-120). De Castro et al. state that corporate reputation has strategic potential due to its intangible character and value-creating capacity that is difficult to replicate by competitors allowing the institution to maintain its superior position (De Castro, Gregorio Martin, Jose' Emilio Navas Lo'pez, Pedro Lo'pez Sa'ez, 2006: 361–370). Hall, on the other hand, emphasises that reputation is developed in the long term and therefore cannot be imitated easily by competitors (Hall, Richard, 1992: 135-144).

The subject of this study; this study aims to examine the place of corporate reputation in integrated communication as a means of competitive advantage. In this context, the first chapter; will be tried to explain the changing social values in the information age period and the paradigms that are effective in the change of the communication and relationship disciplines of the institutions and the changing social structure of the information age as a result of all these. In the second part, this article will explain why institutions put sustainability at the top of their agenda in the changing social structure and, accordingly, the idea of social responsibility and social indicators. As a result of these, it will be tried to express how corporate reputation and reputation, which started to gain importance as a means of differentiation in the competitive environment of institutions in the 2000s, became the most valuable asset of institutions and is an important signal used in competition. In the light of these, the advantages of a positive corporate reputation for the institution will be tried to be revealed.

1. SECTION ONE

1.1 The Importance of "Information" in the Information Age, Changing Social Values and Managing Communication

With the phenomenon of globalisation, which started to be mentioned frequently after the 1980s, the world is in a critical change process. Everything changes from economy to politics, from state to company management, from values to beliefs. Unbelievable developments are taking place in the field of science and technology. We are in a new era called the "Information Age". All over the world, new principles are adopted in the transition from modern society to post-modern society, and institutions are faced with an intensely competitive environment in the face of newly rising values.

One of the prerequisites of global competition in the information age is to manage communication. Institutions can only increase their market value and secure their future by communicating their values. Today, being different and reflecting this on business results is the basic phenomenon of competition. While differentiation in products and services continues at full speed, communication and relationship discipline is needed to reflect this differentiation to those who want to know (Kadıbeşegil, Salim, 2009: 54). Although institutions have strategic business partnerships in public relations, advertising, research, direct marketing and customer relations management, the fact that they cannot meet the expectations of differentiation and superiority in the competition is among the factors that activate the change in the field of communication. Changes in touch have revealed the formation of a

brand new communication system. D'Aprix; this new system; states that strategy can be formed from accountability, honouring, rewarding and educational and that these four elements should be evaluated together with the vision, mission, business goals and opportunities in the market in the strategic structuring of communication (D'Aprix M. Roger, 1997). Another paradigm of change has been the "most admired companies" study conducted by Fortune magazine since 1987, and this study has become an important performance indicator in globalisation strategies. Some of the other vital issues of the need for communication and relationship discipline are; The financial scandals caused by Enron and other large companies, the fact that multinational companies did not know how to manage communication after the September 11 terrorist attack, Burson-Marsteller's research in 1998, which reveals the place and position of CEOs in the management of corporate reputation, emerged with "CEO Capital".

The concept of "Communication Capital", (Burson-Marsteller, 2003), Hill & Knowlton's "Corporate reputation monitoring" research, (Hill and Knowlton (2006), Global Reporting Initiative's acceptance as a social reporting method all over the world, (Global Reporting Initiative (n.d.), 2020), "World's Most Reputable Companies" research, (Ranking Brands, 2020), conducted by the Financial Times together with Price Waterhouse Coopers, The Reputation The Institute's famous company researches, (Reprtrak, 2020), in more than 10 countries, the concept of corporate social responsibility becoming one of the central business lines, the questioning of the reputation of all institutions,

leaders, non-governmental organisations as a result of the bankruptcy of large investment banks in America (Black September), and with ethical values. Hundreds of dynamics of change, such as the transformation of sound corporate governance principles into the "main job" of company managers, revealed new formations in communication, and the ability to manage communication and relationship discipline together. Because communication triggers change, although information technologies are among the most critical dynamics of change, they do not activate the change in communication. The touch shift can be made sense as long as there is a relationship (Kadıbeşgil, Salim, 2009: 49). In short, all components inside and outside the organisation should present their tasks and analyses by their strategic business objectives, and organisations should consider communication in a holistic approach. One of the most important reasons for this is that the only thing that will not change is the need for institutions for the trust of the society and the need for institutions that the community can trust.

The information age society has started to change all its habits in life with the comfort offered by technology. The symbol of the beginning of the Information age in 1984 was the "Apple" personal computers and software move. Later, with the emergence of the internet phenomenon, fundamental dynamics such as freely publishing information and voluntarily choosing information are not consumed by using data. Still, on the contrary, it has been revealed that it can develop. Knowledge is facts and principles acquired through learning, research or observation,

multiplied by nature (Banu, 2000). Knowledge has become a real power for these reasons, and the lifestyle has changed based on knowledge. In the face of the developments reached by information, human beings' communication and relationship needs have also changed. The "values" that human beings have become accustomed to having revealed their place, new values that have become a part of our lives. These "new values" have changed the market value calculations, the business symbol of size. While intangible and invisible values constituted 20% of the market values of institutions in the early 1980s, they started to include 80% in the 2010s (King, B. G., and Whetten, D. A., 2008). The paradigms of change that we mentioned above have shown us how vital real wealth is not just tangible assets, but "invisible, intangible" or intellectual assets, intangible values (Kadıbeşegil, Salim, 2009). The presence of intangible values, the importance of moral values, dominance of the sense of justice, and principles of transparency and accountability are at the beginning of the evaluation criteria beyond reaching business goals and profitability. It has demonstrated that success is related to sensitivity in social responsibility and initiatives that can set an example and pioneer society. It has been clearly understood that establishing a bond of trust with all segments of society is based on these principles.

1.2 Social Structure in the Information Age

The social structure of the 21st century is developing differently from other centuries. With the rapid spread of information in the information age society, all people living globally have realised that they must be

responsible for everything. Therefore; With the advice of the World Business Council Sustainable Development Association, institutions have started to work with a model that fulfils its social responsibilities, starting from the supply chain to the last link of the chain. At a time when the basic fact of competition is to differentiate, to be different and to reflect this on business results, it has been revealed that the primary purpose of institutions is not only to make money and profit but that the institutions preferred by consumers are those that act by sustainability policies. The world has come to a meeting point around social issues, around the shared values of life, regardless of race, language, religion, geography and gender. The new paradigm rises above the sensitivities of society (Kadıbeşegil, Salim, 2009: 111). As a result of this; The fact that the financial indicators of institutions gain meaning when social indicators are next to them has revealed the situation in which the communication and relationship discipline of the institutions can be managed together. In summary, we understand that the social indicators of corporations, namely "intangible, invisible, intangible or intellectual assets", are more valuable than equipment, cash, and real estate, better than paying higher prices to today's successful brands.

2. SECTION TWO

2.1. 'Sustainable Human Development and Development' statement and sustainability in the Information Age

Factors such as increasing population and urbanisation, decrease in green areas, the release of domestic waste to the environment, unplanned industrialisation, unhealthy urbanisation, regional wars, unconscious use of chemicals in agriculture and pollution caused by industrial facilities that started intensive production without taking necessary precautions, erosion, desertification and global warming, 1992 It has been one of the most important reasons for the governments or heads of state of the member states of the United Nations to sign the "Sustainable Human Development and Development" declaration (Kadıbeşegil, Salim, 2009: 91). With this declaration, a critical period of change and transformation has begun in public administration, the private sector, non-governmental organisations and institutions. The turning point of this significant change and transformation for institutions is the signing of the 'Sustainable Human Development, and Development Principles' declaration by the CEOs of 36 large companies at the World Economic Forum convened in New York in January 2002 and announcing that they will manage their institutions within the framework of these principles (Kadıbeşegil, Salim, 2009: 90).

The concept of "Sustainable Human Development and Development" is briefly; security, environmental concerns and global warming, renewable resources and protection of nature, fight against poverty,

human rights, education, social development, social responsibility and animal rights. The concept of sustainable human development and development expresses the "aspirations for a more livable world" of world societies. Since the problems mentioned above carry the risk of destroying the world in which children will live in the future, it is everyone's problem in the world; there is something that everyone can do to solve the issues, regardless of their position and status, people want to know who is doing what for these problems, institutions are dealing with these problems. It is a part of the problems because they can sustain their economic lives by using the world's natural resources, and the management of the issues in every aspect is considered equal to moral and moral values today. Being unresponsive to these problems can cause immediate consumer reactions such as boycotts, loss of employee motivation and attracting investors' support and investments. For these reasons, governments, non-governmental and private sector organisations have placed the concept of sustainability at the top of their agendas, and for this reason, communicating the strategies and policies developed for them has become a critical issue for sustainability.

2.2. Social Responsibility and Corporate Social Responsibility

Sustainability has become a lifestyle today. Approaching all social problems with a sense of responsibility and voluntariness, everyone's desire to share their knowledge and experience and to find solutions to problems, for personal development and to feel the happiness of being functional, is an essential thing for human beings to adopt as a lifestyle in the information age. These are significant reasons. People who have

personally experienced this transformation in their lifestyles want and expect the institutions they work to show the importance and performance they offer for their products and services in areas such as environment, education, health, sports, culture and art. However, suppose he has not experienced this transformation personally, at home or around him. Suppose he has not been able to achieve emotional satisfaction. In that case, it takes a long time and effort to realise this transformation in the institution where he works, or it can only be implemented by sticking to the laws or regulations. Responsibility is an internal behaviour, and it is a stance against individuals, nature and the system in every moment of life in society. As stated above, for responsibility to gain meaning in the institutional dimension, first of all, the individual's sense of responsibility needs to be developed.

The concept of responsibility, which emerges as a requirement of social life, appears as social responsibility with an increased dimension and area of influence, depending on changing conditions. The willingness of the society to take a public stance against both economic and human resources and to see that these resources are used not only for the narrowly determined interests of private individuals and institutions but also for overall social results is expressed as social responsibility (Hatcher, Timothy G., 2002: 97). Boone and Kurtz; defines the social responsibility of institutions as the adoption of policies, procedures and actions that limit the institution in terms of harmful effects to society, compel it to contribute to the welfare of the community and envisage this due to the activities performed at all stages from production to

consumption (Boone, Lois E. and David L. Kurtz, 1992: 73). This responsibility emerges as an opinion that limits corporate behaviour in terms of activities harmful to society and forces human life to bring prosperity, which is based on exhibiting an impartial responsibility behaviour for the benefit of humanity (Ahmet, Esin, 1978: 11).

In this way, social responsibility will have emerged due to institutions' obligations to fulfil their commitments for a better society in the long run, beyond their legal and economic objectives (Robbins, Stephen P., 1994: 123).

In other words, social responsibility is seen as the obligation of an institution to make an effort to protect and increase the social welfare of the society along with its interests (Bartol, Kathryn M. and David C. Martin, 1991: 115).

On the other hand, Davis thinks that social responsibility arises from the issues created by the interaction of the activities between the interest groups in the vicinity of the institutions in which they operate (Davis, Keith, 1997: 47).

Drucker is social responsibility; Institutions should be aware of their duties towards the society in their actions. He defined it as social responsibility (Heath, R. L. (ed)., 2001: 393).

As can be seen, the common point of these definitions is that they have reached a common denominator on the necessity of taking into account the social expectations of the interest groups around the institutions. As can be seen, the common point of these definitions is that they have

reached a common denominator on the necessity of taking into account the social expectations of the interest groups around the institutions. In the light of all these definitions, Global Reporting Initiative President Mervyn E. King defines her social responsibility philosophy as "Social responsibility should be applied to non-governmental organisations, charities, donations, schools, etc. It's not about how much money you spend on investments and bragging about it. He summarised social responsibility as 'how you earned money and provided a clear perception of the concept of social responsibility. How money is made is synonymous with accountability and is another name for social responsibility for corporations. Accountability is the ability to share with the public what the corporate performance is in social and environmental terms in a transparent and auditable way; in short, the sustainability reports of institutions are prepared and implemented by GRI (Global Reporting Initiative) standards (Kadıbeşegil, Salim, 2009: 126-127).

Social responsibility is a phenomenon that starts within the individual and reflects it to the culture of the institution they work for. For this reason, the top managers of the institutions should be role models to their stakeholders with their behaviours. Stakeholders are all social parties in the society with whom the institution has a relationship, who are affected by the institution's activities and who affect the institution with their activities (Baron, David P., 2000: 571).

As mentioned above, with the recent scandals in the business world (Enron, WorldCom, Parmalat, Qwest, ImClone and others) on the

agenda, consumers' trust in institutions, leaders and the economy has been shaken. As a result, the concept of 'corporate social responsibility has come to the fore. Under the leadership of the United Nations, OECD (Organization for Economic Co-operation and Development), ILO (International Labor Organisation), the European Union, protective approaches towards human rights, the environment, and the workforce and the standards developed in this regard reveal the need for institutions to be more careful about corporate social responsibility. has put it. Corporate social responsibility underlines the role of organisations beyond economic activities to contribute to a better society and cleaner environment voluntarily (Carroll, A.B., 1999: 269-271).

Corporate social responsibility is the fact that an institution produces by taking measures to protect nature and the environment for the primary goal of sustainable growth, is aware of its responsibilities towards the environment and society, as well as all stakeholders with which it has direct and indirect relations and may be seriously affected by business decisions and activities (World Business Council for Sustainable Development, 1999). With the new paradigm rising on the sensitivities of the society, institutions have started to work with a model that fulfils their social responsibilities, starting from the supply chains to the last link of the chain, and as a result; The fact that the financial indicators of institutions gain meaning when social indicators are next to them clearly and clearly shows that the social hands of institutions, namely intangible, invisible, intangible or intellectual assets, (Intangible Asset

Monetization: The Promise and the Reality, www.athenaalliance.org.) are more valuable than equipment, cash and real estate.

2.3. Social Indicators

Institutions have started to give more importance to invisible values besides those that can be expressed with financial indicators. Sales, exports or profit figures are, of course, tangible data of corporate success. However, today, in addition to the data expressing this size, values such as getting the support of large segments of society or being liked have become much more critical. They have begun to be perceived as a competitive criterion. Being the most admired instead of the biggest, gaining the appreciation of the society and, more importantly, maintaining it has become the essential condition of success (Besler, Senem, Sarıkaya,. 2008: 143-153).

Social indicators of institutions; can be summarised under three main headings: internal structure, external structure, and individual competence. The internal structure of the institution; patents, concepts, models, computer and management systems, and employees, its outer structure; Customer and supplier relations, brand name, trademarks, reputation and image and individual competence also constitute the education, talent, experience, value and social abilities of the employees of the institution, in short, the individual's ability to respond to different events (Kadıbeşegil, Salim, 2009: 74).

All these social indicators constitute the social capital/indicator of the institution. social capital; The possibility of communication that can be

established between at least two people based on trust can be defined, with a slightly broader definition, as the characteristics of trust, norms and communication networks that increase the productivity of the society by facilitating the coordination activities between the members of the community, non-governmental organisations and public institutions (Temple, J., 2000: 23).

In economic terms, social capital is accepted as the reflection of relations based on trust between individuals and institutions on economic efficiency and production. In general, evaluations on social capital; The communication network is concentrated around the axis of social norms and trust. In this context, social capital is shaped according to the moral values that shape the society, cultural and political structure and education. Therefore; The role of positive intangible values such as justice, beauty, goodness, love, friendship and confidence in the future has a significant impact on society (OECD, 2001: 41).

In economic terms, social capital is accepted as the reflection of relations based on trust between individuals and institutions on economic efficiency and production. In general, evaluations on social capital; The communication network is concentrated around the axis of social norms and trust. In this context, social capital is shaped according to the moral values that shape the society, cultural and political structure and education. Therefore; The role of positive intangible values such as justice, beauty, goodness, love, friendship and confidence in the future has a significant impact on society (Brooking A., 1996: 12).

Suppose we summarise social capital as reputation, trust and cooperation in economic development. In that case, therefore, agreements, teams and communities are formed, and brands that provide economic growth, the power of reputation, trust, teamwork, expressing ideas, efficiency; that is, the importance of creating value is apparent. The way it appears. Increasing the value of institutions depends on building and managing their reputations. Because the market value of institutions is equal to the sum of their tangible and intangible assets (Low, Jonathan and Kalafut, Pam, Cohen, 2002).

3. SECTION THREE

3.1. Corporate Reputation and Reputation Management

'Reputation is like fire,
once it burns you can keep it going
without extinguishing it,
but if you put it out, you can't burn
it right after. Be honest.
If you are honest, you will survive'

These words of Socrates form the basis of the concept of reputation to be used for institutions today (Üçok, Işılay., 2008).

With its diamond-like surfaces, corporate reputation is the most valuable asset of all institutions. Although a lengthy process is needed to acquire the reputation, it can be lost in a short time if protective measures are not taken. According to Firestein, "when corporate reputation is severely damaged, recovery is difficult, long-term and

uncertain" (Firestein, Peter J., 2006: 25-31). With its fragile structure, corporate reputation has been an important issue since the early 2000s and an important signal used by corporations in competition (Herbig, H., Milewicz, J. and Golden, J., 1994: 23-31).

Reputation consists of internal and external stakeholders' perceptions of the institution, and good importance is vital for any organisation. For these reasons, institutions need to manage their reputation, which is an intangible value, effectively.

To ensure and maintain corporate reputation, the questions of "reputation, how", "reputation for whom", and "reputation for what purpose" must be answered. Reputation, how; Institutions can gain reputation by developing different characteristics, behaviours and results. For example, financial strength, innovation and product/service and managerial quality, talented employees, long-term strategies and fulfilment of social responsibility. Reputation for whom; When it comes to the institution's importance, the perceptions of all individuals are essential. But it is necessary to determine who has the more significant advantage. Employees may be at the forefront for some institutions, while for others, customers or audit institutions may be at the forefront. Deciding which group's perception is more important will also determine the purpose of reputation. Reputation for what purpose, customer loyalty, having and retaining qualified employees, long-term financial performance and stakeholder value can be counted among these objectives. Institutions have to plan the communication and relationship discipline they will carry out in reputation management,

taking into account all relevant stakeholders. The questions to ensure and maintain corporate reputation can be answered if the relevant stakeholders are well analysed (MacMillan, Keith, Money, Kevin, Arthur, Downing, Steve, 2005: 214).

Because the perception of these stakeholders measures the institution's reputation. The concept of Perception Management, together with the idea of Reputation Management, is another critical issue that has been given importance since the early 2000s. Salim Kadıbeşegil states that these two concepts are like two halves of an apple (Kadıbeşegil, Salim, 2006). The point that makes perceptions important is that they are formed by how we interpret the external world and objects as they reflect on us. Ali Saydam, in his book 'Perception Management', "The essence of perception is interpretation. The 'interpretation' consists of the union of the mind and the spirit and is called the mind (mental). When interpretation is involved, both objectivity and the only truth disappear. Subjectivity dominates this process with all its dimensions," he says, adding that managing communication is managing perception. Perception management for Transparent is 'the brain of communication, its arterial limbs, that is, everything. Perception also creates a complex structure with its interpretation level. Managing perception is a difficult task and requires expertise. Hz. Mevlana stated that 'whatever you say, people will understand your words as much as they can understand, to

the extent they want to understand, and when they meet their own needs (Abamor., K., Nilay, 2019).

Despite this complex structure of perception, Saydam argues that even the most complicated things can be explained to people in a straightforward and easy to understand way. Ali Saydam stated the dynamics of Perception Management with 11 basic principles in his book. These principles are; You should act in harmony with the values of the target audience: It is stated that to manage the perception, it is necessary not to conflict with the target audience or the person's value system, and that perception cannot be collected unless the filter of the value system can be passed. You should pay attention to the target audience's culture: Communication is a national issue. It is not possible to manage perception without adopting a national approach. Perception can be driven by a good understanding and interpretation of the society's culture and values in which one lives. You should approach beyond expectations: You can achieve the perception of perfection only if you exhibit unexpected behaviours. You should not confuse: Managing perception in complex environments is only possible with absolute simplicity.

Taking the comprehension and interpretation capacity of a six-year-old child starting primary education as a reference point is one of the most straightforward but valuable tactics applied in this field. It would help if you focused on the result: Result orientation in communication concentrates on the function rather than the form. If you don't measure,

you shouldn't: Ali Saydam attaches great importance to measuring. He reinforces this with the following words; 'The two main parameters that bring communication closer to science are establishing standards and measurement. Standards can only be put forward on the service processes of communication. Measurement is one of the most important tools that can and should be applied in every field of communication, in every country in the world.' You have to be based on the facts: One of the most typical indicators of successful perception management practice is long-lasting and leaves a lasting impact. This cannot be done without relying on the truth. Let everything you say be accurate, but don't tell all the truth. It would help if you repeated: 'Without repetition, it is not learning; it is telling. The number one issue in communication is behaviour change. How many times to repeat what? The best thing to do here is to monitor the communication process, monitor the target perception level and whether the behaviour change has been achieved, make the necessary arrangements, increase the number of repetitions, or stop the communication warning if it is sufficient. You must be able to manage differentiations: How a brand, product, service positions itself, what the brand spirit promises in an emotional rather than rational dimension, what clues it offers to realise this promise, has undoubtedly become an element of perception that primarily affects the purchasing behaviour of that product or service. The most important determination for differentiation in perception management is whether the innovation to be revealed in this regard is in harmony with the other 10 rules we discussed; Otherwise, neither the social stakeholders will buy that differentiation nor the target audience. You must manage the visual

correctly: Managing visual perception is one of the critical success factors of overall perception management. Considering that one can spare only 2-3 seconds for a billboard, an advertisement in a newspaper or news, the importance of visual perception can be better grasped. It is always possible to fall into the trap of image management when you say, 'Let me manage visual perception'. Finally, you should appeal to emotions rather than thoughts: In the words of Alfred Adler, 'If one can learn to love, one can well learn to appeal to the senses'; as long as he can read 'smell' and 'texture' well (McCrae, R. R. & Costa, P. T., 2008).

Saydam states that one of these principles cannot be meaningful without the other. One of the striking principles in this hierarchy is to be result-oriented. Saydam says communication means results. According to the author, "the critical success factor of communication is thinking in the context of 'business'; The only criterion for this is whether the business goals have been achieved. In this context, communication has strategic importance because when it comes to the management of relations, the process of creating a balance between the institution's reputation, the mission it has determined, its objectives and the interactions it receives from the external environment of the institution emerges. The tool that provides the balance of this active structure is communication. With the increase in the importance of strategic communication in the information age, individuals can't stay away from communication, any institution that intervenes and changes the life of societies based on them. It is impossible to position it as a secondary, if not possible, activity other than the management activity (Saydam, Ali, 2015).

Briefly, reputation is the business of strategic communication. Among these principles, the other issue that Ali Saydam emphasises the most is measurement. It has been a matter of debate for many years whether communication activities can be measured or not. Especially in recent years, the subject of measurement has become an important criterion in the competitions opened by the companies. Now, the indispensability of measurement is accepted by everyone. The author explains the importance of the subject; The phrase 'if you don't measure, don't' points to one of the most crucial points of perception management and states that 'if you don't measure and research, you can't prevent time, money, and human resources from wasting' (Saydam, Ali, 2015).

Tremendous advances in the social sciences reveal severe findings that human behaviour can be controlled and directed. Hundreds of years ago, the Muslim scientist Cabir ibn-ü Heyyan said that all human emotions could be measured with mathematics.

Corporate reputation is a combination of facts and perceptions—the most critical value of that institution and the precise evaluation of all perceptions about that institution. The institution's reputation consists of the performance, products and services, activities and future expectations of that institution and the total perception of the social masses. Creating and managing corporate reputation requires a strategic approach. On the other hand, strategic communication is the management of these different expectations and perceptions in line with the institution's business objectives. In a study (Harris Report), the only answer is given by thousands of CEOs to the question "What do you

think is the most important asset of your organisation to be managed?" was "the reputation of the organisation we manage" by 96% (Davies, Garry, 2003).

The source of corporate reputation; emotional attraction, vision and leadership, quality, financial reliability, social responsibility, environmental responsibility, and knowledge and talent (Arlo, Brady, 2005: 13). The emotional attraction includes customers' perception of the culture and values of the organisation (Arlo, Brady, 2005: 13).

having good feelings, appreciation and trust about the organisation (Ryan, Bowd., Les, Bowd., 2001: 8).

Vision and leadership, leadership, and visionary shareholders add high value to their institutions. Motivation and academic leadership affect the perception of the institution (Arlo, Brady, 2002: 13).

Quality encompasses high quality in products and services, innovation, value for money and after-sales support (Ryan, Bowd., Les Bowd, 2001: 8). Financial Reliability requires strong performance, profitability, low-risk investments and growth signals relative to competitors (Tansala, Burçin T., 2005: 30). Social responsibility includes supporting activities for the benefit of society and stopping the activities that will harm the community. Environmental responsibility includes being conscious about the environment. It requires knowledge and talent, innovation and high employee quality (Arlo, Brady, 2002: 12).

In addition, rewarding employees on a regular basis has to be a good place to work (Tansala, Burçin T., 2005: 30). The Reputational Quotient (RQ) criterion shows how an institution thinks about the seven elements mentioned above in the eyes of its partners, employees, environment, customers, competitors, financial sources and suppliers. Reputation coefficient criterion; It enables the determination of corporate reputation levels of institutions (Unur, Aşlı, 2004: 1). With this measurement of Fombrun, corporate reputation; evaluates it as an eternal representation of an institution that reveals its past actions and difference and defines its future perspective (Abraham, Carmeli and Tishler, Asher, 2005: 10). With this representation, institutions gain public trust and prestige (Weiss, Allen M., Anderson, D. J. MacInnis, 1999: 74-90). The reputation of institutions in the market increases their market value and makes them a centre of attraction (Williams, Robert J., M.E.Schnake and W.Fredenberger, 2005: 187-200).

Having a good reputation requires acting on a long-term vision rather than focusing on short-term profit (Tucker, Laura and T.C. Melewar, 2005: 377-387). Therefore, the good corporate reputation of an institution plays a critical role in the long-term success of that institution. One of the core strategic business values for sustainable success is achieved with a strong reputation (Saylı, Halil, Uğurlu, Özlem Yasar, Ugurlu, 2007). Prof. Dr Charles Fombrun, in his 2003 book, *Fame & Fortune*, analysed the relationship between reputation level and financial indicators after measuring the reputation coefficient of more than sixty institutions, and said, "The ratio of return on assets

of institutions with high reputation coefficients to institutions with low debt to equity capital is compared to institutions with low reputation. Stated that it was much higher than the In addition, the cash flows of the institutions with high prestige are also high in the ratio of sales. High reputation also positively affects growth and the market value of the institution. He stated that reputation management is related to the intangible values of institutions rather than their material values, and it shows itself as a concept closely associated with factors such as brand value and credibility (Nakra, Prema, 2000).

If we summarise the advantages of a positive corporate reputation; customers tolerate paying a higher price for the organisation's products and services, customers recommend others to purchase your products and services, organisation staff work more motivated for the organisation's success, the organisation has higher productivity, highly skilled people will be willing to work become an institution, the institution becomes an attractive investment option for investors, it is less affected by the crisis periods in the economy compared to institutions with a weak corporate reputation, profits above the sector average, suppliers act in good faith and offer favourable conditions, the institution's projects and programs are more likely than the government. Support is seen, and the help of the media is won.

The most important asset of people and institutions is their reputation. Those who earn a reputation in the community seize opportunities to lead the congregation, win more business and mobilise more extensive

resources. The essence of gaining reputation can be summarised with the following words of Mevlana:

"Either appear as you are or be as you appear". In other words, the consistency of the actions with the discourses and the active communication of the reasons for the actions constitute the basis of gaining reputation. Reputation is trust, being reliable (Türker, Hamiyet, 2005).

4. CONCLUSION

With globalisation, geographical, economic, cultural and political boundaries are overcome, and global markets replace regional markets. Institutions affected by economic, social, cultural and political changes are trying to create the differentiation they could not make based on products and services in an intensely changing competitive environment. Intangible, intangible values have become more important than material resources. Institutions have started to give more importance to invisible values besides those that can be expressed with financial indicators. Intangible values such as admiration, which has begun to be perceived as a competitive criterion, and getting the support of large segments of society, and most importantly, maintaining it constitute the critical point of success in the information age society. One of the most valuable elements of this crucial point for institutions is the strategic management of reputation and reputation management. In the information age, institutions need to communicate and manage their values to increase their market value and secure their future. In the information age, changes have also emerged in communication and

relationship to manage intangible values effectively, and a new communication system has emerged. This new system; strategy consists of accountability, honouring, rewarding and educational, and these four elements underline that communication should be evaluated together with its vision, mission, business goals and opportunities in the market in the strategic structuring of communication. In the Information Age, the paradigms that affect the change of the communication system; Fortune magazine's 'most admired companies' study, financial scandals caused by Enron and other large companies, 9/11 terrorist attack, CEO Capital and the concept of 'Communication Capital', Corporate reputation monitoring research, World's Most Respected Companies research, Global Reporting Initiative movement We can summarise it as the adoption of good corporate governance principles as the 'main job' of company managers in the context of being accepted all over the world as a social reporting method, Institutions bringing the concept of corporate social responsibility to their schedule, and questioning reputation and ethical values with Black September. Factors such as increasing population and urbanisation, decrease in green areas, the release of domestic wastes to the environment, unplanned industrialisation, unhealthy urbanisation, regional wars, unconscious use of chemicals in agriculture and pollution, erosion, desertification and global warming caused by industrial facilities that started intensive production without taking necessary precautions, The new paradigm that emerged as a result of this rises above the sensitivities of the society and is one of the important reasons why the concept of corporate social responsibility has become one of the main business lines. Due to these

reasons, institutions have started to manage their institutions within the framework of the 'Sustainable Human Development and Development Principles' declaration since 2002. The concept of Sustainable Human Development and Development; security, environmental concerns and global warming, renewable resources and protection of nature, fight against poverty, human rights, education, social development, social responsibility and animal rights. As a result of these; The 'values' that humanity has become accustomed to have been replaced by new values, and intangible and invisible values started to constitute 80% of the market values of institutions. In comparison, they constituted 20% of the market values in the early 1980s. This indicator; reveals that real wealth does not consist of tangible assets, but how important "invisible, intangible" or intellectual assets, that is, intangible values, are. Patents, concepts, models, computer and management systems and employees, customer and supplier relations, brand name, trademarks, reputation, image, individual competence, training, talent, experience, value and social abilities of the employees of the institution are the social capital / intangible values of the institutions. Forms, Social capital; We can summarise it as reputation, trust and cooperation.

Although the purpose of institutions is to make a profit, their other face is turned towards society for the reasons mentioned above. Today's increase in competition makes it very difficult for institutions to turn their faces to organisations. In this context, institutions need to manage their corporate reputation effectively, an intangible value, to maintain their existence and create differentiation in the competitive

environment. Corporate reputation is how customers, competitors, creditors, industry analysts, and other people perceive the organisation. With a more precise definition, corporate reputation determines how people perceive the company's management capacity, strategies, financial situation, social and social responsibilities, the value of long-term investments, its competitiveness, its level of development, the quality of its personnel, its ability to attract qualified employees, and these criteria determine it. being measured (Michael D. Mishalisin, Robert D. Smith, 1997: 111).

According to Fombrun; Corporate reputation, which shows the perception of the past and future activities of the enterprises, can be defined as a critical concept that emerges when compared with other leading competitors (Ryan Bowd, Les Bowd, 2001: 5) and shows that the company is good or bad, strong or weak in the eyes of customers, investors, employees and the general environment (Tanja Passow, Rolf Fehlmann, Heike Grahlow, 2003: 5). For organizations to establish and maintain a positive reputation, CEOs must lead the organization like a conductor. The conductor cannot ignore the importance of any instrument. Because the success of each necessitates the success of the others (Besler, Senem, Muammer Sarıkaya, 2008: 143-153). Therefore, it is essential to manage the communication and relationship discipline in strategic integrity.

REFERENCES

- Abamor., K., N. (2019). Algılama Yönetimi, <https://www.hayatkolay.com/2019/12/08/algilama-yonetimi>).
- Abraham, C. and Tishler, A. (2005). Perceived Organizational Reputation and Organizational Performance: An Emprical Investigation of Industrial Enterprises, *Corporate Reputation Review*, Vol:8, No:1.
- Ahmet, E. (1978). İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu ve Sosyal Denetim Raporları, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınlanmamış Doçentlik Tezi, İstanbul.
- Arlo, B. (2002). Prolifing Corparate Imagery: A Sustainability Perspective, The Judge Instute of Management University of Cambridge.
- Arlo, B. (2005). The Seven Elements of Reputation Management, Vol.1, Issue 5.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, *Journal of Management*, 17 (1).
- Baron, P. (2000). *Business and Its Environment*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, 2nd ed.
- Bartol, K. M. and David, C. M. (1991). *Management*, New York: McGraw- Hill.
- Besler, S. and Muammer, S. (2008). Kurumsal İtibarı Yaratmada Kurumsal Paydaş Yönetimi ve Medya ile İlişkilerin Önemi, 2008 Muhan Soysal İşletmecilik Konferansı: İşletmecilikte Yeni Gelişmeler ve Fırsatlar, Güzelyurt, ODTÜ Kuzey Kıbrıs Kampüsü, 3-6 Eylül 2008.
- Boone, L. E. and David L. K. (1992). *Management*, New York: McGraw-Hill.
- Brooking A. (1996). *Intellectual Capital*, London: International Thompson Business Press.
- Carroll, A.B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct *Business and Society*, pp.38.
- Cengiz, P. B. (2000). Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri Bölümü, <http://yunus.hacettepe.edu.tr/~sadi/dersler/ebb/ebb467-guz2000/banu.html>.

- Davies, G. (2003). *İtibar Paradigması, İtibar Yönetimi*, ARGE yayınları, İstanbul.
- Davis, K. (1997). *Five Propositions for Social Responsibility, Managing Corporate Social Responsibility*, (Ed. Archie, B. C.), Boston: Little, Brown and Company.
- D'Aprix M. R. (1997). *Communicating for Change*, John Wiley & Sons Inc.,
- De Castro, G. M., Jose' Emilio Navas Lo'pez, Pedro Lo'pez Sa'ez. (2006). *Business and Social Reputation: Exploring the Concept and Main Dimensions of Corporate Reputation*, *Journal of Business Ethics*, 63 (4).
- Firestein, P. J. (2006). *Building and Protecting Corporate Reputation*, *Strategy & Leadership*, 34 (4).
- Gotsi, M. and Alan W. (2001). *Corporate Reputation Management: Living The Brand Management Decision*, 39 (2).
- Hall, R. (1992). *The Strategic Analysis of Intangible Resources*, *Strategic Management Journal*, 13 (2).
- Hatcher, T. G. (2002). *Ethics and Hrd*, Cambridge, Mass: Perseus Publication.
- Heath, R. L. (2001). *Handbook of public relations*, Sage Publication.
- Herbig, H., Milewicz, J. and Golden, J. (1994). *A model of reputation building and destruction*, *Journal of Business Research* 31: pp.23–31.
- Burson-Marsteller, (2003). <http://www.burson-marsteller.com/pages/insights/ceorep>.
- Global Reporting Initiative (n.d.), 2020, <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx>.
- Jarboe, K., Furrow, R., and Alliance, A. (2008). *Intangible Asset Monetization The Promise and the Reality*, Working Paper #03, Athena Alliance, Washington, D.C.
- Kadıbeşegil, S. (2006). *İtibar Yönetimi*, Mediacat Yayınları, İstanbul.
- Kadıbeşegil, S. (2009). *Şimdi Stratejik İletişim Zamanı*, Kurumsal Yönetim Kurumsal İtibar ve Kurumsal İletişim hakkında bilmeniz gereken her şey, MediaCat Kitapları.
- King, B. G., and Whetten, D. A. (2008). *Rethinking the relationship between reputation and legitimacy: A social actor conceptualization*. *Corporate Reputation Review*, 11(3), pp.192-207.

- Low, J. and Kalafut, P. C. (2002). *Invisible advantage, How intangibles are driving business performance*, Perseus Publishing.
- MacMillan, K., Money, K., Money A. and Downing, S. (2005). *Relationship Marketing In The Not-For-Profit Sector: An Extension and Application Of The Commitment-Trust Theory*, *Journal of Business Research* 58.
- McCrae, R. R. and Costa, P. T. (2008). Empirical and theoretical status of the five-factor model of personality traits. In G. J. Boyle, G. Matthews, & D. H. Saklofske (Eds.), *The Sage handbook of personality theory and assessment*. Vol. 1 Personality theories and models. London: Sage.
- Michael D. M., Robert D. S. (1997). *Startegic Planing Source*, *International Journal of Organizational Analisis*, Vol. 5, Issue 4.
- Nakra, P. (2000). *Corporate Reputation Management "CRM" with a Strategic Twist*, NewYork: Public Relations Quarterly.
- OECD. (2001). *The Well-being of Nations, The Role of Human and Social Capital*.
- Ranking Brands, 2020. https://www.rankingthebrands.com/PDF/2020%20RepTrak%20100-Global_Report,%20Reputation%20Institute.pdf.
- Reprtrak. (2020). <https://www.reprtrak.com/rankings2020>
- Robbins, S. P. (1994). *Management*, 4th ed., New Jersey: Prentice-Hall.
- Ryan, B. And Les, B. (2001). *Assessing a Finansial Value for a Corporate Entity's Reputation: A Proposed Formula*, Manchester Metropolitan University Business School Working Paper Series, s.8.
- Saydam, A. (2015). *Algılama Yönetimi, Remzi Kitabevi - İş ve Yönetim Dizisi*.
- Saylı, H., Uğurlu, Ö., Uğurlu, Y. (2007). *Kurumsal itibar ve yönetsel etik ilişkisinin analizine yönelik bir değerlendirme*, Süleyman Demirel Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, Naci Karaduman özel sayısı, cilt 12, sayı 3.
- Tanja P., Rolf F., Heike G. (2003). *Corporate Reputation, Identity and Competitiveness*, Manchester Conferance.
- Tansala, B. T. (2005). *Yükselen Değer: Kurumsal itibar, Marketing Türkiye*, Yıl: 3, Sayı: 71.
- Temple, J. (2000). *Growth Effect of Education on Social Capital in the OECD Countries*, OECD Working Paper No: 00/36.

- Tucker, L. and Melewar, T.C. (2005). Corporate Reputation and Crisis Management: The Threat and Manageability of Anti-corporatism, *Corporate Reputation Review*, 7, 4.
- Türker, H. (2005). İtibar Yönetimi, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mersin Üniversitesi S.B.E., Mersin.
- Unur, A. (2004). IQ, EQ Arkasından Yeni Bir Kavram: RQ, www.insankaynaklari.com.
- Üçok, D. I. (2008). Kalite odaklı yönetimin Kurumsal İtibar Yaratmadaki Rolü, önemi Ve Reprack İtibar Endeksi yardımıyla Bir Uygulama, Marmara Üniversitesi (Turkey), ProQuest Dissertations Publishing, 2008.
- Weiss, A. M., Anderson, D. J. M. (1999). Reputation Management as a Motivation for Sales Structure Decions, *Journal of Marketing*, 63, 4.
- Williams, Robert J., M.E.Schnake and W.Fredenberger. (2005). “The Impact of Corporate Strategy on a Firm’s Reputation”. *Corporate Reputation Review*.
- World Business Council for Sustainable Development. (1999). Corporate social responsibility: Meeting changing expectations. Geneva: World Business Council for Sustainable Development.

BÖLÜM 3

HATA VE HİLE KAVRAMLARI VE HİLENİN ÖNLENMESİNE YÖNELİK YAPILAN DÜZENLENMELER¹

Öğr. Gör. Vedat KARAGÜN²

Doç. Dr. Melih ENGİN³

¹ Bu çalışma, Melih ENGİN danışmanlığında yürütülen ve Vedat KARAGÜN tarafından hazırlanan “Denetimde Kullanılan Dijital Analiz Teknikleri ve Çok Katmanlı Yapay Sinir Ağları ile Denetim Planlamasında Bir Model Önerisi” başlıklı yüksek lisans tezinden özetlenmiş ve bir kitap bölümüne dönüştürülmüştür.

² Harran Üniversitesi, Akçakale MYO, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programı, Şanlıurfa, Türkiye, vedatkaragun@harran.edu.tr, Orcid: 0000-0001-7503-2718

³ Bursa Uludağ Üniversitesi İnegöl İşletme Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, Bursa, Türkiye, melihengin@uludag.edu.tr, Orcid: 0000-0002-4953-6119

GİRİŞ

Günümüzde teknolojinin gelişmeyle birlikte işletmeler de büyümeye başlamıştır. Büyümeyle birlikte işletme içerisinde üretilen veriler de artmıştır. Muhasebe işlemleri ve denetim olgusu da daha karmaşık bir hâl almıştır. Denetimin daha karışık hâl almasından dolayı yeni teknikler aranmaya başlandı.

İşletme içinde ne kadar çok veri olursa hata ve hilenin olma olasılığı da o kadar artabilmektedir. Bu da işletmeler için daha çok tedbir alınması gerektiğini göstermektedir.

1. HATA KAVRAMI

Hata Türk Dil Kurumu'nun yayınlamış olduğu Türkçe sözlükte şöyle tanımlanmıştır, “İstenmeyerek veya bilmeyerek yapılan yanlış, kusur, yanılma, yanılğı ve suç” olarak ifade edilmiştir (Türk Dil Kurumu, 1983).

Alan ile ilgili daha önce yapılmış olan çalışmalarda, hata şöyle tanımlanmıştır:

Muhasebe hataları, unutkanlık, dikkatsizlik, ihmal, konu hakkında bilgi sahibi olmamak ya da konuda yeterince tecrübe sahibi olmamak nedeni ile muhasebe hesaplarının işleyişinde yapılan yanlışlıklardır. Bu hataların yapılmasında kesinlikle kasıt unsuru yoktur (Erdoğan vd., 2014). Gözden kaçırma, matematiksel işlemleri yaparken basamak atlama ya da rakamların bilmeden eksik yazılması olarak da söylenilebilir (Doğan ve Nazlı, 2015).

Borçlar Kanunu'nda dar anlamda hata, var olan gerçekler hakkında bilinçsizlik ya da eksiklik haline hata denilir. Geniş anlamda hata, bilinçsizlik ve eksikliğe bir de bilgisizliği ekler. Yani, bilgisizlik hatanın meydana gelmesine neden olur (Eren, 2017; Doğan ve Kayakıran, 2017; Bayraklı vd., 2012).

Uluslararası Denetim Standartlarında (UDS/ISA), “Hata” finansal tablolarda kasıtlı olmadan yapılan bir açıklamanın ya da bir hesap tutarının yanlışlıkla kaydedilmemesi veya atlanılması olarak açıklanmıştır (Karacan ve Uygun, 2012).

Yapılan tüm bu açıklamalara göre hatayı toparlamak gerekirse, finansal tablolardaki işlemlerde kasti olmayan (Güreddin, 2014), bilmeden ve istemeden (Güçlü, 2011), bilgisizlikten, dikkatsizlikten ve ihmalsizlikten yapılmış olan yanlışlara denilir (Dumanoglu, 2014).

1.1. Hatanın Yapılma Nedenleri

Yukarıda açıklamış olduğumuz muhasebe hatalarından da anlaşılacağı gibi hatanın yapılma nedenlerini bilgisizlik, tecrübesizlik, ihmal ve dikkatsizlik olarak sıralayabiliriz. Bu maddelerden bilgisizlik ile tecrübesizlik, ihmal ile dikkatsizlik birbiriyle ilişkilidir.

1.1.1. İhmal ve Dikkatsizlik

Muhasebe departmanından sorumlu olan personelin en önemli özelliği ve dikkat etmesi gereken en önemli görevi, muhasebe kaydını yaparken dikkatli ve özenli olmasıdır. Dikkatsizlikten ve ihmalden dolayı ortaya çıkan hatalar, gayri ihtiyari yapılmak üzere, muhasebe kayıtlarının

eksik veya hiç kaydedilmemesinden ortaya çıkar (Erdoğan vd., 2014; Bayraklı vd., 2012).

İhmal ve dikkatsizlikten doğan hataların bazıları da bu ihmal ve dikkatsizlikten ortaya çıkan hatalardan zarar gören kişilerin geri bildirimini ile gün yüzüne çıkar. Örnek verecek olursak, kredili alış ve satışlar nedeniyle, ilgili müşterilerin veya satıcıların gerçek alacak miktarını olduğundan az göstermek ya da gerçek miktarını olduğundan fazla göstermek şeklinde sonuçlar meydana getiren hatalarda durum böyledir (Bayraklı vd., 2012).

Muhasebe hataları, kasıt unsuru taşımayan yanlışlıklar olarak ifade etmiştik. Belli başlı muhasebe hatalarını matematik hataları, kayıt hataları, nakil hataları, unutmama ve tekrarlama hataları ve bilanço hataları olmak üzere beş başlık altında sıralayabiliriz (Bayraklı vd., 2012).

1.1.2. Bilgisizlik ve Tecrübesizlik

Muhasebe departmanından sorumlu olan personelin, muhasebenin temel kavram, ilke ve esaslarını, muhasebe standartlarının yasallığını ve mevzuatını, işletmenin kullanmış olduğu muhasebe programı hakkında yeterli bilgiye sahip olmaması birtakım düzensizliklere sebep olur. 21. yy.'da gelişen teknolojiye bağlı olarak muhasebe kayıtları da giderek karmaşık hale gelmiştir. Bu karmaşıklığın içinden çıkabilmek için muhasebe bölümünde kendini iyi geliştirmiş, yetiştirmiş, kaliteli, dürüst ve iş hakkında bilgi ve tecrübeye sahip personel çalıştırmak önemli olmuştur (Rasgen, 2016).

Muhasebe departmanından sorumlu personel, bilgisi ve tecrübesi yeterli değilse muhasebe kavramlarını, mevzuatı ve işleyişini bilse dahi bunları yanlış yerlere uygularsa, yanlış kayıt yaparsa, hata yapmış olur (Bayraklı vd., 2012). Muhasebe hatalarının önlenmesinde en önemli faktör, muhasebe bölümünde, kendi alanında eğitim almış, dürüst, deneyimli ve bilgili personel ile çalışmaktır (Erdoğan vd., 2014).

2. HİLE KAVRAMI

Hilenin alanda daha önce yapılmış olan çalışmalarda yaygın olarak kullanılan birçok tanımı vardır. Kullanılan bu tanımların hepsi birbirinden farklıdır. Kırtasiyede çalışan bir personelin, okula giden çocukları için kırtasiyeden okul malzemesi alması, kırtasiyeden iş yerine ait malzemeleri çalması ya da şahsi ihtiyaçlarını gidermesi için kullanması hile konusuna kısaca örnek olarak gösterilebilir.

Bir kişi, başka bir kişiden yasadışı olarak bir şeyi almanın iki farklı yolu vardır. Bu yollardan ilki, kişinin fiziksel gücünü kullanarak almak istediği şeyi zorla almasıdır. İkinci yolu da almak istediği şeyi, karşı tarafın zayıf yönlerini ve dikkatsiz olduğu zamanı fırsat bilip, karşı tarafa çaktırmadan elde etmesidir. Bu yollardan ilkinde, hırsızlık, ikincisine, hile denilmektedir. Hırsızlık, hileye göre daha şiddetli olup, etrafındaki insanların dikkatini üzerine çeker. Hilede, hırsızlığa göre kayıp daha fazladır (Rasgen, 2016).

TDK'nın yayınlamış olduğu sözlükte, "Hile" birini aldatmak, birini yanıltmak için yapılmış olan düzen, dolap, oyun, ayak oyunu, alavere

dalavere, desise entrika olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 1983).

Muhasebe ile ilgili olayların oluşumu, belgelenmesi, kaydedilmesi ve işletme ile ilgili çıkar çevrelerine rapor edilmesi aşamasında, ilgili kişilerin haberi olmadan, yasalara, mevzuata ve muhasebe temel ilkelerine aykırı kayıt yapılması ve işletmeye zarar verilmesi olarak tanımlanmıştır (Doğan ve Kayakıran, 2017).

Başka bir ifadeyle, hile, bir işletmenin sahip olduğu varlıklarının ve kaynaklarının bilinçli olarak yanlış yerde kullanılması ya da uygulanmasıyla çalışan personelin kişisel fayda sağlaması olarak ifade edilmiştir (Doğan ve Nazlı, 2015; Abdioğlu, 2007). Belli bir amaçla işletmenin kaydedilmesi gereken belgelerin bilerek tahrip edilmesi de hile olarak ifade edilmektedir (Terzi, 2012; Ulucan Özkul ve Pektekin, 2009).

Hileler, muhasebe belgeleri ve muhasebe kayıtları üzerinde bilinçli olarak yapıldığından, muhasebe sistemi içinde, kendiliğinden ortaya çıkarılması beklenmez. Tam tersine, hileler bilinçli olarak yapıldığından, hilelerin tespit edilip ortaya çıkartılması oldukça zor bir durumdur. Zor olmasının sebebi, bilinçli olarak yapıldığından insan beyni sürekli yeni yöntemler geliştirmesidir (Maliye Hesap Uzmanları Derneği, 2003).

Yukarıda yapmış olduğumuz açıklamalardan yola çıkıp hileyi toparlayacak olursak;

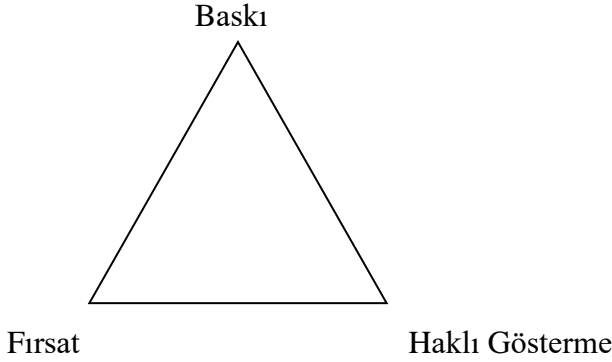
Hile, sahtekarlık, yolsuzluk, usulsüzlük gibi yanlışların (Güreddin, 2014) kasıtlı olarak yapılmasıdır (Erdoğan vd., 2014). Yani, hilenin olması için kasıt unsuru olmak zorundadır (Bayraklı vd., 2012).

Yapılmış olan bir hilede genel olarak bazı unsurlar yer alması gerekir. Bu unsurlar (Haftacı, 2014; Karacan ve Uygun, 2012; Bozkurt, 2009):

- ✓ Hile, hileyi yapan tarafından, hile yapılan kişiden gizlice yapılmış olması gerekir.
- ✓ Yapılan hilede, hilekara yarar sağlanmış ya da sağlanacak olması gerekir.
- ✓ Hilede kasıt unsuru olmalıdır.
- ✓ Hile sonucunda bir tarafın kesinlikle zarar görmüş olması gerekir.

3. HİLENİN UNSURLARI

Bir işletmede hilenin oluşmasına neden olan temel unsurlar üç tanedir. Bu üç temel unsur, Baskı Unsuru, Fırsat Unsuru ve Haklı Gösterme Unsurudur. İşletmede bu üç temel unsur bir araya geldiği zaman hilenin yapılması için uygun ortam oluşmuş olup, bu ortamda işletme çalışanları ve yöneticileri tarafından hile yapılması kolaylaşır (Karacan ve Uygun, 2012). Bu üç temel unsurun birleşmesi “Hile Üçgeni” olarak tanımlanmaktadır. Hile üçgeni aşağıda Şekil 1’deki gibidir (Ramos, 2003):



Şekil 1: Hile Üçgeni (Ramos, 2003)

3.1. Baskı Unsuru

Baskı unsuruna neden olan bazı durumlar vardır. Bu durumlar genel olarak; işletme içindeki finansal problemler, işletmenin dönem içinde belirlemiş olduğu gerçekçi olmayan hedefler, çalışanların zamanında almış olduğu borçlar örnek olarak gösterilebilir (Karacan ve Uygun, 2012; Goldmann, 2010).

3.2. Fırsat Unsuru

Fırsat, bir işletmede çalışan personellerin işletme yöneticileri ve üst yöneticilere çaktırmadan yapılmasıdır.

Fırsat unsurunun sebepleri, işletme çalışanın rutin olarak uyulması gereken kuralları olmaması, işletme içinde yeterli kontrolün olmaması, işletmenin en önemli yerinde görev alıyor olmak ve hile yapmak için iyi bir operasyonel bilgiye sahip olmak gerekir (Erdoğan, 2006).

3.3. Haklı Gösterme Unsuru

İşletme çalışanının yapmış olduğu hile sonucu kendini haklı göstermek için savunma yapmasıdır.

Hileyi yapan kişinin kendini haklı göstermek için kendince geliştirmiş olduğu ödünç aldım geri bırakacaktım, bunu herkes yapıyor, fazla mesai yaptığım halde ek ücret almıyorum, terfi ettirilmem gerekirken terfi ettirilmedim, bu hileyi iyi bir amaç için yaptım, işletme vermesi gereken vergiyi vermedi, vergi kaçakçılığı nedeni ile zaten benim hakkım olan şeyi aldım şeklinde gerekçeleri vardır (Güreddin, 2014; Haftacı, 2014; Hatunoğlu vd., 2012).

4. HİLE TÜRLERİ

Zamanla gelişen teknoloji ile iş hayatında yapılmış veya yapılma ihtimali olan hilelerin hepsini kaydetmek ve sınıflandırmak oldukça güç hale gelmiştir. Bunun en temel sebebi, insan beyni yaptığı hilenin bir sonraki aşamasını düşünüp yeni bir hile için hazırlık yapmasıdır. Bu durumda insanın neyle karşı karşıya kalacağını kestirmesi oldukça zordur (Bozkurt, 2009).

Hile türlerini çalışan hileleri, yönetim hileleri, yatırım hileleri, satıcı hileleri ve müşteri hileleri olarak beş grupta inceleyebiliriz

4.1. Çalışan Hileleri

Bu hile türleri işletme personelinin, işletme varlık ve kaynaklarına el koyarak ya da işletmenin kuralları dışında kendi menfaatine kullanarak, işletmeye maddi zarar vermesidir (Mengi, 2013). İşletme bunları

dikkatsizlikten kaynaklandığını düşünse de personel bu hileleri kasıtlı olarak yapmış olduğu hırsızlık, dolandırıcılık ve sahtekarlığı gizlemek için yapmaktadır (Emir, 2008).

4.2. Yönetim Hileleri

Finansal tablolar hilesi olarak da bilinen hilelerdir. Bu hilelerde, hile genellikle işletmelerin finansal tablolarında yapılır. Hilekâr, işletmenin tepe yönetiminde olan yöneticilerdir. Tepe yöneticileri genellikle tablolar üzerinde oynama yaparak hile yaparlar. Bu hileler, çalışan hilelerine göre daha az rastlanılır, ancak işletmeye verilen zarar bakımından daha çok zarar verildiği görülmektedir (Terzi, 2012a).

4.3. Yatırım Hileleri

Bu hile türünün en yakın olduğu hile çeşidi, yönetim hileleridir. Bu hilelerde, hileli ve genellikle değeri olmayan yatırımlar, hileli durumdan şüphelenmeyen yatırımcılara satılmaktadırlar (Rasgen, 2016).

4.4. Satıcı Hileleri

Hileler içinde kapsamı en geniş olan hile türü diyebiliriz. Her yerden, herkesten hile yapılma ihtimali vardır.

Ürün alınan müşteri yüksek tutarlı faturalar kesebilir, anlaşılmış olan maldan farklı ve daha düşük kalitede olan mal gönderilebilir, yapılmış olan satış işlemi için birden fazla fatura kesilebilir, sipariş geçilmemiş olan ürün için fatura kesilebilir (Mengi, 2013a). Saymış olduğumuz bu

hileler, satıcı hilelerinin ne kadar geniş olduğunu gösteriyor ve bu hileler daha da arttırılabilir.

4.5. Müşteri Hileleri

İşletmeden ürün ve hizmet satın alan müşterilerin işletmeye karşı yapmış oldukları hilelerdir. Mal veya hizmetin düşük fiyat ile satın alınması, bedeli ödemedi mal ve hizmet alınması, alınmış olan bir mal ve hizmetin bedeli ödenmeden ödenmiş gibi gösterilmesidir (Bozkurt, 2009).

Bütün şirketler, kendi işletmelerinde hilenin olmayacağını söyleyebilirler. Ancak birçok işletme hileye maruz kalmaktadır. İşletmelerde olan hilelerin neredeyse tamamı tespit edilemez ve bunlar rutin hale gelirler.

Hileler genellikle küçük ve cüz-i miktarlarda başlar ve bu rutin hale geldikçe artar. Bu hilelerde işletmeye en çok zarar verenler ise işletmenin tepe yönetiminde olan işletme yöneticileri tarafından yapılan hilelerdir (Rasgen, 2016).

5. HİLENİN ÖNLENMESİNE YÖNELİK YAPILAN DÜZENLENMELER

Hilenin önlenmesi ile ilgili birçok düzenleme yapılmıştır. Yapılmış olan bu düzenlenmeler Amerika Birleşik Devletleri'ndeki (ABD) muhasebe meslek örgütü olan AICPA etkili olmuştur. ABD dışındaki ülkeler de bu muhasebe meslek örgütünün belirlemiş olduğu kurallardan faydalanmışlar ve kendi ülkelerinde bunlardan esinlenerek

kurallar uygulamışlardır. AICPA, Enron vakasının ortaya çıkması ile büyük bir prestij kaybetti. 2002 yılında yayınlanan Sarbanes-Oxley Yasası (SOX) ile AICPA'nın bağımsız denetimdeki etkileyici gücü elinden alındı (Çıtak, 2009).

Sarbanes-Oxley Yasası (SOX) ile gelişmiş olan bu gelişmelerden ABD dışındaki ülkeler de etkilenmiştir. Bu yasa ile birçok ülkede hilenin önlenmesi için düzenlemeler yapılmıştır. Yapılmış olan düzenlemeler yine ABD'nin önderliğinde yapılmıştır. Birçok ülkenin etkilenmiş olduğu düzenlemelerden Türkiye de etkilenmiştir (Demir, 2014).

5.1. Sarbanes-Oxley Yasası (SOX)

Sarbanes-Oxley Yasası, halka açık olan şirketlerde yatırımcıyı koruma yasasıdır. Bu yasanın amacı, yasa da belirtilmiş olan, sermaye piyasası mevzuatına göre açıklanmış olan şirketlere yönelik kurumsal bilgilerin doğruluğunu ve güvenilirliğini artırıp, yatırımcıları korumaktır (Güven, 2008).

2002 yılında yayınlamış olan bu yasa ile şirketlerin üst düzey yöneticilerine çok ağır sorumluluklar yüklenmiştir. Aynı şekilde yöneticiler için çok ciddi suçların tanımlandığı ve cezaların öngörüldüğü, yönetim sistemlerinin güçlendirilmesini de sağlayan düzenlemeler içermektedir (Pehlivanlı, 2010).

Yasa, 2002 yılında yayınlandı. Yayınlanan bu yasa 11 ana başlıktan ve 66 alt başlıktan oluşmaktadır (Pehlivanlı, 2010).

1. Halka Açık Şirketler Muhasebe Gözetim Kurulu

2. Denetçi Bağımsızlığı
3. Kurumsal Sorumluluk
4. Kapsamı Genişletilen Mali Bildirimler
5. Analist Çıkar Çatışmaları
6. Komisyonun Kaynakları ve Otoritesi
7. Çalışmalar ve Raporlar
8. Kurum ve Suçlunun Hilelerdeki Sorumluluğu
9. Beyaz Yakalıların Suçları ile İlgili Cezaların Arttırılması
10. Kurumsal Vergi Beyannameleri
11. Kurumsal Su İstimal ve Sorumluluk

Yasanın genel anlamda hedeflerine aşağıda yer verilmiştir (Güngör, 2003).

- ✓ Şirketlerdeki kurumsal yönetiminin güçlendirilmesi,
- ✓ Kurumsal yönetime etkisi olan unsurlar ile şirket ilişkilerinin yeniden tanımlanması,
- ✓ Söz konusu ilişkilerde şeffaflığın sağlanması,
- ✓ Kamuoyunun daha iyi ve güvenilir bir biçimde bilgilendirilmesi,
- ✓ Denetçi bağımsızlığının sağlanması ve denetimin etkinleştirilmesi,
- ✓ İç kontrol sisteminin etkinliğinin artırılması

Yasayla birlikte şirket CEO ve CFO'larının sorumlu oldukları alanlar genişledi. Söz konusu CEO ve CFO'ların iç kontrol sistemlerinin

kurulması ve sistemin etkinliğinin değerlendirmelerden sorumlu tutuldular (Walker, 2004).

Aynı şekilde bu yöneticiler işletmelerin finansal tablolarının onaylama şartı getirildi. Bununla birlikte bu yöneticilerin muhasebe ve finansal tablolar üzerindeki sorumlulukları arttırılmış oldu (Pehlivanlı, 2010).

Yayınlanmış olan bu yasadan yönetim kurulu, üst yönetim, bağımsız denetçiler, iç denetçiler, standart koyucu otoriteler, kurumsal yatırımcılar, bireysel yatırımcılar, avukatlar ve analistler olmak üzere çok çeşitli taraflar etkilendiler (TÜRMOB, 2003):

5.2. Hilenin Önlenmesine Yönelik Türkiye’de Yapılan Düzenlemeler

Türkiye’de mali tabloların düzenlenmesi ve bu mali tabloların işletme ile ilgili taraflara sunumuna ilişkin ilkeler ve kurallar ile ilgili düzenlemeler; Türk Ticaret Kanunu (TTK), Sermaye Piyasası Kurulu (SPK), Kamu Gözetimi Kurulu (KGK) ve Bankacılık Denetleme ve Düzenleme Kurulu’nun (BDDK) mevzuatında yer almaktadırlar. Her ülkede olduğu gibi Türkiye’de de ekonomik açıdan krizler yaşanmıştır. Bu krizlerden yola çıkarak, ABD’deki düzenlemeler göz önüne alınarak Türkiye’de de düzenlemeler yapılmasına teşvik edildi ve teşvik sonucu düzenlemeler yapılmıştır.

Şirketlerde olan hilelerin önlenmesinde ve bu hilelerin ortaya çıkartılmasında, en temel sorumluluk şirket yöneticilerine ve şirketten sorumlu olan kişilere aittir. Şirket yöneticileri, hile ve hataları önlemek

için gerekli ne tedbir varsa alması gerekir. Uyulması gereken kuralları belirlemesi gerekir. Kurallar belli olduğu zaman çalışanlar hiçbir şekilde hile ve usulsüzlüğe başvuramazlar (Çıtak, 2009).

5.2.1. Türk Ticaret Kanunu'ndaki (TTK) Düzenlemeler

TTK'da faaliyette olan firmaların bağımsız bir denetçi tarafından denetlenmesi mecburi hale getirilmiştir. Aynı firmanın yönetim kurulu üyelerinden belirlenmiş olan denetim komitesinin yapılandırılmasını ve firmayı denetleyecek olan bağımsız denetçilerin belli bir süreden sonra değiştirilmesi mecburiyeti de getirilmiştir (Demir, 2014).

Faaliyet yılı içinde hazırlanmış olan mali tablolar ve yıllık raporlar denetçinin denetiminden geçmediği sürece düzenlenmemiş sayılacaktır.

TTK'da sermayesi paylara bölünmüş komandit şirketlerin ve limited şirketlerin denetimine, anonim şirketlerin denetimi için alınmış olan hükümler uygulanacaktır. Yani, sadece anonim şirketleri değil, bunlarla birlikte sermayesi paylara bölünmüş komandit şirketler ve limited şirketler de bağımsız denetçi tarafından denetime tabi tutulacaktır.

TTK'ya göre denetimi yapacak olan denetçi, bağımsız denetleme kuruluşu olmak zorundadır. Ancak, küçük anonim şirketler, en az iki tane yeminli mali müşaviri ya da serbest muhasebeci mali müşavirini denetçi olarak seçebilir ve denetim yaptırabilir.

TTK, Avrupa Birliği (AB) hukuk düzeni ile uyum içinde, uluslararası finansal raporlama standartları ve uluslararası denetim standartlarını dikkate alarak hazırlanmıştır (Demir, 2014).

5.2.2. Bankacılık Denetleme ve Düzenleme Kurulu (BDDK) Tarafından Yapılan Düzenlemeler

Bankalarda Bağımsız Denetimi Gerçekleştirecek Kuruluşların Yetkilendirilmesi ve Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik 1 Aralık 2006 tarihinde, 26333 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanmıştır. Yayımlanmış olan bu yönetmelikte geçen bazı maddeler, 24 Temmuz 2007 tarihinde, 26592 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanmış olan Bankalarda Bağımsız Denetimi Gerçekleştirecek Kuruluşların Yetkilendirilmesi ve Faaliyetleri Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelikle değiştirilmiştir.

Bu yönetmeliğin beşinci maddesinin dördüncü fıkrası 6102 sayılı TTK ile SPK tarafından yayımlanan yönetmelik ile aynı yönde arz etmektedir. Bu fıkra göre, bağımsız denetim faaliyetleri kanun ve kanuna yönelik düzenlemeler, bunlarla ilgili olan diğer düzenlemeler ve uluslararası denetim standartları göz önünde bulundurularak gerçekleştirilmesi kararlaştırılmıştır (Demir, 2014).

5.2.3. Kamu Gözetimi Kurumu (KGK) Tarafından Yapılan Düzenlemeler

Türkiye’de mali değeri olan raporların, uluslararası standartlarını baz alarak düzenlenmesini ve denetlenmesini sağlayacak standartları

belirleyen ve kamu gözetimini gerçekleştiren, Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu'nun da hile ile ilgili düzenlemelerini içermektedir.

2013 yılında yayımlanan Türkiye Denetim Standartları Tebliğinin No:6 ile denetimi yapacak olan bağımsız denetçilerinin hileye karşı alacakları sorumlulukları belirtilmiştir. Bu tebliğin kapsamı 240 no'lu bağımsız denetim standardı metninde detaylı bir şekilde ifade edilmiştir. 240 no'lu bağımsız denetim standardında denetçi, denetimi yaparken mali tablolarda hata ve hileden dolayı ortaya çıkacak önemli yanlışlıkların bulunmadığına dair makul (geçerli) güvence elde etmek ile sorumlu olduğu açık bir şekilde belirtilmiştir.

5.2.4.Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) Tarafından Yapılan Düzenlemeler

2006 yılında, 26196 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan ve yürürlüğe giren SPK “Seri: X ve 22 sayılı Sermaye Piyasasında Bağımsız Denetim Standartları Hakkında Tebliğ” ile bağımsız denetim, hata ve hile ile ilgili açıklamalar yapılmıştır.

Tebliğin altıncı kısmında, birinci bölüm, dördüncü maddesinde hile ve usulsüzlüklerden bahsetmiştir. Hata ve usulsüzlük “işletmenin yönetiminde olanlar ile bu yönetimden sorumlu olan kişilerin, çalışan personellerin ya da işletme ile faaliyet halinde olan üçüncü kişilerin kasten, adil olmayan ya da yönetmeliğe aykırı olan bir menfaat sağlamak amacıyla aldatma içeren davranışlarda bulunmaları” olarak tanımlanmıştır (Sermaye Piyasası Kurulu, Seri: X, 2018).

Bağımsız denetçi, denetimi yaparken işletmenin mali tablolarında önemli hatalara sebep olacak hile veya usulsüz iş ya da işlem varsa göz önünde bulundurmamak zorundadır.

Yayımlanmış olan Tebliğde iki tür hileden bahsetmektedir (Sermaye Piyasası Kurulu, Seri: X, 2018).

- 1- Mali tablolarda yer alması gereken kalemlerin, tutarların ya da açıklamaların kasıtlı olarak yazılmaması, yanlış beyan edilmesi sonucu denetçiyi yanıltması olacak şekilde finansal raporlama hataları.
- 2- İşletme yönetiminden sorumlu olan yöneticilerin aktif olarak yapması gereken kontrolleri göz ardı etmesinden dolayı oluşan hileli finansal raporlamadır.

Tebliğe göre işletmede oluşabilecek hata ve hilelerin önlenmesi ya da ortaya çıkartılmasından sorumlu işletme yönetimi ve yönetimden sorumlu olan kişiler olduğu beyan edilmiştir (Demir, 2014).

KAYNAKÇA

- Abdioğlu, H. (2007). Hilelerin önlenmesi ve ortaya çıkarılmasına yönelik proaktif yaklaşımlar. *Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi*, 22, 120-35.
- Bayraklı, H. H., Elitaş, C. ve Erkan, M. (2012). *Muhasebe ve vergi denetiminde muhasebe hata ve hileleri*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Bozkurt, N. (2009). *İşletmelerin kara deliği hile- çalışan hileleri*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Çıtak, N. (2009). *Hileli finansal raporlamada yaratıcı muhasebe*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Demir, M. (2014). Benford yasası ve hile denetiminde kullanılması. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- Doğan, S. ve Kayakıran D. (2017). İşletmelerde hile denetiminin önemi, *Maliye Finans Yazıları Dergisi*, 108, 167-87.
- Doğan, Z. ve Nazlı, E. (2015). Muhasebede hata ve hilelerin önlenmesinde işletme yöneticilerinin sorumluluğunun tespitine yönelik bir araştırma. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(4), 195-212.
- Dumanoğlu, S. (2014). Hata ve hile ayrımı: hile denetimi. *M U İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(1), 347-58.
- Emir, M. (2008). Hile denetimi. *Mali Çözüm Dergisi*, 86, 109-24.
- Erdoğan, M. (2006). *Denetim: kavramsal ve teknolojik yapı*, Ankara: Maliye ve Hukuk Yayınları.
- Erdoğan, M. vd. (2014). *Muhasebe hilelerinin denetiminde benford yasası*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Eren, F. (2017). *Borçlar hukuku: genel hükümler*, İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Goldmann, P. (2010). *Financial services anti-fraud risk and control workbook*, 1 edition., hoboken, n.j., Chichester: Wiley.
- Güçlü, F. (2011). *Muhasebe denetimi ilkeleri ve teknikleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Güngör, A. F. (2003). Denetçi bağımsızlığı konusunda sarbanes-oxley kanunu sonrası gelişmeler-1, *Yaklaşım Dergisi*, 124, 19-40.

- Güreddin, E. (2014). *Denetim ve güvence hizmetleri smmm ve ymm'lere yönelik ilkeler ve teknikler*, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Güven, F. M. (2008). İşletmelerde iç kontrol yapısının yeri ve önemi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Haftacı, V. (2014). *Muhasebe denetimi*, Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Hatunoğlu, Z., Koca, N. ve Kılılı, M. (2012). İç kontrolün muhasebe sistemindeki hata ve hilelerin önlenmesindeki rolü üzerine bir alan çalışması, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(20), 169-189.
- Karacan, S. ve Uygun, R. (2012). *Tekdüzen Muhasebe sistemi ve uluslararası denetim standartları ile uyumlu denetim ve raporlama*, Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Maliye Hesap Uzmanları Derneği (2003). *Denetim ilke ve esasları*, İstanbul: Maliye Hesap Uzmanları Derneği.
- Mengi, B. T. (2013). İşletme İç hilelerin ortaya çıkarılmasında ve sorgulanmasında bir araç olarak beden dili, *Mali Çözüm Dergisi*, 117, 41-57.
- Mengi B. T. (2013a). Satıcı hileleri, *Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi*, 39, 125-40.
- Pehlivanlı, D. (2010). *Modern iç denetim güncel iç denetim uygulamaları*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Ramos, M. J. (2003). Auditors' responsibility for fraud detection: sas no. 99 introduces a new era in auditors' requirements, *Journal of Accountancy*, 195(1).
- Rasgen, M. (2016). *Hile denetiminde benford yasası'nın kullanılmasına ilişkin bir uygulama*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Sermaye Piyasası Kurulu, Seri: X ve 22 Sayılı Sermaye Piyasasında Bağımsız Denetim Standartları Hakkında Tebliği, 6. Kısım, 1. Bölüm, madde 4., t.y. (13.03.2018).
- Terzi, S. (2012). Hile ve usulsüzlüklerin tespitinde veri madenciliğinin kullanımı, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 54, 51-64.
- Terzi, S. (2012a). *Hileli finansal raporlama önleme ve tespit*, İstanbul: Beta Basım Yayım.

- Türk Dil Kurumu (1983). *Türkçe sözlük*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi, TDK.
- Türmob (2003). Sarbanes-Oxley yasası, *Bilanço Dergisi*, 42, 15-25.
- Uluçan Özkul, F. ve Pektekin, P. (2009). Muhasebe yolsuzluklarının tespitinde adli muhasebecinin rolü ve veri madenciliği tekniklerinin kullanılması, *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 11(4), 57-88.
- Walker, R. G. (2004). Gaps in guidelines on audit committees, *Abacus*, 40(2), 157-92.

BÖLÜM 4

ŞANLIURFA İLİNDE İNSAN VE DOĞAL ORTAM ETKİLEŞİMİ BAKIMINDAN SARNIÇLAR

Doç. Dr. Abdulkadir GÜZEL¹

¹ Harran Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü, email: akdguzel@hotmail.com, Orcid: 0000-0002-4168-4803

GİRİŞ

Şanlıurfa ili sürekli akışa sahip akarsu ve kaynağın çok az olmasına rağmen tarihi devirlerden beri yerleşme açısından yoğun alan bölgelerden biridir. Yerleşmeler açısından su hayatta kalma için birincil ve kritik öneme sahip ön koşuldur. İl genelinde sürekli akışa sahip kaynakların olmaması ve içinde bulunduğu iklim bölgesinin kurak evresinin çok uzun olması bölgede yaşayan insanların yağmurlu dönemlerde yamaçlardan, damlardan (çatı) yüzeysel akışa geçen suları depolama yöntemi geliştirmelerine neden oldu. İşte bu yamaçlarda yüzeysel akışa geçen suların depolandığı yapılara sarnıç diyoruz. Bu sarnıçlar içinde bulunduğu yerleşmenin kurak dönemde su ihtiyacının karşılamak için yapıldığı gibi aynı zamanda tarihi ticaret yolları üzerinde yolculuk yapan kervanların su ihtiyacını karşılamak içinde inşa edilmiştir. Bu sarnıçların olduğu alanlar kervan yollarının da dinlenme ve duraklama noktalarını da göstermektedir. İlde genelde yumuşak kalker içine oyularak inşa edilmiş sarnıçlar bulunduğu gibi killi marnlı kalker içine inşa edilmiş sarnıçlar bulunmaktadır.

Bu sarnıçlar konum olarak bir platonun yüzeyinde olduğu gibi vadi tabanında ya da yamacında da bulunabilmektedir. Bazen bir yerleşmenin en yüksek noktasında olup buradan su basınçlı şekilde yerleşmeni farklı yerlerine verilebilmektedir.

Şekil olarak üzeri kubbe şeklinde kapalı olan sarnıçlar, yerin altına kazılıp basamakla inilen sarnıçlar, üzeri düz damlı olacak şekilde kapalı olan sarnıçlar veya kemerler uzatılıp ters oluk şeklinde üstü kapalı

sarnıçlarda il de bulunmaktadır. Bu çalışma özellikle sarnıç ve hayratlar ile doğal ortam arasındaki ilişkiye odaklanmıştır.

İl genelinde bulunan sarnıçların ilk ne zaman yapıldığı kesin olarak bilinmemekle beraber bu yapıların neolitik dönemden beri var olduğu, her gelen medeniyetin bu yapıları değiştirdiği veya geliştirdiği düşünülmektedir.

Su sarnıçlarının geçmişten beri kullanımı ve değişim, gelişimi yüzyıllar boyunca insanlığa doğaya karşı önemli kazanımlar sağlamıştır. Bu çalışma aynı zamanda eski sarnıçların dönemin teknolojisine, su yönetimine, çevresel duyarlılığına, sürdürülebilir kullanımına dair özelliklerine önemli vurgulamalar yapmaktadır. Bu yapılar modern su mühendisliğinin temelini oluşturduğundan geleceğe dair bazı sorunların anahtarı olacaktır. Yirminci yüzyıldaki hızlı teknolojik ilerleme, su iletim sistemleri, özellikle depolamalar ile ilgili bir takım çözülmemiş sorunlar olmasına rağmen, günümüzdekilerin çok gerisinde olduğu düşünülen eski su teknolojilerinin yok sayılmasına neden olmuştur. Nüfus olarak büyüyen dünyada, bu tür sorunlar eşi görülmemiş bir derecede artmıştır.

Sarnıçların inşası ve kullanımı, Levant'ın Ramad ve Lebwe gibi köy yerlerinde evlerin zeminlerine su geçirmez kireç sıva sarnıçların inşa edildiği Neolitik Çağ'a kadar uzanabilir (Miller, 1980: s. 345). Levant, Güneybatı Asya'da, Toros Dağları'nın güneyinde, batıda Akdeniz, güneyde Arap Çölü ve doğuda Mezopotamya ile çevrili geniş bir alanı ifade eden coğrafi bir terimdir. MÖ dördüncü binyılın sonlarına doğru

sarnıçlar, kuzeydoğu Lübnan'daki Jawa'da olduğu gibi, kuru arazi çiftçiliğinde kullanılan, ortaya çıkan su yönetimi tekniklerinin temel unsurlarıydı (Roberts, 1977: s. 136). .

Tarihi zamanlarda sarnıçlar, iyi tasarlanmış bir şehrin temel özelliği haline geldi. Roma döneminde artan nüfus, boyutlarının büyümesine ve sarnıçların etkileyici su taşıma yapıları ile birleşmesine neden olmuştur.

Şanlıurfa ilende sarnıçların kullanımı ve değişimi ya da gelişimi, önemli faydaları ve doğaya beşeri ve iktisadi hayata olan kazanımları ulaşım ve teknolojik gelişimlere vurgu yapılarak anlatılmaya çalışılmaktadır. Bu çalışmada eski su sarnıcı yapım tekniklerine ve sarnıçların kullanım ile idaresine ilişkin, dayanıklılık, çevresel duyarlılık ve sürdürülebilirlik özelliklerini vurgulayan değerli bilgiler sunulmaktadır. Aynı zamanda çeşitli uygarlıklardaki su teknolojik gelişmelerinin bir karşılaştırması yapılmıştır. Bu teknolojiler, su mühendisliğindeki modern başarıların temelini oluşturuyor ve “geçmişin geleceğin anahtarı olduğunu” açıkça gösteriyor (Mays, L. ve ark. 2013: s. 1917) .

Yirminci yüzyıldaki hızlı teknolojik ilerleme, su temini sistemleri, özellikle sarnıçlar ile ilgili bir takım çözülmemiş sorunlar olmasına rağmen, günümüzdekilerin çok gerisinde olduğu düşünülen eski su teknolojilerinin yok sayılmasına neden olmuştur. Gelişmekte olan dünyada, bu tür sorunlar eşi görülmemiş bir derecede yoğunlaşmıştır (Mays, L. ve ark. 2013: s. 1917).

1.1.Amacı:

Yaz mevsiminde güneydeki Basra alçak basınç alanının hızla etkisi altına girerek kuraklaşan Şanlıurfa ilinde buharlaşmanın artması, yağışın kesilmesiyle birlikte suya olan ihtiyaç gittikçe artmaktadır (Özcanlı, ve ark. 2021: s. 129). Yaz kuraklığına karşı oluşturulan içme suyu ve kullanma suyu deposu sarnıçlara olan ihtiyaç yeraltı suyuna sondaj imkânlarıyla ulaşılmasıyla günümüzde ortadan kalkmıştır. Bu nedenle yer yer sarnıçların üzeri çökmüş yol altında kalmış veya doldurularak devre dışı bırakılmışlardır. Bu yazımızla sarnıçların tekrar gün yüzüne çıkarılarak tanıtılıp turizm amaçlı kullanılması ön görülmektedir.

1.2. Çalışmanın Önemi

İnsanlar tarafından yapılan ekonomik faaliyetler sonucunda atmosfere salınan gazların sebep olduğu sera etkisi nedeniyle, Dünya üzerinde yıl boyunca kara, deniz ve havada ölçülen ortalama sıcaklıklarda görülen artışa küresel ısınma denilir. Aynı zamanda dünya genelinde şehirlerin genişlemesine bağlı olarak değişen arazi örtüsü miktarı, nüfusun artmasıyla daha fazla büyümektedir (Yılmaz,. Özcanlı, 2021: s. 41). Küresel ısınmanın dünya ölçeğinde artması insanların suya olan ihtiyacını gittikçe artırmıştır. Bu durum hala özellikle yaz aylarında yaşanan kurak dönemde insan ve tarımsal faaliyetlerin suya olan ihtiyacına bağlı olarak çeşitli su yapılarının oluşmasına neden olmuştur (Yetmen, ve ark. 2017: s. 134). Buna en belirgin örnek Şanlıurfa'da

GAP projesine bağılı olarak yapılan sulama kanallarının artışı da örnektir (Benek., Özcanlı., 2015: s. 189).

Suyu ekonomik kullanma bilincinin geliştirilmesi için sarnıçların amacı ve öneminin yeni nesillere anlatılması için bunların korunması gerekmektedir. Ayrıca dünya ölçeğinde kültür turizmine olan rağbetin atmasıyla birlikte bunların yeniden restore edilerek ekonomik olarak kullanımı Şanlıurfa ve ülke ekonomisine önemi katkılar sağlayacaktır. Teknolojik yeniliklerin insan hayatını kolaylaştırmasıyla birlikte kervan yolları unutulmuştur. Özellikle yol boyu sarnıçlarının harita üzerinde birleştirilmesiyle eski ulaşım güzergâhının yeniden belirlenmesini de beraberinde getirecektir.

1.3.Yöntem

Çeşitli vesilelerle arazide yaptığımız çalışmalarımız esnasında gerek yerleşme yerleri civarında gerekse önemli yol boylarında su depolama alanlarının varlığını tespit ettik. İnsan doğal ortam etkileşimini güzel örneklerini sunan bu su yapılarının farklı tipleri tespit edildi. Bunların yapıldığı arazilerin jeolojik özellikleri, planları, örtü tipleri fotoğraflanarak kayıt altına alındı. Daha sonra bu çalışmadaki veriler sistematik mantık çerçevesinde düzenlenerek çalışma tamamlandı.

2-DÜNYADA SARNIÇLARIN VARLIĞI

Sarnıç kelimesi, “su depolamak üzere yapılmış üstü kapalı veya açık havuz” anlamındaki Arapça sıhrîcden (çoğulu sahârîc) gelmektedir. İran’da üstü kubbe örtülü ve havalandırma bacalı sarnıçlara âb-anbâr

denilmektedir. Sarnıçlar genellikle yaz kuraklıklarının hâkim olduğu yerlerde su ihtiyacını karşılamak için yapılmış olan eserlerdir. Yapım teknikleri ve planları ülkenden ülkeye bölgeden bölgeye değişim gösterir. Bazen yeraltında bazen de yer üstünde yapılırlar. Sıcak ve kurak bir iklim sahasındaki İran'da sarnıçlar çok gösterişli ve bakımlıdır.

Sarnıçların dünyadaki en eski örneklerinden biri Peru yakınlarındaki Nazca'dadır. Cantayo bölgesi olarak bilinen bölgedeki yapılar, taş örgü duvarlarla spiral şeklinde yapılmıştır. su kaynaklarına uzakta yer alan bu sarnıçlara suyun, yağın yağmurlarla biriktirildiği düşünülmüştür. Ancak yakın zamanda yapılan arkeolojik kazılar ve bilimsel çalışmaların sonucunda bu sarnıçları besleyen suyolları ve kanallar keşfedilmiştir. Yine arkeolojik kazılarda ortaya çıkan bir diğer sarnıç, Hindistan'da Pavurallakonda Bheemili bölgesinde MÖ II. yüzyıla tarihlenen sarnıçtır. Dünya mimarlık mirasının ilk sarnıçlarından biri sayılabilecek olan bu yapı, bölgenin en yüksek noktasındaki kayaya oyulmuş ve yağmur sularının bu oyukta birikmesi amaçlanmıştır (Güngör, 2017: s.38).

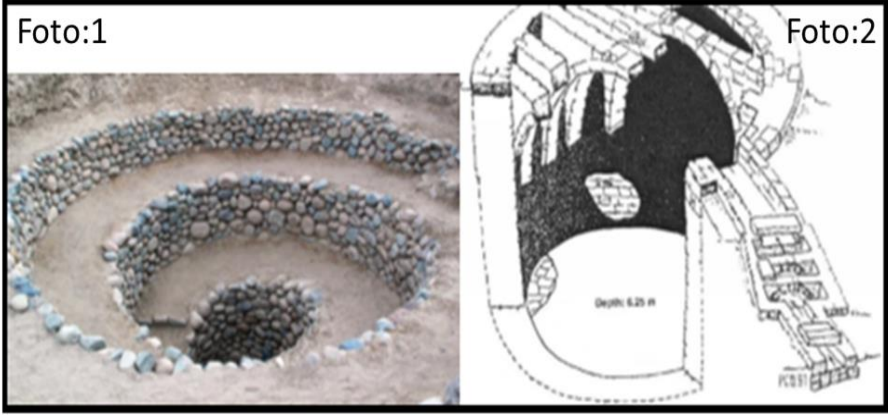


Foto.1: Peru Nazca'daki Sarnıcın Taş örme duvarları²

Foto. 2: Kudüs'teki bir su sarnıcı³

Kudüs'te yapılan kazılarda her evin altında insanların kendi imkânlarıyla yapmış oldukları sarnıçlar bulunmuştur. Bu sarnıçlar, armut biçiminde küçük girişli, doğal taş içine oyulmuş veya taş duvar ile örülmüş yapılardır. Ayrıca sızıntıyı önlemek için duvarların sıvanmasının ilk kez bu sarnıçlarda yapıldığı düşünülmektedir. Fas'ta bulunan Agdal Sarnıcı, El Cedide'deki Roma dönemi sarnıcı, Japonya Nagazaki'deki sarnıç, Kartaca'daki La Marga Sarnıcı, Kudüs'te yakın zamanda keşfedilen 3000 yıllık sarnıç, insanların suyu depolamaya verdikleri önemin yeni olmadığını göstermektedir.

Bizans Döneminde ise sarnıçlar yer altına alınmış, sütunlarla desteklenen tonozlu yapılar haline gelmiştir. Özellikle hem imparatorluğun başkenti hem de bir ticaret merkezi olan İstanbul'da

² <https://en.wikipedia.org/wiki/Pavurallakonda>, erişim tarihi: 12.01.2022

³ <https://en.wikipedia.org/wiki/Pavurallakonda>, erişim tarihi:12.01.2022 "Kudüs'te yapılan arkeolojik kazılarda ise hemen her evin altında,

400.000'i bulan nüfusun su ihtiyacını karşılamak için yüzlerce sarnıç yapılmıştır (Kerim ve Sürme 2018: s.2).

Roma Dönemindeki en iyi tasarlanmış sarnıç örnekleri, Roma şehrinde bulunmaktadır. Bu dönemin sarnıçları, suyollarıyla kentlere getirilen suların depolanmasında, dinlendirilmesinde ve dağıtımında halkın suya kolaylıkla ulaşabilmesini sağlamıştır. Roma İmparatorluğu'nda ilk dönemlerde yapılan sarnıçlar, kayalara oyulmuş küçük boyutlu yapılar olup daha çok saray yapılarını beslemekteydi. Genişleyen topraklar ve artan nüfus nedeniyle su kaynaklarından uzaklaşma sarnıçların önemini artırmıştır. İlk dönemlere göre sarnıçların boyutları büyümeye başlamış, mimari özellikleriyle dikkat çekerler (Güngör, 2017: s.40).

İran'da Şanlıurfa'da olduğu gibi iki türlü sarnıcın varlığından söz edilmektedir. Birincisi kişiye özel sarnıçlar bir ailenin su ihtiyacının temin edildiği sarnıçlar olup daha mütevazı özellikler gösterirler. İkincisi ise kamuya ait olup genelde kubbeli ve silindirik olup Yezd ve Tabas gibi çölün etkili olduğu yollarda kurulmuş olanlardır (Foto: 3-4). Bunların kitabelerinden 18. 19. Yüzyılda yapıldıkları anlaşılmaktadır. Bunlarda biriken suların bozulmaması için çeşitli tedbirler alınmıştır. Çok daha modern bir şekilde yapılmış olan sarnıçlar hem daha gösterişli sanatlı ve fonksiyonel olarak planlanmışlardır. Havalandırmalı bir depolama odası olan sarnıç (ab-anbar) yaz ayları boyunca soğuk su sağlayabilir. Çoğu zaman, rahat bir dinlenme yeri sağlamak için

sarıncın kompleksi içinde odalar veya köşkler inşa edilmiş olup girişlerinde kitabeler vardır⁴.

İran sarnıçları belki de dünyanın en gösterişli ve fonksiyonel sarnıçlarıdır. Bu durum sarnıçların yapıldığı dönemdeki insanların kültür ve medeniyet alanında gelmiş oldukları seviyeyi bize açıklamaktadır. Ayrıca gerek çarşı içinde gerekse yol boyunca yapılan bu eserlerin yapıldığı dönemdeki zenginlik imkânlarını belki de ipek yolundaki ticari hareketlilik bunların oluşumunu etkilemiştir.



Foto.3: Basra körfezinde Kîş (Kish) adasındaki sarnıç⁵

Foto.4: İran Yazdan eyaletinden bir sarnıç⁶

⁴ <https://www.iranicaonline.org/articles/ab-anbar-i-history> (erişim tarihi: 31.01.2022).

⁵ (âbanbâr <https://cdn.islamansiklopedisi.org.tr/gorsel/Bina%20foto%C4%9Fraf%C4%B1/sarnic-1.jpg>

⁶ <https://media.istockphoto.com/photos/meybod-kouhandezh-oldfortresspictureid1211165148?s=612x612>

3- ŞANLIURFA'DA SARNIÇLARIN OLUŞUMUNA ETKİ EDEN DOĞAL VE BEŞERİ FAKTÖRLER

3.1 Genel Jeolojik Özellikler

Taş, insan yaşamında barınmadan korunmaya, duygularını, mesajlarını geleceğe aktarmadan, sonsuz yolculuğunda bedenini emanet etmeye kadar sağlamlığın, sonsuzluğun, güvenin simgesi olarak tarihsel çağlar boyunca insanla bütünleşen bir malzemedir. Eski Mısırlılar Aswan granitlerini, Urartular volkanik tüfleri, Hititliler bazalt taşlarını ve Helenistik dönem uygarlıkları mermerleri yoğun olarak kullanmışlardır. Bu antik uygulamalarda taşın kaynağından yapının yerine malzeme taşınmasının kolaylığı ve ekonomik oluşunun etkisi belirgindir (Karahana, 2018: s. 2).

Doğal taşların insan hayatındaki önemi fazladır. “Taş ocaklarından çıkartılan doğal taşlar; yol ve kaldırım döşemesi, bordür taşı, kent mobilyaları, duvar yapımı, duvar kaplaması, merdiven basamağı, çatı örtüsü, iç ve dış dekorasyon, peyzaj, bahçe adım taşı, iç mekan döşeme, mutfak ve banyolarda giderek daha fazla kullanılmaktadır” (Karahana, 2018: s.11). “Güneydoğu Anadolu’da Senozoyik - Paleosen yaşlı Üst Germav şeylleriyle başlamakta, bunu Alt Eosen yaşlı Becirman kireçtaşı ve Gercüş klastik formasyonu izlemekte, bunlarında üzerine Orta-Üst Eosen yaştaki Midyat kireçtaşları gelmektedir (Aytaç ve Ark. 2016: s. 18-19) “Şanlıurfa ilindeki kireçtaşları, Eosen-Oligosen-Alt sahalarında Midyat Grubu veya Midyat Formasyonu diye tanımlanan ve Alt Eosenden başlayarak Alt Miyosen sonuna kadar devam eden bir

karbonat serisi gelişmiş bulunmaktadır. Şanlıurfa'da Miosen'e ait kalkerler yer almaktadır. Alt Miyosen yaşlı olarak tanımlanan bu kalkerler açık renkli ve genellikle kalın tabakalı veya masif görünümlüdürler. Engebeli olan bu birim, yaklaşık olarak 30-120 m kalınlığında, sert-çok sert ve yüksek dayanımlı ve genellikle az-orta derecede ayrılmıştır (Elmastaş, ve Özcanlı, 2014: s. 833)

Güneydoğu Anadolu'nun yapısal özellikleri genellikle Kretase sonunda etkili tektonizma ile şekillendirilmiştir. Kuzeye doğru derinleşen duraysız şelf ortamında Eosen-Oligosen zaman aralığında plaketli kireçtaşı ve marn. kiltası, kumtaşı, killi kireçtaşı birimleri çökelmiştir. Bölgede Gaziantep Formasyonunun kireçtaşı üyesi Eosen-Oligosen'deki sığ denizel ve duraylı ortamda çökelimine devam etmiştir⁷. Kuzeydeki tektonizmanın etkisi ile Orta Miyosen'den Geç Miyosen'e doğru bölgenin yükselmesi ile karasal fasiyes etkili olmuş ve bölge bugünkü yapısını kazanmıştır (Gürpınar, 2004: s. 160).

Sarnıç ve Hayratların yoğunlaştığı alanlar genelde sağlam, çatlaklı ve kırıklık alanların haricindeki masif özellikli kireçtaşının olduğu sahalardır. Bunlar genellikle dikdörtgen şeklinde kazılarak 3-4 metre derinleştirildikten sonra Horasan harcı ile sıvanmasıyla yapılır. Çünkü kireç taşı suya karşı geçirgendir. Suyun toplanması kadar korunması da önemlidir. “Horasan olarak adlandırılan, pişirilmiş kilden üretilmiş ve kırılarak agrega haline getirilmiş tuğla, kiremit, çömlek vb. parçacıkların belirli oranlarda kireç ve su ile karıştırılmasıyla üretilen

⁷ Birecik (Şanlıurfa) Yöresinin Temel Jeolojik Özellikleri ve Jeolojik Miras Envanteri; S:160

harca horasan harcı ismi verilmektedir. Horasan harçları hidrolik harçlar grubu içerisinde tanımlanmaktadır. Hidrolik harçlarda kullanılan malzeme su ile kimyasal reaksiyona girerek katılaşmaktadır. Bu tür harçların suya, özellikle deniz suyuna karşı dirençleri oldukça yüksektir. Hidrolik nitelikleri nedeniyle Horasan harç ve sıvaları; sarnıç, su kuyusu, su kemeri ve hamam gibi yapılarda kullanılmıştır”⁸.

3.2 İklim Özellikleri

Bir yerde uzun bir süre boyunca gözlemlenen sıcaklık, nem, hava basıncı, rüzgâr, yağış ve yağış şekli gibi meteorolojik olayların ortalamasına iklim denilir. Dünyanın çepeçevre saran havanın uzun yıllar sonucu ortalama durumu her bir yerde aynı olmadığından insan hayatı üzerindeki etkisi farklıdır, toprak özelliklerini de etkiler. İklim ayrıca; toprak oluşumu, verimliliği, yer şekilleri, bitki örtüsü çeşitliliği, akarsu rejimlerini, hayvan türleri ve dağılışını, kayaların çözülme hızını, denizlerin tuzluluk oranlarını etkilediği gibi nüfus yoğunluğu ve mesken tipini de etkilemenin yanı sıra buharlaşma hızı ve miktarını da etkilemektedir.

Şanlıurfa ilinde özellikle Mayıs ayı ikinci yarısından itibaren Basra alçak basınç alanının genişlemesine bağlı olarak sıcaklıkların artışını takip eden kuraklık ve şiddetli buharlaşmayla suya olan ihtiyaç gittikçe artmaktadır (Güzel, ve ark. 2021: s. 435-436), (Tablo: 1).

⁸ <https://insapedia.com/horasan-harci-nedir-yapimi-malzemeleri-ve-ozellikleri/> (erişim Tarihi: 27.01.2022)

Aylar	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	May.	Haz.	Tem.	Ağus.	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	Ort.
Ortalama Sıcaklık (°C)	5.6	7.0	10.9	16.2	22.2	28.1	32.0	31.5	27.2	20.6	13.1	7.6	18.5
Ortalama Güneşlenme Süresi (saat)	4.1	5.1	6.4	7.8	10.0	12.1	12.3	11.4	10.0	7.9	5.8	4.0	8.1
Aylık Toplam Yağış (mm)	87.5	69.0	63.2	50.0	26.8	4.3	2.0	3.4	4.6	26.5	45.1	80.9	463.3
Aylar	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	May.	Haz.	Tem.	Ağus.	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	Ort.
Ortalama Sıcaklık (°C)	5.6	7.0	10.9	16.2	22.2	28.1	32.0	31.5	27.2	20.6	13.1	7.6	18.5
Ortalama Güneşlenme Süresi (saat)	4.1	5.1	6.4	7.8	10.0	12.1	12.3	11.4	10.0	7.9	5.8	4.0	8.1
Aylık Toplam Yağış (mm)	87.5	69.0	63.2	50.0	26.8	4.3	2.0	3.4	4.6	26.5	45.1	80.9	463.3

Tablo 1: Şanlıurfa İli Ortalama Sıcaklık, Güneşlenme ve Toplam Yağış Miktarı⁹ (1929-2000)

Su, bütün canlıların yaşamı için temel bir madde olma özelliği taşıırken insan ve doğa ortam ilişkisinin de en önemli belirleyicilerinden birisidir. Doğal ortam bir “beden” olarak düşünülürse, bu bedene su vasıtasıyla hayat verilmektedir. Su, bütün canlıların yaşamı için temel bir madde olma özelliği taşıırken insan ve doğal ortam ilişkisinin de en önemli belirlenenlerinden birisidir. İnsan/doğa ilişkisi bağlamında suyun tarihi oldukça eskilere dayanmakta, insanın kendi yaşamı için suyu yararlı kılma uğraşı ise bu ilişkinin temel belirleyeni olmuştur¹⁰.

İnsanın suyla kurduğu ilişki, yüzyıllarca savaflara konu olan, onun çevresinde hayat bulan, tarlalarda yeni yaşamların ortaya çıkmasına vesile olan bir biçimde ilerlemiştir. Aynı zamanda doğal özelliklerinin

⁹ Meteoroloji Genel Müdürlüğü (<https://www.mgm.gov.tr/veridegerlendirme/il-ve-ilceler-istatistik.aspx?m=SANLIURFA>)

¹⁰(Su ve yaşam (2012: 8-9)

http://www.gidamo.org.tr/resimler/ekler/c06cd3f383d22ac_ek.pdf

henüz yitirmemiş alanların doğal arazi örtüsü; kentleşme, sanayileşme ve tarımsal faaliyetlerin etkilerine bağlı olarak geçmiş süreçlerden günümüze sürekli olarak değiştirilmekte veya tahrip edilmektedir (Özcanlı, 2014: s. 341). Bilinen ilk yerleşim yerleri su kaynaklarının yanına kurulmuş, Sümerlerden bu yana dünya tarihinde yüzlerce savaş yapılmış, su konulu binlerce uluslararası anlaşma imzalanmıştır. Hatta tarihte bilinen ilk yasa olan “Hammurabi Yasaları”nın konusu da su kanallarının ve bentlerinin kullanımına ilişkin kurallara ihtiyaç duyulmasından ortaya çıkmıştır¹¹.

İnsanlığın en önemli ihtiyaçlarından bir olan su ve suyun temini, medeniyetin ilk dönemlerinden beri insanoğlunun çözmek zorunda olduğu sorunların başında gelmektedir. Tarih devirleri boyunca şehirler, genellikle su yakınlarına kurulmuştur. Sonraki dönemlerde ise verimli topraklarda yer alan ancak su kaynaklarına uzak kurulan şehirlerde, suya kolaylıkla ulaşılabilmek amacıyla su kemeri, suyolu ve suyun depolandığı açık veya kapalı tasarlanmış sarnıçlar mimari elemanlar olarak vücut bulmuştur.

Tarihsel süreçte sarnıçlar ilk olarak tarımsal arazileri sulamak amacıyla kullanılmıştır. Yağış miktarının tarımsal ürün yetiştirilmesi için yeterli olmadığı alanlarda, tarımsal ürünün hasat dönemine kadar gereksinim duyduğu suyun, ihtiyaç duyulan devrede ve ideal şekillerde verilmesine “tarımsal sulama” denir (Elmastaş, ve ark. 2019: s. 19). Doğal su kaynaklarına uzak verimli toprakların keşfedilmesinden sonra, bu

¹¹ Eberliköşe M. HES’ler ve Yerellikler, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniv. Sosyal Bilimler Enstitüsü,

toprakların sulanması amacıyla temelleri atılan ilk sarnıçlar ile dünyanın hemen hemen her bölgesinde çeşitli boyut ve tekniklerde yapılan sarnıçlar, şehirlerin nüfuslarının artması nedeniyle içme suyu biriktirmek için de yapılmaya başlanmıştır” (Güngör, 2017: s.38).

3.3. Ulaşım

İnsanlık, tarih boyunca farklı amaçlarla bir noktadan başka birine gitme ihtiyacı duymuştur. Bu ihtiyaç, tarih öncesi çağlarda avcı–toplayıcı toplumların besinlere ulaşmak amacıyla yaptıkları bir durumken, sonraki dönemlerde ticaret ve savaşlar ulaşım ihtiyacının ana sebebi haline almıştır. Ulaşım, ilk başlarda göç eden büyük hayvan sürülerinin geride bıraktıkları patikaların kullanımı ile yapılırken; sonrasında yerleşik düzene geçen toplumların birbirleri arasında ticaret yapımlarıyla belirginleşen, ilkel düzeyde yön ve kilometre taşları olan hatlara dönüşmüştür¹².

Günümüz modern dünyasında İnsanın çevresi ile ilişki kurmasında, üretmiş olduğu bilgi - sermaye - mal ve hizmetlerin bir yerden başka bir yere taşınmasında rol oynayan unsurların başında ulaşım gelir. Ulaştırma sektörü, ekonomik kaynakların değerlendirilmesi, diğer ülkeler ile bağlantının sağlanabilmesi, mal akışlarını düzenlemesi ve bu sürecin sürekliliğini sağlaması, ekonomik ve sosyal girdileri, yeni yerleşim sahalarının kurulması, mevcut yerleşim sahalarının gelişmesi ve diğer sektörlerle (sigorta, antrepo, gümrükleme, paketleme gibi)

¹² (<http://www.muyap.net/tr/gecmisten-gunumuze-karayolu-ulastirmasi/> Erişim Tarihi: 04.0.2022).

ilişkilerinden dolayı istihdama neden olmasıyla ekonomik büyüme açısından önem arz etmektedir (Deniz, 2016: s. 137).

Tarihi dönemlerde Şanlıurfa ilinde gerek doğu-batı gerekse kuzey-güney istikametindeki karayolları su, güvenlik ve yıl boyunca geçilebilecek imkânlarla göre oluşturulmuştur. Örneğin kış mevsiminin yağışlı dönemlerinde Harran ovası bataklık olduğundan kervanların geçişine imkân vermiyordu. Bu nedenle ulaşım güzergâhı Harran Ovasının doğu ve batısındaki yaz- kış ulaşım imkân tanıyan Çaykuyu ve Tektek platorundan geçirilmiştir. Özellikle doğu yönünde yer alan tarım arazilerin(Harran Ovası) şehrin gelişimine paralel olarak gerek yerleşim faaliyetleri ve gerekse sanayi faaliyetleri çerçevesinde işgal edilmesi büyük ölçüde ulaşım belirleyici olmuştur. Öte yandan kuzeyde yer alan ve günümüzde Karaköprü belediyesi sınırları içerisinde bulunan arazilerin bilinçsiz ve sürdürülebilirlik açısından elverişsiz koşullarda şehirselleşmeye açılmıştır (Özcanlı, ve Güzel, 2015: s. 739).

Buharlı lokomotif, buhar gücü ile çalışan makinalardır. Buharlı lokomotifler dünyada 19. yüzyıl ortalarından 20. yüzyıl ortalarına kadar kullanılmışlardır. Hatta Osmanlı imparatorluğunun son dönemlerinde İstanbul-Bağdat demiryolu güzergâhı oluşturulur iken buharlı lokomotiflere bağlı olarak Şanlıurfa sınırları içinde su kaynaklarına göre planlanmıştır. Batıdan gelip doğuya doğru giden demiryolu önce Cerablus (Karkamış) Aynel-Arab (Arappınarı), Telabyat (Akçakale)-Resul-ayn (Ceylanpınar) üzerinden Nusaybin'e doğru yönlendirilmiştir. Buharla çalışan motorlar ısıtılarak yüksek basınçla su

buharından elde edilen güç ile çalışırdı. Buharlı motorlar Isı enerjisini (termal) mekanik enerjiye dönüştüren bir teknolojidir. Kazan içinde bulunan su ısıtılarak buhara dönüştürülürdü. Görüldüğü gibi buharlı trenler tamamen suya bağlı çalıştığından dolayı demiryolları su kaynaklarına paralel olarak geçirilmek mecburiyeti vardı.

4. ŞANLIURFA SARNIÇLARININ GENEL ÖZELLİKLERİ

4.1 Sarnıçlar

Genellikle kış mevsiminde düşen yağmur sularından daha iyi faydalanmak amacıyla çıplak kalker zemine düşen yağmur suları özel olarak açılan dar kanalcıklar vasıtasıyla yeraltı depolarında toplatılarak kurak dönemde kullanılır. İşte gerek sarnıçlar ve gerekse hayratlar fazla eğimli olmayan yamaçların alt tarafında yukarıdan akışa geçen suları toplamak amacıyla kurulmuşlardır.

Özellikle son yıllarda Şanlıurfa'nı şehirselleşmesine bağlı olarak çevresindeki tarım alanlarının yapında yakınında bulunan sarnıçları da tehdit etmeye başlamıştır. Tıpkı Türkiye'nin diğer şehirlerinde olduğu gibi Şanlıurfa'da da şehir yapıları arazinin düz olması, bu yönüyle ulaşım ve altyapı olanaklarının kolay sağlanması nedeniyle elverişli özellikler gösterdiği için tarım arazileri üzerine kurulmaktadır (Özcanlı, ve ark. 2018: s. 482).

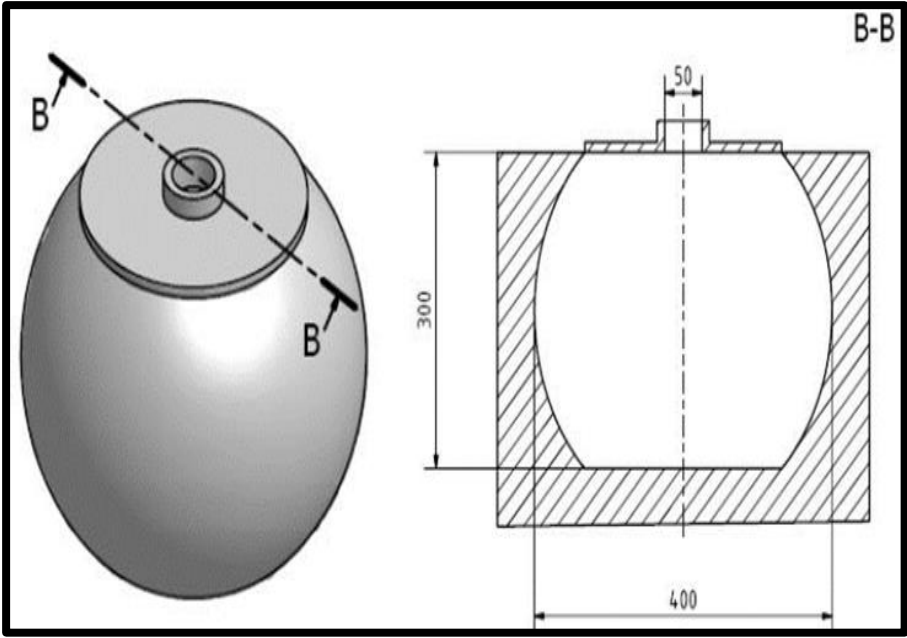
Sarnıçların ağızları 50- 60 cm çapında olup daireseldir. Sarnıcın içi derine doğru gidildikçe küre şeklinde genişler. Tam olarak içi oyulmuş bir karpuz benzetilmesinin nedeni sarnıçtaki su azaldıkça suyun

merkeze toplayarak kova ile dışarıya taşımayı kolaylaştırmaktır. Sarnıçların özel mülkiyet olarak tasarlanmışlardır. Bir ailenin hayvan sayısına, gelir durumuna ve büyüklüğüne göre birden fazla sarnıç bulunabilir.

Türkiye'nin muhtelif yerlerinde yapılan sarnıçlarla Şanlıurfa ilindeki sarnıçların yapım teknikleri birbirinden farklıdır. Örneğin İstanbul'daki su sarnıçları yeraltında bir bina şeklinde yapılların üzeri kapatılır. Binanın damı ise direklerle desteklenerek korunaklı duruma getirilirdi.

Günümüzden Şanlıurfa ilinde çok önceleri geniş bir alanda yüzeye çıkmış yumuşak kalker zeminde açılmış olan dar ağızlı ve su kaybına karşı içerisi sıvanmış olan bir kısım sarnıçlar halen kullanılmaktadır¹³. Sarnıçların ağızlarının dar tutulmasının üç nedeni vardır. Birincisi buharlaşma ile su kaybını azaltmak ikincisi ise suyun kirlenmesini önlemek üçüncü neden ise etrafta dolaşan canlıların sarnıca düşmesini engellemektir.

¹³ 1969 yılında Güneydoğu Anadolu'da hüküm sürmekte olan kuraklık nedeniyle sath (yüzey) sularının kuruduğu, membaa ve yeraltı sularının ise hissedilir derecede azaldığı müşahade edilmiştir. Yağışın istenilen miktarda olmaması içme ve kullanma suyunu sarnıçtan temin eden iskan ünitelerinde su sıkıntısı bir problem arzermeye başlamıştır. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/198891> (23.12.2021).



Şekil 1 Güzel'den alınmıştır¹⁴.

Sarnıç ve Hayratların oluşturulmasında üçüncü jeolojik zamanın Eosen kalkerlerinin önemli bir yeri vardır. Çünkü genellikle fazla çatlak olmayan masif karakterdeki kalkerin hava ile temas etmeyen yumuşak alanda kazı yapmak kolay olduğu, sarnıcı sınırlandıran duvarların yapımına gerek duyulmadığı ve etrafa düşen suyun toplanmasına uygun alanlar olduğu için tercih edilmiştir. Üçüncü zaman kalkerlerinin genişçe yüzeye çıktığı ve fazla eğimli olmayan(%5-10) yerlerde küre şeklinde açılmışlardır. Yağışlı dönemlerde akışa geçen yağmur suları küçük kanalcıklarla taşınarak sarnıca depolanır.

¹⁴ Güzel, A. (2012). ŞANLIURFA İLİNDE HIRBE YERLEŞMELERİ . Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , 22 (1) , 0-0 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/firatsbed/issue/45185/565765>

Kış ve ilkbahar mevsimlerinde yağmur sularının biriktirildiği sarnıçların sularını kaybetmemesi için içerisi uzun ömürlü bir sıva ile (kil-kireç karışımı) sıvanmıştır. Ayrıca bölgede suyun arz ettiği öneme bağlı olarak şiddetli yaz sıcaklarında (gündüz gölgede Temmuz ve Ağustos aylarında sıcaklar zaman zaman 44-45°C civarında olur) suyun buharlaşmaması ve kirlenmemesi için sarnıcın ağzı dar yapılmıştır (Şekil:1). Kar yağışının fazla olduğu yıllarda ise etrafta biriken karlar küreklerle sarnıca doldurularak üzerin basılırdı. Hem günlük kullanım için hem de hayvanların suvarılmasında kullanılan sarnıç suları kurak döneme yetecek kadar olurdu. Sarnıçların yanı başında hayvanların suvarılmasında yalıklar (Curun) vardı.

Günümüzde devletin yerleşme alanlarına su götürmesi sonucunda bütün sarnıçlar kullanım dışı kaldıklarından dolayı ağızları genellikle büyük taşlarla kapatılmıştır. Hatta bazı yerlerde sarnıçlara kül ve molozlar doldurularak çocuk ve hayvanların buralara düşmesinin önüne geçilmeye çalışılmıştır.

Mimaride bir üst örtü elemanı olarak sıkça kullanılan tonoz, kemerlerin bir araya gelmesiyle oluşturulan tavan örtüsüdür. Daha çok tuğla ve taş malzemeyle örülen tonoz, form olarak alttan iç bükey olmak üzere yarım silindir biçimine sahiptir. Tonoz önce Mezopotamya'da, daha sonra sırası ile Romalılarda ve Orta Çağ'da ise Roman mimarlığında önemli bir yapı unsuru olmuştur.

Kale içi sarnıçları ise; insanlar eskiden beri dışarıdan gelen tehlikelere karşı buldukları yerleri devamlı olarak tahkim ederek can, mal ve

yerleşmelerini güven altına almışlardır. Sözü edilen bu yapılardan olan menziller, kaleler ve ribatların muhasara tehlikesine karşı burada yaşayan insanların uzun bir süre su ihtiyaçlarının karşılanması için sarnıçlar yapılmıştır. Bu tür sarnıçları Şanlıurfa kalesinde, Harran kalesinde, Çimdinkalede, Soğmatar kalesi ile Siverek ve Birecik kalelerinde görebilmekteyiz. Bunlar normal özel sarnıçlar şeklinde olup hacimleri ise çok daha geniştir. Bu tür sarnıçlarda kış mevsiminde yağış sularıyla doldurularak günlük ihtiyaçlar için kullanılırdı.



Foto 5: Şanlıurfa Karaköprü ilçesi Göbekli Köyü Darıgazal mahallesinde ağzı taşla kapatılan bir sarnıç ve önündeki Su Yalağı

Foto 6: Daha sonra meskene dönüştürülen bir Sarnıcın içeriden görüntüsü (Kürkçüoğlundan alınmıştır).

4.2 Hayratlar

Halkın yararlanması için yapılan okul, çeşme, köprü, han gibi yapılara genel anlamda “Hayrat”denilmektedir. Ancak Urfa'da, kırsal alanda veya genellikle yol güzergâhlarında, yolcuların su gereksinimlerini ve hayvanların suvarılmısını sağlamak amacıyla kaya zeminine oyulmuş bir su haznesinden oluşan ve üzeri tonoz ya da lento taşlarla örtülmüş su yapılarına “Hayrat” denilmektedir (Kürkçüoğlu, 2011: s. 9).

Su hayratları, beldeler arası yolculuklar ve ticarî taşımacılığın hayvan gücünden istifade edilerek yapıldığı dönemlerde ihtiyaca binaen ortaya çıkmış insan ve hayvanın zaruri ihtiyacı olan suyun sağlandığı yol boyu sosyal hizmet yapılarıdır. Hayratların büyüklüğü ve sıklığı tarihte o yolun önemi ve işlerliği hakkında bilgi sunarlar. Yol boyunca belirli menziller boyunca bunların sıralanmış olması kamu gücü tarafından oluşturularak bakım ve onarımlarının yapıldığı tahmin edilmektedir. Çünkü bir eseri yapmak kadar onu yıkılmadan bakım ve onarımını yaparak hizmete devam ettirmek önemlidir. Bu yol boyu eserlerinin Osmanlı İmparatorluğu hatta Selçuklu devletinden önce bu sahada hâkim olan milletler tarafından yapılmış oldukları anlaşılmaktadır.

Dini inancın insanın sosyal yapısı üzerindeki derin etkisi eskiden beri vardır. Eski Ahid’de çöllerde (II. Tarihler, 26/10) ve şehirlerde (Nehemya, 9/25) mevcut sarnıçlardan ve bunların temizliğiyle ilgili hükümlerden (Levililer, 11/36) söz edilir. Ayrıca İsrâiloğulları’nın Rabb’in yolundan sapması diri suların kaynağını bırakıp su tutmayan sarnıçlar kazmaya benzetilir (Yeremya, 2/13); yine aynı bölümün 38.

babında suyu çekilmiş, dibi çamurlu sarnıca atılan Peygamber Yeremya'nın Ebed-Melek tarafından nasıl kurtarıldığı anlatılır (6-13) İslâm'da suyla ilgili yapıların özel bir yeri vardır. Hz. Peygamber, annesinin vefat ettiğini söyleyen ve onun için yapacağı hayırların kendisine fayda edip etmeyeceğini soran Sa'd b. Ubâde'ye, adına yapacağı hayır işlerinin annesine fayda edeceği ve bunların en faziletlisinin de insanların su ihtiyacını gidermek olduğu cevabını vermiştir. Bunun üzerine Sa'd'ın Medine'ye iki sarnıç yaptırdığı bilinmektedir (Sa'd b. Mansûr, I, 124)¹⁵.

Bir mülkü kamu yararına ebedi olarak tahsis etmek anlamında kullanılan bir terim olan vakıf, ferdi çalışma ve gayretle elde edilen imkânların ve mal varlığının gönül rızasıyla paylaşılmasını öngören hukuki ve sosyal bir sistemdir. Bu sistemde, her türlü hırs ve tamahtan uzak bir şekilde, şahsi mal varlığı, kamunun kullanımına aktarılmakta, böylece şahsi imkânlar kamu hizmetine dönüştürülmektedir. Burada faydacı felsefenin aksine, diğer insanların lehine, şahsın feragati ve fedakârlığı söz konusudur. Vakıf sisteminde, katılımcılık vepaylaşma ruhu hâkimdir (Bayartan, 2008: s. 307).

Daha önce sadece Allah için yapılan bir faaliyet iken günümüzde vakıf adı altında farklı amaçla çalışmalarda yapılmaktadır. Bazen Akaret ile Hayrat kavramı karıştırılmaktadır. Hayrat ile Akaretin yapılış amaçları birbirinden çok farklıdır. Akarat kelimesi, sahibine maddi kazanç

¹⁵ İslam ansiklopedisi (2009) Türkiye diyanet vakfı yayınları 36. Cilt sayfa:159-161

getiren taşınmazlara denilir. Hayratlar ise insanların yararlanabilmesi için hibe edilmiş olup dünyevi bir kazanç için yapılmazlar. Tarih boyunca karşılık beklenmeden toplum faydasına yapılmış eserlerdir. Halkın kullanması için yapılan çeşme, külliye ve şifahane, mekteb, medrese, suyolu, su kemeri, cami, tekke, zaviye, çeşme vb. yapılar çoğunlukla hayrat amacıyla yapılmıştır. Vakıfların temelinde de bu amaç yatmaktadır. Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte vakıfların amaçlarında değişim olmuştur. Şanlıurfa ilinde ise bir çok hayır amaçlı su yapıları vardır. Çünkü sıcak ve kurak bir alanda su ve su yapılarına olan ilgi ve ihtiyacın çok fazla olması doğaldır. Bu nedenle su çeşmeleri, su kemerleri, su maksemeleri, alçak bir yerden aldığı suyu yükseltilere taşıyan su terazileri, su yolları, kehrizler ve sun bentleri vardır.



Foto 7: Çaykuyu platosu üzerindeki Tonoz Örtüsü yıkılmış bir Sarnıç kalıntısı

Foto 8: Göbeklitepe yolu üzerinde tonoz örtüsünün yarısı yıkılmış sarnıç

Yol boyu su sarnıçları olan hayratları özellikle önemli ulaşım güzergahları üzerinde yılboyunca gelip geçen yolcu ve kervan büyüklüğüyle orantılı olarak tesis edilirler. Özellikle kıraç alanlarda jeolojik yapıya ve kervanların dinlenme noktalarına bağlı olarak büyüklüğü planan hayratların genellikle dikdörtgen planlıdır. Kurak dönem boyunca hizmet veren su hayratlarının su biriktirme hacimleri hayrat deposunun eni, boyu ve derinliğine göre değişim gösterir.

Arazide yaptığımız gezi ve gözlemlerde en küçük yolboyu su hayratının eninin 3 metre boyunun 4 metre derinliğinin ise 3 metre olduğu görülmüştür. Bu ebatlar ise söz konusu hayratın çok fazla işlek olmayan bir yolcu kitlesine hizmet verdiğini bize göstermektedir.

Sayısı fazla olacaksa hayratın her iki kısa kenarından içeri doğru merdivenler yapılır. Şanlıurfa- Viranşehir karayolu üzerindeki Kapaklı köyündeki hayratın ise şanlıurfa ilindeki en büyük hayrat olduğunu tespit ettik. Sözü edilen hayratın eninin 11 metre boyunun 7 metre derinliğinin ise 4 metre olduğu ölçülmüştür. Bu hayratın üzeri diğer hayratlar gibi tonoz örtü ile kapatılmayıp çevredeki taş ocaklarından çıkarılan 1 metre genişliğinde ve 5 metre uzunluğundaki taşlarla kapatıldığı görülmektedir.

Şanlıurfa'dan Mardin ve Musul'a giden bu yolun tarihi dönemlerde çok fazla kullanıldığını bize göstermektedir. Göbeklitepe yolundaki hayrat dikdörtgen planlı, 15 m. boyunda, 5 m. genişliğindedir. Ankaya ya oyulmuş su haznesi 5 m. derinliğinde olup bunun üzerinde 2 m. yüksekliğinde, düzgün kesme taşlarla örülmüş beşik tonoz vardır.

Genellikle kalker arazilerde dikdörtgen olarak kazılan su hayratları kalkerin yüzeye çıktığı eğimli ve çıplak olduğu yerlerde dikdörtgen olarak kazılan çatlaklı olmayan yerlerde derinleştirme yapılır. Hayratın büyüklüğüne göre kısa kenarın ya tek tarafında yada her iki tarafından hayratın içine kadar uzanan merdivenler yapılır. Bu merdivenlerin ta hayratın dibine kadar devam ettirilmesinin amacı suyun azaldığı dönemlerde geriye kalan bütün sudan faydalanma isteğidir. Hayratın hem kısa hemde uzun kenarı boyunca tonoz örtü duvarlarının oturması için ana zemin 30-40 cm derinleştirilmiştir.



Foto 9: Göbeklitepe yolundaki Sarnıçın içten görünüşü

Foto 10: Tonoz örtüsü olmayan Göbekli köyü Darıgazal mahallesi hayratı

Çimento malzemesinin henüz keşfedilmediği dönemlerde Kil-kireç karışımı olarak tasarlanan sıva malzemesi ile sıvanan sarnıcın su kaybı önlenmiştir. Daha sonra üzeri tonoz ile örtülerek suyun kirlenmesinin ve buharlaşmasının önüne geçilmiştir.

Göbekli köyüne bağlı Darı-gazal mahallesindeki hayrat yapım özellikleri diğer Hayratlara pek fazla benzemez. Sözü edilen bu hayratı yapmak için önce kalker zemine inmek için bir merdiven açılmış açılan merdivenin aşağı doğru yönlendirmesi ile belirli bir derinliğe ulaştıktan sonra yerin altı dikdörtgen şeklinde genişletilmiştir. Sözü geçen bu hayratın diğer hayratlar gibi bir tonoz örtü ile kapatılmamıştır (Foto:10).

Bir diğer yol boyu sarnıcına örnek Şanlıurfa- Samsat yoluna bağlı olarak oluşturulan Âşık köyü civarındaki su toplama alanıdır. Balıklıgöl üzerinden kuzeye doğru ilerleyen kırık (fay) hattı boyunca Şanlıurfa'nın kuzeybatısına doğru Samsat yolu uzanır. Âşık köyünden kaynaklanarak Maşuk köyü üzerinden Harran Ovasına açılan ve kış mevsiminin boyunca akış gösteren dönemlik bir akarsuyun kenarında Aşık köyü hayratı kurulmuştur. Sözü edilen su ile doldurulan bu sarnıcın içerideki görüntüsüne ulaşma imkânımız olmadı. Günümüzde asfalt yolun takribi 60-70 cm derininde olup içerisi toprak ile doldurulmuştur. Uzun yıllar boyunca bakımsız kalan ve kış mevsiminde akarsuyun beraberinde taşıdığı alüvyal birikintilerle doldurulan bu yapı kısa bir süre sonra tamamen yıkılacaktır.

Bazen de yamaç boyunca erime veya çökme sonucu meydana getirilmiş olan birkaç metre çapındaki bir çukurluğun (dolin) üzerinin tonoz bir örtü ile örtülmesiyle bir yol boyu su sarnıcı oluşturulmuştur. Bu sarnıca en güzel örnek Şanlıurfa-Gaziantep karayolu 15. kilometresindeki Firuz bey hayratıdır. Derinliği 3 metre civarında olup uzun kenarı 15 metre civarında olup geniş kenarı ise 5 metredir. Üzerinde bir kitabesi olup zaman zaman buradaki sulardan faydalanılmaktadır (Foto:11-12).



Foto 11: Firuz Paşa sarnıcının kuzeyden görünüşü¹⁶

¹⁶ (<https://docplayer.biz.tr/docs-images/91/107546679/images/18-1.jpg> (Erişim tarihi: 04.02.2020))



Foto 12: Firuz Paşa sarnıcının içeriden görünüşü¹⁷

“Su haznesinin uzun kenarları boyunca bindirmeli taşlar üzerine düzgün kesme taşlardan yapılmış lentolar atılmış ve böylece hayratın üzeri kapatılmıştır. Arazi meyilli olduğu için doğudaki bindirme taşlar tek sıra, batıdakiler çift sıra tutularak damın düz olması sağlanmıştır. Hayratın içerisine kuzey ve güney cephelerdeki taştan merdivenlerle inilmekte ve bu cephelerdeki lento taşlarında kitabeler vardır. Yağmur sularının çevredeki tepelerden hayrata ulaşmasını sağlamak için ana kaya üzerine suyolları açılmıştır. Akabe hayratında olduğu gibi bu hayratın da üzerinde bir mihrap taşı bulunmakta ve namazgâh olarak kullanılmaktaydı. 1978 yılına kadar ayakta olan bu mihrap taşı maalesef

¹⁷ (<https://docplayer.biz.tr/docs-images/91/107546679/images/18-1.jpg> (Erişim tarihi: 04.02.2020))

tahrip edilmiş ve günümüze ulaşmamıştır. Kuzey ve güney cephelerindeki kitabelerde H.1185 /M.1771 tarihinde Firuz bey tarafından yaptırıldığı yazılıdır¹⁸.



Foto 13: Kapaklı köyü Hayratından bir görüntü (Kürkçüoğlu'dan alınmıştır)

¹⁸ <https://kolayarapca1.wordpress.com/frzbyhyrt/> Erişim tarihi: 01.02.2022

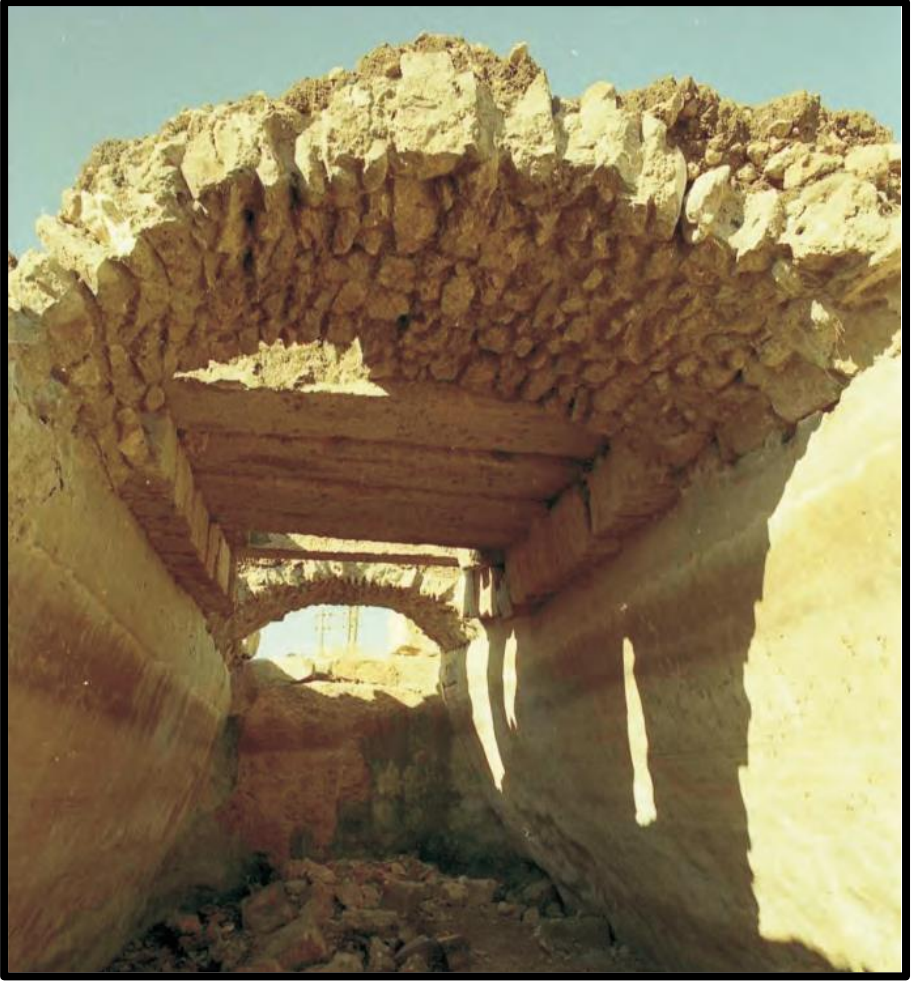


Foto 14: Kapaklı hayratı beşik tonozunun yıkılmadan önceki son görüntüsü (Kürkçüoğludan alınmıştır)

Bir hayratın önemi ve büyüklüğü üzerinde yer aldığı yol ile doğru orantılıdır. Şanlıurfa-Viranşehir karayolunun kenarında çoban boğazına tırmanmadan önce yolcuların dinlenmesi için güvenli bir noktada kurulmuş olan Kapaklı köyü hayratıdır. Sözü edilen bu yapı derine doğru genişlemesiyle diğer Hayratlardan ayrılır. Suyun buharlaşmasını ve kirlenmesini önlemek için yapılan kubbe tamamen yıkılmıştır. Kış

mevsinde yağmur sularıyla dolmasıyla tehlike arz eden hayrat günümüzde katı atıkların toplandığı bir alan haline getirilmiştir. “Hayratın üzeri orta kısımda kesme taş dört adet büyük lento ile örtülmüştür. Lentoların doğu ve batısında kalan açıklıklar ise moloz taşlardan oluşan beşiktonozlarla örtülmüş iken sözü edilen tonoz örtü günümüzde tamamen çökmüştür. Hayrata su taşıyan kanallar ise hayratın çevresine köyün kurulmasıyla günümüzde tamamen yerleşmenin altında kalmıştır (Foto: 13-14).

Çok nadir de olsa hayratlar alivüyal dolgunun olduğu yerlerde görülürler, bunlar kış mevsiminde akışa geçen suların toplanmasından ziyade su kaynakları başında kurulmuş yapılardır. Sözü edilen bu hayratların üzerlerin bir taraftan tonoz örtü ile örtülmüştür. Diğer taraftan yer altı su seviyesinin düştüğü dönemlerde içlerine merdivenle inilip geriye kalan sular kovalarla dışarıya taşınırdı (Güzel, 2009: s. 13).

Bu sarnıç tipine en güzel örneği Harran kasabası kuzeyindeki biri Yakup sarnıcı oluşturmaktadır. Yüzyıllardan beri kervanlara hizmet veren biri Yakup bir sarnıçtan ziyade kuzey-güney istikametlerinde seyahat eden yolcuların faydalanması için yapılmış bir hayrattır¹⁹. Sözü edilen sarnıcın eski fotoğraflarından üzerinin tonoz yapı ile örtüldüğü

¹⁹ İbrahim Peygamber'in torunu olan Yakup Peygamberin babası İshak Peygamber, annesi Rebeka'dır. s Yakup Peygamber ve Harran'daki Yakup Kuyusu ile ilgili olarak şöyle bir hikâye anlatılmaktadır: Yakub'a kin besleyen kardeşi İys (Esav) Onu öldürmeyi tasarlıyordu. Esav'ın bu niyetini duyan anne Rebeka, oğlu Yakub'a kaçmasını söyledi. Yakup dayısı Laban'ın kaldığı Harran'a geldi . (<http://wowturkey.com/forum/viewtopic.php?t=150029>)

görülmektedir. Günümüzde ise tonoz örtünün yerine normal örtü yapılmıştır (Foto.: 15-16).

Coğrafi keşifler dönemi, 15'inci yüzyılın ilk yarısından 17'nci yüzyılın ortalarına kadar Portekizli ve İspanyol gemiciler tarafından, Asya'daki baharat ve değerli maden zenginliklerinin İslam ülkelerine uğramadan Avrupa'ya taşımak için bulduğu alternatif yollardır. 12. Yüzyılda Timurlenk'in Harran'ı yıkması daha sonra ise coğrafi keşiflerle Harran'ın yeni ticari güzergâhın haricinde kalmasıyla Harran şehri önemini yitirmiştir.



Foto 15: 20. Yy. başlarında Biri-yakup hayratının tonoz kubbesi çökmüş durumda



Foto 16: Uzun süre bakımsız kalarak tonoz özellikli tavanı restore edilen Piri Yakub'un günümüzdeki görüntüsü

5. SONUÇ

İklim şartları ve jeolojik zemin özelliklerine bağlı olarak ortaya çıkarılan sarnıç ve hayratlar çatlaklı özellik arz etmeyen kalker zeminlerde yapılmış olan su depolarıdır. Sarnıçların bir mülkiyeti olmasına karşılık hayratlar toplumsal amaçlı su yapılarıdır. Hayratlar ulaşım güzergâhının işlek olma durumuna göre büyük veya küçük olabilmektedir. Sarnıçlar ise genellikle ikamet yerine yakın alanlarda kurulmuşlardır. Bezende kişisel sarnıçlar tarım alanlarının yakınındaki meralarda kurulmuş olup bunlar daha çok hayvanların su ihtiyacına hitap ederler. Sarnıçların büyüklükleri sarnıç sahibinin maddi durumuna, aile büyüklüğüne ve hayvan sayısına göre değişim gösterir. Hayratların bazılarında tonozlu çatı özelliği görülmeye bilir. Hayratlar yolların güvenli alanlarında kervanların dinlenebileceği bezende geceleyebileceği alanlarda ve/veya yol boyu hanların yanında kurulmuşlardır. Arazide yaptığımız araştırmalar sonucunda tespit ettiğimiz hayratlar haritada çizgilerle birbirine bağlanılacak olursa eski yol güzergâhının tespitinde önem arz ederler. Hayratların kim veya kimler tarafından ne zaman yapıldığına dair bazı Hayratların üzerinde kitabeler vardır. sözü edilen bu su yapıları günümüzde tamamen kullanım dışı kalmışlardır. Hayratların birçoğunun örtüsü çökmüş ve atık malzemelerle doldurulmuştur. Sarnıçların bazılarının ağızları büyük taşlarla kapatılmış olmalarına karşılık bazıları ise tamamen moloz malzemelerle doldurulmuştur. Gerek sarnıç ve gerekse Hayratların tespiti yapıp haritalandırıldıktan sonra bakım ve onarımları yaptırılıp turizm amacıyla kullanılmalıdır. Nitekim bu

konuda İran'da özellikle safavi döneminde kullanılan birçok sarnıç yeniden restore edilerek turizme kazandırılmıştır.

Bu da insan doğal ortam etkileşimini gelecek nesillere aktarmada önemli bir bilinçlenme oluşturacaktır. Küresel kuraklığa bağlı olarak azalan sularımızı daha ekonomik kullanımını teşvik etmek amacıyla suyun değerinin anlaşılmasında sarnıç ve Hayratların önemi büyük olacaktır. Su sarnıçlarının planları tamamen aynı olmakla birlikte Hayratların planları, su toplama hacimleri, örtü sistemleri birbirinden çok farklıdır. Hayratlar özellikle Şanlıurfa Birecik, Şanlıurfa- Suruç, Şanlıurfa-Bozova, Şanlıurfa Siverek, Şanlıurfa-Viranşehir yolları boyunca sıralanırlar. Bazı hayratlar ise hem yağmur sularıyla doldurulmakta hem de zemininde yer altı suyuna rastlanması nedeniyle tabandan beslenmektedir. Bazı Hayratların üzeri yolcuların ibadeti için namazgâha çevrilmiş olup güneyinde birer mihrap yapılmıştır.

Günümüz şatlarında sarnıç ve hayrat suları, su kalitesiyle ilgili problemler nedeniyle genellikle sadece sulama için kullanıla bilinir. İnsanların bunları kullanabilmesi için bunlar, filtreler veya diğer su arıtma yöntemleriyle donatılabilir. Aksi takdirde sular yosun tutmakta ve sivrisineklere açık kaldığından dolayı kirlenmektedir. Bu durumda suyu kullanan insanlar çeşitli hastalıklara karşı karşıya kalabilmektedirler.

KAYNAKÇA

- Angelakis, A.N., Dialynas, M.G., Despotakis, V. (2012). Evolution Of Water Supply Technologies İn Crete, Greece Through The Centuries. In *Evolution Of Water Supply Throughout Millennia*; Iwa Publishing: London, Uk, 2012; Chapter 9; Pp. 227–258.
- Angelakis, A.N., Spyridakis, S.V. (2013). Major Urban Water And Wastewater Systems İn Minoan Crete, Greece. *Water Sci. Technol. Water Supply* V. 13, 564–573.
- Antoniou, G.P. (2009). Communal Rainwater Cisterns İn The Cyclades Greece: The Case Of Chora On Amorgos. In Proceedings Of 2nd Iwa International Symposium On Water And Wastewater Technologies İn Ancient Civilizations, Acqua Federutility, Bari, Italy, 29–31 May
- Antoniou, G.P. (2014). The Neoclassical Cistern Complex At Patras. In Proceedings Of The Iwa Regional Symposium On Water, Wastewater, And Environment: Traditions And Culture, Patras, Greece, 22–25 March 2014. İn Press.
- Aytaç, A.S., Yetmen, H., Benek,S., Elmastaş, N., Şahinalp, M.S. Özcanlı, M., Şahap,A.(2016).*Harran Üniversitesi Osmanbey Kampüsü'nün (Şanlıurfa) Fiziki Coğrafyası*. Asos Journal Doi: 10.16992/Asos.11816
- Babelon, E. (1983). Atlas Archeologique De La Tunisie. Babelon, E., Cagnat, R., Eds.; E. Leroux: Paris, France, 1983; Volume 1.
- Bitis, J. (2013). Water Supplying Methods İn Ancient Thera: The Case Of The Sanctuary Of Apollo Karneios. *Water Sci. Technol. Water Supply* **2013**, 13, 638–645.
- Bogdanović, J. (2013). Cisterns. *Εγκυκλοπαίδεια Μειζονος Ελληνισμού*. Available Online: [Http://Www.Ehw.Gr/L.AspX?İd=12427](http://Www.Ehw.Gr/L.AspX?İd=12427)
- Cadogan, G. (2007). Water Management İn Minoan Crete, Greece: The Two Cisterns Of One Middle Bronze Age Settlement. *Water Sci. Technol. Water Supply* **2007**, 7, 103–112.

- Ciniç, N. (2003). *Yerebatan Cistern And Other Cisterns Of Istanbul*; Duru Basım Ltd.: Istanbul, Turkey, 2003. Available Online: <Http://Www.Khas.Edu.Tr/Contents.Php?Cid=299>
- Crouch, D.P. (1993). *Water Management In Ancient Greek Cities*; Oxford University Press: New York, Ny, Usa, 1993.
- Çeçen, K. (1992). *Sinan's Water Supply System In Istanbul*; Istanbul Technical University: Istanbul, Turkey, 1992.
- Davaras, C. (1976). *Guide To Cretan Antiquities*; Noyes Press: Park Ridge, Nj, Usa, 1976.
- Deniz:, T. (2016) “ Türkiye’de Ulaşım Sektöründe Yaşanan Değişimler Ve Mevcut Durum” *Doğu Coğrafya Dergisi* Sayı: 36 Sayfa: 137
- Elmastaş, N., Yetmen, H., Benek, S., & Özcanlı, M. (2019) Ahlat (Bitlis) İlçesindeki Yeraltı Sularının Tarımsal Sulama Açısından İncelenmesi Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 7, Sayı: 90, Mart 2019, S. 13-26 Doi Number: <Http://Dx.Doi.Org/10.16992/Asos.14866>
- Forsyth, D.W., Gurr, D.L., Hauck, R., Matheny, R.T.(1983) *Investigations Of Ednza: Campeche, Mexico*; New World Archaeological Foundations, Brigham Young University: Provo, Ut, Usa, 1983.
- Güngör., S.S. (2017) Tarihi Yarımada’daki Roma Ve Bizans Dönemi Sarnıçları Sayf:40. *Stratejik Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi Volume 1 Issue (2)*. November
- Gürpınar, O. ve ark. (2004) *Birecik (Şanlıurfa) Yöresinin Temel Jeolojik Özellikleri Ve Jeolojik Miras Envanteri Dergisi*; Ağustos S:160)
- Güzel, A. (2013). Tarih Öncesi Bir Yerleşme Olan Şanlıurfa’nın Kuruluşuna Etki Eden Coğrafi Faktörler . *Marmara Coğrafya Dergisi* , 0 (19) , 108-129 . Retrieved From <Https://Dergipark.Org.Tr/En/Pub/Marucog/Issue/466/3763>
- Güzel, A., Özcanlı, M., Akgün, B. (2021). Şanlıurfa İlinde Kurulu Ges’lerin Arazi Kullanımı Açısından Değerlendirilmesi. *The Journal Of Social Sciences*
- Güzel, A. (2012). ŞANLIURFA İLİNDE HIRBE YERLEŞMELERİ . *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 22 (1) , 0-0 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/firatsbed/issue/45185/565765>

- İslam Ansiklopedisi (2009) Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları *Cilt Sayısı: 36*,
Sayfa:159-161
- Juuti, P., Vuorinen, H., Katko, T. (2007). *Water And Health İn Ancient Civilizations To The Modern Times İn Governance İn Water Sector*; Tampere University Press: Tampere, Finland, 2007.
- Karahan., D.S. (2018) Dünya’da Ve Türkiye’de Doğal Taşlar S:11
- Kerim., A.- Sürme., V. (2018) İstanbul’un Eski Su Kaynakları; Sarnıçlar , S:2 *Türk Hidrolik Dergisi*;
- Koyuncu, I., Altınbas, M., Aydın, A.F., Guclu, S., Turken, T., Ecis, R., Yildiz, A., Tutuncu, H. (2012). *Nomad Cisterns İn Antalya, Turkey*. In *Proceedings Of The 3rd Iwa Specialized Conference On Water And Wastewater Technologies İn Ancient Civilization, Istanbul, Turkey, 22–24 March 2012*.
- Kürkçüoğlu., C (2011). “Şanlıurfa Su Yapılarından Hayratlar” *Şanlıurfa Kültür Sanat Ve Turizm Dergisi*, Yıl:4 Sayı:9 Sayfa 9 <https://surkav.org.tr/sanliurfadergi/surkav9.pdf>
- Mays, L., Antoniou, G.P., Angelakis, A.N. (2013). *History Of Water Cisterns: Legacies And Lessons*. *Water* **2013**, 5, 1916-1940. <https://doi.org/10.3390/W5041916>
- Mays, L.W. (2013). *Use Of Cisterns During Antiquity İn The Mediterranean Region For Water Resources Sustainability*. *Water Sci. Technol. Water Supply* **2013**, 13, 735–742.
- Mays, L.W. (2013). *Water Sustainability Of Ancient Civilizations İn Mesoamerica And The American Southwest*. *Water Sci. Technol. Water Supply* **2007**, 7, 229–236.
- Mays, L.W. (2010). *Ancient Water Technologies*; Springer Science And Business Media. B.V.: Dordrecht, The Netherlands, 2010.
- Mays, L.W., Koutsoyiannis, D., Angelakis, A.N. (2007). *A Brief History Of Water İn Antiquity*. *Water Sci. Technol. Water Supply* **2007**, 7, 1–12.
- Ozis, U. (1987). *Ancient Water Works İn Anatolia*. In *Water Resources Development*; Butterworth & Co. Ltd: Belfast, Ireland, 1987.

- Ozis, U. (1982). Outlook On Ancient Cisterns İn Anatolia, Turkey. In Proceedings Of The International Conference On Rain Water Cistern Systems, University Of Hawaii At Manoa, Honolulu, Hı, Usa, June 1982.
- Özcanlı, M. (2014). Kazdağları Milli Parkı'nda Tarımsal Faliyetlerin Arazi Örtüsü Değişimine Etkisi (1975-2005). *The Journal Of Academic Social Science Studies*, 25(19). 339-356. Doi:[10.9761/Jasss2317](https://doi.org/10.9761/Jasss2317)
- Özcanlı, M. , Güzel, A. & Akgün, B. (2021). Şanlıurfa İli'nde Kurulu Ges'lerin Topoğrafik Özellikler (Yükselti, Eğim, Bakı) Açısından Uygunluk Analizi . *Türk Coğrafya Dergisi* , (78) , 127-144 . Doi: 10.17211/Tcd.997146
- Özcanlı, M. Özçağlar,A., Özgen,N., Banek, S.(2018). DiYarbakir Şehri'nin Alansal Gelişimi ve Tarım Arazileri Üzerindeki Etkileri.Asos Journal Doi: [10.16992/Asos.13294](https://doi.org/10.16992/Asos.13294)
- Roberts, N. (1977). Water Conservation İn Ancient Arabia. In Proceedings Of The Seminar For Arabian Studies, Middle East Centre, Cambridge, Uk, 12–14 July 1976; Archaeopress: Oxford, Uk, 1977; Volume 7, Pp. 134–146.
- Su Ve Yaşam (2012: 8-9) [Http://Www.Gidamo.Org.Tr/Resimler/Ekler/C06cd3f383d22ac_Ek.Pdf](http://Www.Gidamo.Org.Tr/Resimler/Ekler/C06cd3f383d22ac_Ek.Pdf) / Erişim Tarihi: 01.02.2022
- Wilson, A. Urban Water Storage, Distribution, And Usage. In *Water Use And Hydraulics İn The Roman City*; Koloski-Ostrow, A.O., Ed.; Kendall/Hunt Publishing Company: Dubuque, Ia, Usa, 2001.
- Yetmen, H., Aytaç, A.S., Özcanlı, M.(2017). Harran Ovasi'nin Kuraklık Analizi. *Asos Journal* Doi: [10.16992/Asos.12196](https://doi.org/10.16992/Asos.12196)
- Yılmaz, E., Özcanlı, M. (2021). Van Şehir Gelişimi ile Şehir Isı Adası Arasındaki İlişkiler ve Sıcaklık Değişimleri. *Van İnsani ve Sosyal Bilimler Dergisi (ViSBiD)* Sayı:1 S.40-60 s.41 https://www.yyu.edu.tr/images/files/SAYI_1.pdf
- <http://wowturkey.com/forum/viewtopic.php?t=150029> (Erişim tarih: 04.05.2021)
- <https://cdn.islamansiklopedisi.org.tr/gorsel/Bina%20foto%C4%9Fraf%C4%B1/sarni-c-2.jpg> Erişim tarihi: 02.02.2022
- <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/198891> Erişim tarihi: (23.12.2021).

<https://docplayer.biz.tr/docs-images/91/107546679/images/18-1.jpg> (Erişim tarihi: 04.02.2022)

<https://en.wikipedia.org/wiki/Pavurallakonda>, erişim tarihi: 12.01.2022

<https://insapedia.com/horasan-harci-nedir-yapimi-malzemeleri-ve-ozellikleri/> (erişim Tarihi: 27.01.2022)

<https://kolayarapca1.wordpress.com/frzbyhyrt/> Erişim tarihi: 01.02.2022

<https://media.istockphoto.com/photos/meybod-kouhandezh-old-fortress-picture>
id1211165148?s=612x612 Erişim tarihi: 01.02.2022

<https://www.iranicaonline.org/articles/ab-anbar-i-history> (erişim tarihi: 31.01.2022).

<https://www.mgm.gov.tr/veridegerlendirme/il-ve-ilceler-istatistik.aspx?m=SANLIURFA> Erişim tarihi: 28.01.2022

<https://zdergisi.istanbul> › pdf › Suyun_hamisi / Erişim tarihi: (21.12.2021)

BÖLÜM 5

ÇİZGİ FİLMLERDEKİ ŞİDDET OLGUSUNUN ANALİZİ: CARTOON NETWORK ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Üyesi Vefalı ENSER¹
Sibel ALTUN²

¹ Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, Malatya, Türkiye, vefens1977@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1404-412X

² İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Anabilim Dalı Yüksek Lisans, Malatya, Türkiye, sibelakbudakaltun@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2525-5291

GİRİŞ

Tarihin önemli teknik buluşlarından biri olup görselliğiyle diğer geleneksel kitle iletişim araçlarından ayrılan televizyonun düzenli yayınlarına başlamadan çok daha önce 1884 yılında, Alman bilim insanı Paul Nipkow'un geliştirdiği "elektrikli teleskop" bu alanda temel gelişmelerden biri olmuştur. Bu buluş 1900 tarihli bir patentle ilk defa "televizyon" ismiyle tanımlanmıştır (Winston, 2020: 9-10). Sonraki yıllarda diğer bilim insanları tarafından yapılan ve başarılı olamayan bazı denemelerin ardından İngiliz bilim insanı Logie Baird 1936 yılında saniyede 24 resim ve 240 çizgiyle yaptığı denemede öncekilerden daha net bir görüntü sağlayabilmiştir. Bu deneme televizyon yayıncılığı alanında İngiltere'de ilk aşamada kullanılan mekanik tarama sisteminin de temelini oluşturmuştur. Bu gelişme ile beraber dünya genelinde ilk düzenli televizyon yayını da 1936 yılında Londra'da bulunan Alexandra Palace'de kurulan bir stüdyodan yapılmıştır (Aziz, 2013: 47-49).

O günden bugüne bir birini takip eden teknik sıçramalarla dünya genelinde hızla yaygınlaşan ve kitlesel yayınlara başladığından beri önemli gelişim aşamalarından geçen televizyon, günümüzde ailelerin bir üyesi haline gelmiştir. Geleneksel kitle iletişim araçları arasında insanların en çok zaman ayırdığı televizyonun toplum üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri bulunmaktadır.

Bilim çevreleri tarafından çoğunlukla olumsuz etkilerinin her yönüyle tartışıldığı televizyon yayınlarının en çok etkisinde kalan hedef kitlenin ise çocuklar olduğu bilinmektedir. Zihinsel gelişimlerini yetişkinlere göre daha geç tamamlayan ve dolayısıyla etki altına daha çabuk

düşebilen çocuklar, izlediklerini tekrarlama ve deneme eğiliminde oldukları için yayınların onların psikolojileri üzerinde ne gibi tahribatlar yarattığı ve yaratabileceği gerçeği çok sayıda bilimsel çalışmalara konu olmuştur. Bu çalışmalar televizyon yayınlarının çocuklar üzerinde özellikle şiddet ekseninde oluşturduğu olumsuz etkilerini açıkça ortaya koymuştur.

Televizyonda gösterilen şiddet içerikli yayınların toplum üzerinde yarattığı etkiye dair araştırmalar 1950’li yıllara dayanmaktadır. Televizyon yayınlarının toplumda yaygınlaşması, insanların ekran başında geçirdikleri sürenin artması, saldırgan davranışların çoğalması “televizyon yoluyla saldırganlık teşvik mi ediliyor?” sorusunun ön plana çıkmasına sebep olmuştur. Toplumdaki şiddet içeren davranışların televizyon ile bağlantısının incelendiği araştırmalarda şiddetin öğrenilmiş bir davranış olduğu varsayılmıştır (Tümkan, 2007: 67). Diğer taraftan, kitle iletişim araçlarında şiddet içerikli yayınların süreklilik arz etmesinin çocuklarda şiddetin pekişmesine yol açtığı anlaşılmıştır. (Kızmaz, 2006: 61). 1950’li yıllardan sonra, araştırmaların televizyon yayınları üzerine yoğunlaşmasının en önemli nedeni televizyonun geniş kitlelere ulaşabilmesi ile diğer kitle iletişim araçlarının önüne geçmesi olmuştur. Araştırmalar televizyonun özellikle bireysel ve toplumsal davranışlar üzerine etkisine yoğunlaşmıştır. Çalışmalar diğer kitle iletişim araçlarına kıyasla televizyonun çocuklar ve gençler üzerinde olumsuz etkilerinin daha çok olduğunu göstermiştir (Zıllıoğlu, 1986: 1). Bu anlamda hedef kitlesinin çoğunlukla çocuklardan oluştuğu tematik çizgi film kanallarının etkisinin, ara sıra çizgi filmi yayınlayan karmaşık

yayın akışına sahip diğer televizyon kanallarından daha fazla olduğu bilinmektedir.

Türkiye’de çocuklara yönelik yayın yapan tematik çocuk kanallarına “Minika Go”, “Minika Çocuk”, “Disney Channel”, “TRT Çocuk”, “Cartoon Network” ve “Zarok TV” (lordiz.com) gibi kanallar örnek gösterilebilir. Bunlardan yabancı kaynaklı olup Türkçe de yayın yapan Cartoon Network uluslararası bir çizgi film kanalı olarak CNN’in kurucusu Ted Turner tarafından kurulmuş ve 1 Ekim 1992 yılında yayınlarına başlamıştır (hiddenremote.com, 2019). Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ve Azerbaycan’da da yayın yapmakta olan Cartoon Network Türkiye, Türkiye’de 7 Eylül 2007 tarihinde şifresiz olarak yayın hayatına başlamıştır. Bu tarihten sonra yaklaşık 3 ay içerisinde Doğan Holding Medya Kuruluşu Cartoon Network’ün Türkiye’de yayın lisansını almıştır. 28 Ocak 2008 günü “Benim kanalım Türkçe, Cartoon Network Türkiye” sloganıyla Türkiye versiyonu yayınına başlayan Cartoon Network Türkiye, 2008-2018 yılları arasında Doğan Holding’e bağlı, 2018’den günümüze kadar ise Demirören Holding’e bağlı olarak yayınlarını sürdürmektedir (wikizero.com).

Dolayısıyla yabancı kaynaklı olup Türkiye’de en çok izlenen tematik çizgi filmleri kanallarından biri Cartoon Network’te yayınlanan çizgi filmlerindeki şiddet unsurlarının araştırıldığı bu çalışmada, çizgi filmlerini temsilen “Ben10”, “Tom ve Jerry Şov”, “Thundercats Roar!”, “Çılgın Aile” ve “Teen Titans Go” isimli 5 çizgi filmi örneklem olarak seçilmiştir. Rastgele seçilen bu çizgi filmlerinde şiddet içerikli unsurların tespit edilmeye çalışıldığı çalışmada içerik analizi yöntemine başvurulmuştur.

1. TELEVİZYONUN ÇOCUKLAR ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Televizyon yayınlarından olumsuz etkilenme olasılığı en yüksek olan kesim hiç şüphesiz ki çocuklar ve gençlerdir. Çocukların, televizyonda yayınlanan programlarda, özellikle izlerkitlesi oldukları çizgi filmlerinde yer alan şiddet sahnelerine, dolayısıyla olumsuz içeriklere tanık olmaları ve bunun süreklilik arz etmesi onların ruhsal gelişimleri için kötü sonuçlar doğurabilmektedir.

Çocuğun gelişim dönemleri dikkate alındığında bebeklik, ilk çocukluk, orta çocukluk ve ergenlik dönemi olarak dört döneme ayrılabilir. 3 ile 11 yaş aralığını kapsayan ilk ve orta çocukluk dönemleri özellikle çocuğun cinsiyet ayırımını fark etmeye başladığı, fiziksel, bilişsel, dil gelişimlerinde önemli gelişmelerin olduğu dönemlerdir. Bu yaş dönemlerinde çocuğun, anneye bağımlılığı azalmaya ve dış dünyayı keşfetmeye başladığı görülür. Bu yaş dönemleri, çocukların öğrenmeye açık olduğu dönemlerdir. Öğrendiklerini içselleştiren çocuklar, bunları davranışa dönüştürmektedir. Çocukların bilişsel gelişim düzeyleri, her yaş döneminde değiştiğinden özellikle olumsuz yayınlardan etkilenme dereceleri de değişmektedir. Her olumsuzluk veya şiddet içeren yayın çocukların zihinsel gelişimlerinde haliyle farklı etkiler yaratabilmektedir.

Piaget'in bilişsel gelişim kuramına göre, 2 ile 7 yaş arasındaki dönemde çocuk dünyayı sözcükler ve imgelerle temsil etmeye başlar ve basit bir biçimde duyusal eylemlerini fiziksel eylemleri ile ilişkilendirir. 7-11 yaş arası ise somut işlemler dönemidir ve çocuklar nesnelere işlemler yapabilirler. Örneğin bir matematik denkleminin çözümünde gereken işlem adımlarını zihinlerinde toparlayamazlar. Yani soyut düşünme

henüz gelişmemiştir (Santrock, 2015: 25). Buradan hareketle çocuğun televizyonda gördüğü çizgi filmlerden yansıyan çeşitli hayal ürünü karakterleri, olayları algılamalarının gerçekliğin ötesinde olabileceği olasıdır. Bu durum, televizyonda yayınlanan çizgi filmlerin içerik açısından çocuğun gelişim dönemine uygun yayınlar yapmasını, bu yayınlardaki öğelerin kontrol altında tutulmasını ve ebeveynlerin çocuklarının izleme alışkanlıklarını dikkatlice takip etmesini gerekli kılmaktadır.

Bu anlamda medyanın olumsuz etkilerinden çocukları korumak amacıyla, bu etkilere aracı olmak ve etkileri azaltmak için kullanılan davranışları ve stratejileri kapsayan “ebeveyn arabuluculuğu” (Clark’tan akt. Korkut, 2020: 156), günümüzde televizyon da dâhil tüm medya ortamlarının çocuklar üzerindeki etkilerini kontrol etmek için alternatif çözüm yollarından biri olmaktadır.

Öte yandan araştırmalar çocukların 2 ile 3 yaşları arasında dikkatli bir şekilde televizyon izlemeye başladıklarını ortaya koymuştur. Ayrıca Yayıncıların İzleyici Araştırma Kurulu’nun (Broadcasters’ Audience Research Board - BARB) da katılımıyla İngiltere’de daha 1982 ile 1994 yılları arasında yapılan araştırmaların verilerine göre 4 - 11 yaş aralığındaki çocukların günlük ortalama televizyon izleme sürelerinin 3 saate yakın olduğu belirlenmiştir (Gunter ve McAleer, 1997: 4-6). Nitekim bebeklikten okul öncesi yıllara kadar ilerleyen süreçte televizyon izleme konusunda önemli bir artışın gerçekleştiğinden bahseden Anderson ve Lorch, bunun çocuklar olgunlaştıkça televizyonun anlaşılabilirliğinin artmasından kaynaklandığını vurgulamışlardır (akt. Anderson ve Pempek, 2005: 590).

Televizyon oturma odalarında başköşelerde yerini yirminci yüzyılın ortalarında yerini alırken televizyon görsel ve işitsel öğeleri iç içe barındırdığından renkler ve şekillerin de etkisi ile ilgi odağı olmayı başarmıştır (çiftçi, 2018: 105). Aile fertleri evdeki zamanlarının önemli bir kısmını televizyon karşısında geçirmekte ve bu durum televizyonun çocukların da hayatının vazgeçilmez bir parçası haline gelmesine neden olmaktadır. Yetişkin bireyler için televizyon daha çok haber izleme ve eğlenme amaçlı kullanılsa da, çocuklar bu araca merak ve öğrenme güdüleri ile yönelmektedir. Bu araç çocukları gerçek hayatta kolaylıkla tanık olamayacakları bir ortam ve model alabilecekleri karakterlerle karşılaştırmaktadır (Çamlıbel, 2012: 11).

20. yüzyılın ikinci yarısından sonra televizyon kadar hiçbir gelişme çocuklar üzerinde bu denli etki yaratmamıştır. İkna etme yeteneği yüksek olan televizyon, çocukların davranışlarını etkileme düzeyi açısından da diğer medya organlarından önce gelmektedir. Televizyon çocukları pasif öğrenciler yapmak, onlara kalıp yargılar öğretmek, saldırganlık modelleri sağlamak ve dünyaya dair gerçekçi olmayan görüşler sunmakla onların üzerinde negatif etki göstermektedir (Santrock, 2015: 269). Araştırmalar şiddet içeren sahneleri izleyen çocukların şiddet eğilimli davranışları öğrenmeleri ve taklit etmelerinde bu sahnelerin etkisinin büyük olduğunu ortaya koymaktadır (Adak, 2004: 31). Elbette televizyonun bu denli etkili araç haline gelmesinin başlıca etkeni görsel olma özelliğidir.

2. ŞİDDET KAVRAMI

Şiddet, başkalarının iradesine veya arzusuna karşı kararlar almak için gayri meşru veya yetkisiz güç kullanımınıdır (Wolff, 1969: 606). Şiddetin en genel hali olan saldırganlık ise Freedman ve arkadaşlarına göre “*başkalarını inciten ya da incitebilecek her türlü davranıştır*” (2003: 847). Kirsh ise saldırganlığı “*fiziksel, sözel, psikolojik veya duygusal olarak bir diğerine zarar vermek*” (2006: 10) olarak tanımlamaktadır.

Akademik araştırmalara sık sık konu olan şiddet kavramına getirilen tanımların her biri şiddetin bir-birinden farklı taraflarını göstermektedir (Çöloğlu, 2010: 23). Şiddet kavramının dar çerçevede yalnız fiziksel şiddet olarak anlamlandırılmasına yönelmek doğru olmaz. Bundan dolayı geniş anlamıyla şiddet, insan üzerinde oluşturduğu fiziki ve ruhi etkileri net olarak ölçülemeyen, dolaylı ve gözle görülür bir biçimde hissedilen çeşitli baskılardır (Ünsal, 1996: 32-33).

Şiddetin fiziksel, sözel ve duygusal olarak üç temel türü bulunmaktadır.

Bunlardan *fiziksel şiddet*, insanların bedenlerine yönelik dışarıdan yapılan acı verici olan sert eylemlerdir. Tekme atma, tokatlama, yumruklama, sopa gibi aletler kullanma, bıçaklama, silah kullanma, yakma, işkence etme gibi sert ve acı verici şekilde gerçekleşen ve yaralanma veya ölümlerle sonuçlanan edimler fiziksel şiddet örneklerindedir. İnsanın kendine uyguladığı ve bedensel bütünlüğüne zarar verici edimler olan intihar ve intihara kalkışma da bu şiddetin içerisine girmektedir (Ünsal, 1996: 31). *Sözel şiddet* ise kötü sözler söyleme, bağırma, küfür etme, hakaret etme, azarlama, aşağılama olarak

uygulanan şiddet türüdür. Sözel şiddette korku ögesi önemli bir unsur olarak görülür. Böyle bir durumda korkutucu, sindirmeye dönük, istediğini yaptırmaya yönelik sözler kullanılır ve hareketler yapılır. Ayrıca karşındakini küçük görüp aşağılamak, ağır atfedilen sözler söyleyip güveni olumsuz etkileyecek ve psikolojik anlamda istismar yaratacak hareketler de sözel şiddetin içerisine girmektedir. Sözel şiddet sosyal yaşamda bir nevi insanları disipline sokma amacıyla kullanıldığı için psikolojik sağlığı bozmakta ve bireyleri daha fazla şiddete yönlendirmektedir (Güz, 2007: 90). *Duygusal şiddet* ise bireyin kontrol altına alındığını hissetmesine neden olan, benlik duygusuna zarar vererek, korkutarak bireyin kendisini güçsüz hissetmesine neden olan bir şiddet türüdür (Güz, 2007: 89).

3. EKRANDAN YANSIYAN ŞİDDETİN ÇOCUKLAR TARAFINDAN TAKLİDİ

Televizyondan yansıyan şiddetin çocuklar üzerinde etkilerinin incelendiği bilimsel çalışmalardan en çok bilineni Kanadalı bilim insanı Albert Bandura'nın Sosyal Öğrenme Kuramıdır.

Saldırgan davranışların taklit edilerek öğrenildiğine ilişkin önemli çalışmalardan biri olan Sosyal Öğrenme Kuramında Bandura, 1960'lı yılların başında yaptığı deneyle çocukların çizgi filmlerden izledikleri davranışları ve televizyondaki şiddet içerikli yayınları taklit ettikleri sonucuna ulaşmıştır. Bu çalışma ekrandan yansıyan şiddet görüntüleri ile gerçek yaşamdaki saldırganlık ilişkisini kanıtlama yönünde elde edilen ilk bilimsel verilerden oluşmaktadır (Glascock, 2008: 271).

Özellikle psikoloji alanında en çok bilinen araştırmalardan biri olan bu çalışmada Bandura ve arkadaşları yaptıkları deneylerle televizyonda saldırgan davranışları izleyen çocukların bu davranışları gerçek yaşamda da gösterdiklerini kanıtlamışlardır. Bobo Doll Deneyi olarak bilinen bu çalışma, üç gruba ayrılan anaokulu seviyesindeki çocuklar üzerinde yapılmıştır. Ekran aracılığıyla birinci gruba saldırgan modeller gösterilirken, ikinci gruba saldırgan olmayan modeller izlettirilmiş, üçüncü gruba ise herhangi bir model gösterilmemiştir. Birinci gruptaki çocuklara, Bobo adı verilen hacıyatmaza bir yetişkinin 10 dakika boyunca uyguladığı şiddet görüntüleri izlettirilmiştir. Yetişkin kişi, hacıyatmaza tekme atıp havaya savurmak, bağırarak ve çekiçle vurmaya gibi çeşitli şiddet eylemleri uygulamıştır. İkinci gruba ise yetişkin kişinin hacıyatmaz da dâhil çeşitli oyuncaklara nazikçe davrandığı ve hiçbir oyuncuğa şiddet uygulamadığı görüntüler izlettirilmiştir. Üçüncü gruptaki diğer çocuklara ise olumlu ya da olumsuz herhangi bir durum izlettirilmemiştir. Sonrasında bu gruplar Bobo'nun da aralarında bulunduğu, şiddet unsuru içeren ve içermeyen çeşitli oyuncakların olduğu bir odaya alınmıştır. Çocukların bu odadaki davranışları gözlemlenmiş ve not edilmiştir. Saldırgan modelleri izleyen çocukların diğer çocuklara kıyasla bu davranışları aynen taklit etme eğiliminde oldukları görülmüştür. Bu sonuç, çocukların şiddet gibi eylemleri gözleyerek başkalarından öğrendiklerini ortaya çıkarmış ve Bandura'nın Sosyal Öğrenme Kuramını desteklemiştir (yakiniliskiler.com, 2019). Gunter'e göre ise çocuklar herhangi birinin sorunlarının üstesinden gelebilmek amacıyla şiddet uyguladığına şahit olursa bunu kendilerinde özdeşleştirmekte ve olduğu gibi uygulayabilmektedirler (akt. Çöloğlu, 2010: 86).

Liebert ve Baron da bir çalışmada Bandura gibi belirledikleri bir grup çocuğa yine şiddet içeren davranışların olduğu hırsız polis filmi, diğer bir gruba ise heyecan içeren, spor içerikli bir film izletmişlerdir. Sonrasında, bir odada çocukların serbestçe oynamalarına izin verilmiş ve saldırganlık içeren filmi izleyen çocukların diğer gruptaki çocuklara göre daha çok şiddet içeren tutumlar sergiledikleri görülmüştür (Mutlu, 1999: 126).

Çocukların çizgi filmlerdeki saldırgan davranışlardan etkilendiklerine dair Türkiye’de yapılan çalışmalar da mevcuttur. Bu çalışmalardan biri, okul öncesi çocuklara izletilen çizgi filmlerdeki şiddet içerikli görüntülerin serbest zaman geçirdikleri sırada onları etkileyip etkilemedikleri üzerine yapılmıştır. 2006-2007 eğitim-öğretim yılında Adana’nın Seyhan ilçesindeki bir anaokulunda katılımcı çocuklar, amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Sınıfta yer alan 12 öğrenci çalışmaya dâhil edilmiş, yalnız 3 kız ve 3 erkek öğrenci odak grup olarak belirlenmiştir. Bir gruba saldırgan davranışların olduğu ve diğer gruba ise eğitici içeriğin olduğu çizgi filmler izletilmiştir. Sonrasında çocukların serbest oynamaları sağlanarak oyunlarının çeşitli aşamalarında çizgi film öğelerini nasıl ve ne amaçla kullandıkları izlenmiştir. Sonuç olarak şiddet içeren çizgi filmi izleyen çocukların izledikleri unsurları oyunlarının başlangıç aşamasında aynen uyguladıkları görülmüştür. Eğitim içeriği taşıyan çizgi filmleri izleyen çocukların ise uyumlu davrandıkları yalnız içerikteki unsurları oyunlarında uygulamadıkları tespit edilmiştir (Yaşar ve Paksoy, 2011: 279).

Çocukların, gelişimsel özellikleri nedeniyle televizyonda saldırganlık içeren öğelere maruz kalmaları onları olumsuz etkilemektedir. Bu öğelere sıkça maruz kalmaları durumunda ise onlarda bu durum dünyanın güvensiz bir yer olduğu yönünde bir kültürleme oluşturmaktadır. Ayrıca bir diğer etki ise şiddeti çocukların bir süre sonra problem çözme aracı olarak kullanmasıdır. Yani saldırgan içerikli filmler izleyen çocuklar, şiddetin kötü insanları cezalandırmak için bir araç olarak kullanıldığında işe yaradığı algısına sahip olarak, gözleyerek öğrenme davranışını içselleştirmektedirler (RTÜK, 1997).

Ayrıca ekranlardan yansıyan şiddetin, çocukların psikolojik sağlığını bozduğunu vurgulayan Yörükoğlu (1989), küçük çocukların kanlı, öldürmeli, boğmalı sahnelerden korktuklarını ve bu nedenle korkup sindiklerini, ürkek ve çekingen olabildiklerini, özellikle de yalnız televizyon izleyen çocukların izlediklerini yanlış yorumlamalarından dolayı çarpıtmaların olduğunu ileri sürmektedir. Ayrıca çocukların televizyon vasıtasıyla maruz kaldıkları şiddet ve saldırganlık, özel kaygılara da yol açmaktadır (Santrock, 2015: 269).

Çocuklar açısından çizgi filmlerin, renk, şekil ve seslerin kullanılış biçimi bakımından dikkat çekiciliği oldukça yüksektir ve bu durum adeta çocukların renkli dünyalarına hitap etmektedir. Normal hayatta karşılaşılamayacak veya diğer televizyon programlarında pek de göremeyecekleri içerikler çizgi filmlerinde çocukların karşısına çıkmaktadır. Dolayısıyla diğer içeriklerle beraber çizgi filmlerinden yansıyan saldırgan davranışlar onların dikkatlerini kolaylıkla çekmekte ve gerçek yaşamlarında, özellikle oyunlarında bunları deneme eğilimine girmelerine neden olmaktadır. Oyunlarda masum görünen saldırganlık

eylemleri ise, yetişkinlik döneminde tehlike arz edebilecek boyutlar kazanabilmektedir. Saldırgan davranışlar gibi şiddet içerikli sahnelere çizgi filmler yoluyla maruz kalan çocukların bu davranışları hem taklit ettiklerini, hem de normalleştirerek meşru kıldıklarını, şiddete karşı duyarsızlaştıklarını, psikolojik sağlıklarının olumsuz etkilendiğini söylemek mümkündür.

4. YÖNTEM

Özellikle ilköğretim çağındaki çocukların hafta içi televizyon izleme saatlerine bakıldığında %46.7'lik bir kesimin 17:01-20:00 saatleri arasında, %46.4'lük kesimin ise 20:01-22:00 saatleri arasında televizyon izlediği tespit edilmiştir (RTÜK, 2006). Dolayısıyla 17:00-22:00 diliminin ilköğretim çağındaki çocukların en fazla televizyon izledikleri zaman dilimi olduğu söylenebilir.

İlköğretim çağındaki çocukların en çok televizyon izleme saatlerinin 17:00-22:00 arası olması dikkate alınarak Cartoon Network kanalında bu saat aralığında yayınlanan ve rastgele seçilen “Ben 10”, “Tom ve Jerry Şov”, “Thundercats Roar!”, “Çılgın Aile”, “Teen Titans Go!” isimli tamamı yabancı yapım olan çizgi filmlerinin dâhil edildiği bu çalışmada, Türkiye’de yayın yapan yabancı kaynaklı tematik çizgi filmi kanallarının yayınlarından fiziksel, sözel ve duygusal şiddet biçimlerinin yansıyor yansımadığını tespit etmek amaçlanmıştır.

Dış kaynaklı olması ve Türkiye’de en çok izlenen çocuk televizyon kanallardan biri olması nedeniyle seçilen Cartoon Network’un yayınladığı bu 5 çizgi filmi, her gün biri olmakla 25 - 29 Aralık 2020

tarihleri arasında izlenmiş ve içerik analizi yapılarak betimlenmiştir. Seçilen çizgi filmler betimlenirken, çizgi filmin konusuna kısaca değinilmiş, yayın süresi ve saati, şiddet içeren sahneler bağlamında şiddetin türü ve süresi gibi ayrıntılar belirtilmiştir.

5. BULGULAR

Cartoon Network kanalında 25-29 Aralık 2020 tarihleri arasında yayınlanan “Ben 10”, “Tom ve Jerry Şov”, “Thundercats Roar!”, “Çılgın Aile”, “Teen Titans Go!” isimli çizgi filmlerinden yansıyan şiddet içerikli sahnelerin incelenerek analizi çalışmanın bu bölümünde yapılmıştır. Bu anlamda elde edilen veriler aşağıdaki iki tabloda (Tablo 1 ve Tablo 2) yer almaktadır.

Tablo 1: Çizgi Filmlerdeki Şiddet Sahnelerinin Şiddet Türlerine Göre Rakamsal ve Oransal Dökümü

Çizgi Filmleri	Fiziksel Şiddet Sahnesi Sayı / Oran	Sözel Şiddet Sahnesi Sayı / Oran	Duygusal Şiddet Sahnesi Sayı / Oran	Toplam Şiddet Sahnesi Sayı / Oran
Ben 10	8 / %38,09	-	10 / %58,82	18 / %41,86
Tom ve Jerry Şov	3 / %14,28	2 / %40	3 / %17,64	8 / %18,60
Teen Titans Go!	6 / %28,57	2 / %40	-	8 / %18,60
Thundercats Roar!	4 / %19,04	1 / %20	1 / %5,88	6 / %13,95
Çılgın Aile	-	-	3 / %17,64	3 / %6,97
TOPLAM	21 / %48,83	5 / %11,62	17 / %39,53	43 / %100

Tablodan anlaşıldığı gibi, çizgi filmlerin tamamında şiddetin en az bir türü yer almıştır. “Tom ve Jerry Şov” ve “Thundercats Roar!” çizgi filmlerinde ise tüm şiddet türlerine rastlanmıştır. Çizgi filmlerinin tamamında toplam 43 şiddet sahnesi tespit edilmiştir. Bunlardan %48,83’ü fiziksel, %39,53’ü duygusal

ve %11,62'si ise sözel şiddetten oluşmuştur. Dolayısıyla toplam şiddet sahnelerinin hemen hemen yarısını oluşturan fiziksel şiddet sahneleri tespit edilen en fazla şiddet türü olmuştur. Fiziksel şiddet içeren sahneler “Çılgın Aile” filminin dışında diğer bütün filmlerde görülmüştür. Duygusal şiddet içeren sahneler “Teen Titans Go!”nun dışındaki bütün çizgi filmlerinde tespit edilmiştir. Çizgi film bazında bakıldığında ise “Ben10” %41,86 oranıyla çizgi filmleri arasında en çok şiddet sahnelerinin yer aldığı çizgi filmi olmuştur. Onu eşit olarak %18,60 oranında “Tom ve Jerry Şov” ve “Teen Titans Go!” filmleri takip etmiştir. Bu anlamda en az orana ise %6,97 ile “Çılgın Aile” sahip olmuştur. Bu çizgi filmleri arasında “Ben10” %38,09 ile en çok fiziksel şiddet sahnesine ve %58,82 ile de en çok duygusal şiddet sahnesine sahip olan çizgi filmi olmuştur. En çok sözel şiddet sahnesine ise %40’lık eşit oranlarla “Tom ve Jerry Şov” ile “Teen Titans Go!” filmleri sahip olmuştur.

Tablo 2: Çizgi Filmlerdeki Şiddet Sahnelerinin Süresi ve Oransal Dökümü

Çizgi Filmleri	Çizgi Filmin Süresi	Şiddet Sahnelerinin Süresi	Şiddet Sahnesi Süresinin Film Süresindeki Oranı
Ben 10	10 dk.	3 dk. 48 sn.	%38
Tom ve Jerry Şov	2 dk. 58 sn.	56 sn.	%31,46
Thundercats Roar!	10 dk.	19 sn.	%3,16
Çılgın Aile	11 dk.	47 sn.	%7,12
Teen Titans Go!	10 dk.	48 sn.	%8
TOPLAM	43 dk. 58 sn.	6 dk. 46 sn.	%15,39

Tablo 2’den de görüldüğü üzere, izlenen tüm çizgi filmlerinin toplam süresinin %15,39’u şiddet sahnelerinden oluşmaktadır. Süre bakımından en fazla şiddet sahnesi “Ben10” çizgi filminde görülmüş ve şiddet süresinin çizgi filmi süresine oranlaması %38 olarak tespit edilmiştir. “Tom ve Jerry Şov”da ise sürenin %31,46 oranında şiddet unsuru içeren sahnelerin olduğu görülmüş ve en fazla şiddet içeren ikinci çizgi film

olmuştur. “Ben10” ve “Tom ve Jerry Şov” filmlerini %8 ile “Teen Titans Go!”, %7,12 ile “Çılgın Aile” ve %3,16 oranında ise “Thundercats Roar!” takip etmiştir.

Bu çizgi filmlerinin izlenen bölümlerinde tespit edilen şiddet sahnelerinin içerdiği şiddetin türü ve süreleri aşağıda verilmiştir.

Çizgi Film Adı: Ben10

Yayın Tarihi: 25.12. 2020

Yayın Saati: 20: 00

Süresi: 10 dakika

“Ben10” yabancı yapım olup dizi şeklinde gösterilen bir çizgi filmidir. Ben, dedesi ve kuzeni ile maceradan maceraya atılır. Kolundaki saati kullanarak 10 tane uzaylı yaratığa dönüşebildiğinden dolayı ona Ben10 denilmektedir. Bu saat ile dünyayı kötülerden korumaktadır. Bu çizgi filminin izlenen 25.12.2020 tarihli “Dijital Kalite” isimli bölümünde Ben’in dedesi, Ben ve kuzenini eski CD’lerin satıldığı bir bitpazarına getirir. CD’lerin artık yeni teknoloji karşısında bir anlamı kalmadığını belirterek oradan ayrılmaya çalışan Ben ve kuzeni, Kevin ile karşılaşır. Yalnız Kevin pek kendinde değildir ve iyi görünmemektedir. Uykusuzdur ve ayakta duramamaktadır. Bu sırada fondan gelen ürkütücü sesler dikkat çeker. CD’ler üzerine tartışırken Lord Decibel’in gelmesi olayların daha da karmaşıklaşmasına sebep olur. Lord Decibel çizgi filmin kötü karakteri olup o da bir CD’nin peşindedir. Bu CD, Kevin’in aradığı CD’dir. Yaşanılan mücadeleler sonucunda Kevin ve Ben birlikte hareket ederek Lord Decibel’i alt ederler.

“Ben, Kevin’a ne aradığını sorar ve Kevin ‘şu çılgın dünyada hepimiz bir şey aramıyor muyuz zaten’ der ve sadece bir CD aradığını söyler. Ben, Kevin’a ‘şu CD gerçekte nedir Kevin, dünya hâkimiyeti için sesli kitap mı’ diye sorar ve Kevin’ın kafasını sarsar. Bu arada fondan ürkütücü bir müzik sesi gelmektedir” (Fiziksel ve duygusal şiddet - 15 saniye).

“Dedesini, bence ikinizin CD’lere alışması harika bir şey dedikten sonra Ben, dedesinin elinden CD’yi alıp savurur” (Duygusal şiddet – 2 saniye).

“Lord Decibel’in gelmesi, Ben’in fırlattığı CD’yi alması ile Ben’in dönüşmesi ve aralarında geçen mücadele. Lord Decibel’in sesi ürkütücüdür ve Ben’in yaratığa dönüşmüş haline ışınla ateş ederek onu sürekli yere savurmaktadır” (Fiziksel ve duygusal şiddet - 1 dakika 8 saniye).

“Lord Decibel’in her tarafı kuşatan ve insanların kaçamayacakları bir bariyer yaratması sonucu insanların çaresizliklerinin gözler önüne serilmesi” (Duygusal şiddet - 41 saniye).

“Lord Decibel’in kötü ve ürkütücü gülüşü ile başta dede olmak üzere herkesi zorla dans ettirmesi, kimsenin kendisini durduramayacağını söylemesi ve insanların çaresizliklerinin gösterilmesi” (Duygusal şiddet - 41 saniye).

“Kevin, sakın cüret etme deyip kolundaki saate dokunur ve dönüşür. Ben’in yaratık haline saldırarak onun üzerine atlar” (Fiziksel şiddet - 3 saniye).

“Lord Decibel ‘siz yaramazlar, ekipmanımı mahvettiniz, verin o CD’yi’ der ve Ben onu iteleyerek başka bir tarafa savurur. CD benimdi diyen Kevin’in üstüne kendi oluşturduğu bir fileyi geçirir” (Duygusal ve fiziksel şiddet - 12 Saniye).

“Lord Decibel ürkütücü sesiyle ‘o CD’ye dokunma sakın onu tamamen yok edeceksin’ demesiyle Kevin üstündeki fileyi, Lord Decibel’in üzerine atar ve Lord Decibel bunun üzerine ‘çocuklardan nefret ediyorum’ der” (Duygusal ve fiziksel şiddet - 8 saniye).

“Lord Decibel, Ben’in kuzeninin karşısına aniden çıkar ve korkunç sesiyle ‘sanırım sende bana ait olan bir şey var’ der” (Duygusal şiddet - 5 saniye).

“Ben ve Kevin’in boğuşarak aniden yere çakılmaları” (Fiziksel şiddet - 2 saniye).

“Lord Decibel’in öyle mi dersin, dedikten sonra tekrar insanları zor kullanarak dans ettirmeye çalışması” (Duygusal şiddet - 6 saniye).

“Lord Decibel’in korkunç sesiyle ‘bu müzikte hiç efekt yok ki sanırım frekansı arttırmam gerekiyor’ diyerek Ben’e ateş etmeye başlaması” (Fiziksel ve duygusal şiddet - 19 saniye).

“Lord Decibel’in uçan aracını, Ben’in ona şiddetlice çarparak havaya uçurması” (Fiziksel şiddet - 6 saniye).

Çizgi Film Adı: Tom ve Jerry Şov

Yayın Tarihi: 26.12.2020

Yayın Saati: 17: 30

Süresi: 2 dakika 58 saniye

Ev kedisi Tom ile onunla aynı evi paylaşan ev faresi Jerry arasında geçen şiddetli ve komik mücadelelerin anlatıldığı yabancı yapım bir animasyon serisidir. Dizinin “Kıymık” isimli bölümünde Tom, Spike’ın oğlunun eline batan kıymığı çıkarmaya çalışmaktadır. Yalnız, sürekli Tom’un yanlış anlaşılacağı durumlar olduğundan Tom, Spike’ın şiddetine maruz kalmakta ve Jerry ile Jerry’nin oğlunun yardımına ihtiyaç duymaktadır.

“Tom evin önünde buz hokeyi oynamaya çalışıyordu. Hokey sopası ile iki tane diske sertçe vurur ve diskler bir çöp tenekesine çarparak geri döner ve Tom’a çarparak onu duvara yapıştırır” (Fiziksel şiddet - 5 saniye).

“Tom’un kafasının üstünde bir düşünce balonu belirir. İçinde köpek Spike vardır ve Tom’a sinirli bir şekilde eğilerek ‘Sana oğluma bir şey olmayacağından emin ol demiştim’ diyerek Tom’un kafasına sertçe vurur” (Fiziksel ve duygusal şiddet - 5 saniye).

“Jerry’nin oğlu, Tom’a ‘Bu konuda çok yeteneklisin değil mi? Seni aşağılık yaşlı kedi, iddiaya girerim Jerry amca seni parçalara ayırır’ der” (Sözel şiddet - 5 saniye).

“Spike, kapıyı hızlıca vurarak ‘Kedi, duyuyor musun, bunu bana kırdırma’ der. O sırada Tom, Jerry ve oğluna yardımcı olmaları için yalvarıyordu. Jerry’nin oğlu Tom’a ‘Ahh! Sızlanmayı bırak. Şapşal kediye yardım etmeli miyiz Jerry amca’ der. Spike kapıya şiddetli olarak vurmaya devam etmektedir. Kapıyı açman için üçe kadar sayıyorum

derken kapıyı kırar ve Tom’u boynundan sıkıca yakalar. Kedinin boynundan tuttuğu sırada ona bağırarak ‘Bir şey mi saklıyorsun kedi, ne işler çeviriyorsun’ der (Fiziksel, sözel ve duygusal şiddet - 31 saniye).

“Spike, Tom’a ‘Hakkında böyle düşündüğüm için beni bağışla kedi, bu soğukta ancak böyle düşünüyorum’ diyerek kedinin boynundan tutmaya devam ederek yüzüne tüm salyasını akıtarak öksürür” (Duygusal şiddet - 10 saniye).

Çizgi Film Adı: Thundercats Roar!

Yayın Tarihi: 27.12. 2020

Yayın Saati: 21:15

Süresi: 10 dakika

Thundera krallığında geçen mücadeleleri anlatan, yabancı yapım dizi şeklinde bir çizgi filmidir. Kral Claudios, bir gün hizmetçisi tarafından uyandırılır ve krallıkta çözülmesi gereken sorunlar vardır. Yalnız sorunlara duyarsız yaklaşan kral söylenilenleri dikkate almamakta ve rahatsız edildiğinde, hizmetlilerine şiddet uygulamaktadır. Thundera krallığının düşmanlar tarafından havaya uçurulması ile bir tek kral Claudios hayatta kalır. Oğlunun bulunduğu 3. Dünya gezegenine gelir. Burada oğlunun son derece mülayim olarak yürüttüğü krallığını, kendi despot ve bencil yönetimine çevirmeye çalışır ve başarılı olamaz. Bir şekilde buradan da gönderilir.

“Kral Claudios’un hizmetlisi, onu kafasında tahtına doğru taşırken aynı anda krala bütün kraliyet yardımcılarını kendilerinin yok sayıldıklarını ve

görmezden gelindiklerini gösteren raporlar bildirmişler, demesiyle kral tarafından tekme ile fırlatılması” (Fiziksel şiddet - 4 saniye).

“Kral Claudios’un oğlunun yanına ilk defa geldiği anda, oğluna ‘insanlar düşünmeyi sevmez, onların yerine zor kararları verecek kralları olmasını ister’ diyerek yerde eğilmiş olan kişinin üzerine basıp geçmesi” (Fiziksel şiddet - 2 saniye).

“Kral Claudios oğluna ‘bir kral asla gittiği yere bakmaz’ deyip önünde eğilen bir kişinin üstüne basıp geçmesi” (Fiziksel şiddet - 2 saniye).

“Her şey ayarlandı majesteleri şimdi oraya sıkışabilirsem demesiyle kralın hizmetlisine tekme atarak onu yere fırlatması” (Fiziksel şiddet - 2 saniye).

“Kral Claudios kendisinin portresini yapan küçük ejderhanın elinden portreyi alıp yere vurup, bir kral her zaman için eleştirilerde bulunmalıdır, deyip onu parçalaması ve çok sıkıcı, amatörce ve utanç verici diyerek küçük ejderhaya bağırması, küçük düşürmesi” (Sözel ve duygusal şiddet - 9 saniye).

Çizgi Film Adı: Çılgın Aile

Yayın Tarihi: 28.12.2020

Yayın Saati: 20: 00

Süresi: 11 dakika

Yabancı yapım “Çılgın Aile” çizgi filmi de dizi şeklindedir. Birbirinden farklı becerilere sahip kardeşlerin giriştikleri her iş, çılgın bir maceraya dönüşmektedir. Büyük ağabey, bir yandan yaramaz kız kardeşine laf

anlatmaya çalışırken bir yandan ağabey olarak en doğru kararları vermeye çalışmaktadır. Ailenin diğer çalgın üyeleri köpek, kedi, fare ve en havalı üyesi peynir maceradan maceraya yelken açmaktadır. Dizinin incelenen “Kurt Gibi Uluyan” isimli bölümünde evdeki köpeğin, küçük düşürülmesi sonucu, ailenin diğer fertlerine kendini ispatlama çabası gözler önüne serilmektedir. Sokaklarda bir süre dolaştıktan sonra sokak köpekleri arasına karışan bu köpek, bir süre sonra popüler olur. Çevresindekilere kafa tutmaya başlar. Bu arada aile üyeleri ise köpeği aramaktadır. Onu bulur ve ondan özür dileyerek geri dönmesini isterler. Onu ikna etmek zaman alsa da köpek ikna olur ve evine geri döner.

“Evin kızı köpeğe ‘ne olmuş kurtlar kaslı ve havalıyken sen oyuncak ayıya benziyorsun’ demesi ve kendini ispat etmeye çalışması üzerine diğer aile üyelerinin dalga geçmesi, köpeğin ‘siz palyaçolar beni hak etmiyorsunuz, insanla köpeğin bağına ne oldu’ deyip ağlayarak dışarı çıkması” (Duygusal şiddet - 27 saniye)

“Köpek, bir sokak köpeği olduktan sonra diğer sokak köpekleri ile önlerinden geçen küçük bir kıza ‘hey güzel bayram kostümünü ne olarak giydin, ezik mi’ der ve bütün insanlar dönerek küçük kıızı işaret ederler. Kız üzülür” (Duygusal şiddet - 9 saniye).

“Köpeğin Çaçı isimli köpeğe, bacakları titrediğinde parmak ucuyla dokunup yere düşürmesi sonucu etraftaki bütün ellerin Çaçı’yı işaret etmesi ve gülme seslerinin de aynı anda gelmesi. Bir anda beliren insanların Çaçı’yı yuhalaması. Çaçı’nın utanç duyması” (Duygusal şiddet - 11 saniye).

Çizgi Film Adı: Teen Titans Go!

Yayın Tarihi: 29.12.2020

Yayın Saati: 18:10

Süresi: 10 dakika

Yabancı yapım olan “Teen Titans Go!” çizgi filmi de dizi şeklindedir. Genç süper kahramanlar, bir yetişkin gözetimi olmaksızın dünyayı ele geçirmeye çalışan kötü düşmanlara karşı dünyayı kurtarmaya çalışmaktadırlar. Kahramanların her birinin kendine özgü süper güçleri vardır. Dizinin “Arı Sütü” bölümünde arkadaşları Bumblebee’den arı güçleri olduğu için bal yapmasını isterler. O da yapamayacağını sadece arı güçlerinin olduğunu söyleyerek itiraz eder. O sırada aniden beliren Robin arkadaşlarına farklı bir konudan bahsetmeye çalışırken her seferinde grubun lideri olmasına rağmen kendisine itiraz edildiğini görür. Kendisine itaat edilmemesi Robin’de endişe yaratır. Bumblebee ona yardımcı olmaya çalışır. Arı güçleri olsaydı böyle olmayacağından bahsederek onu bir arı kovanının yanına götürür ve arılar hakkında bilgi verir. Bir kraliçe arının arılarda nasıl disiplin sağladığından bahseder. Robin bundan etkilenir ve o da kraliçe arı olmaya karar verir. Bunun için eğitim çalışmalarına başlar fakat başarılı olamaz ve arkadaşlarının önünde küçük düşer. Sonrasında eğer arı sütü yerse gerçek bir kraliçe arı olabileceğini bildiği için bu yola başvurur ve arkadaşlarına artık hükmedebilmektedir. Yaşadıkları yer bir arı kovanına dönmüş ve arkadaşları ona itaat etmektedirler. Yalnız işler sanıldığı gibi gitmez ve Bumblebee olanları görür ve buna engel olmak ister ve o da arı sütü yiyerek kraliçe arıya dönüşüp Robin’in normale dönmesini sağlar. Çünkü arılara ait olan bir şeyin kullanılması doğru değildir.

“Robin’in aniden belirmesi ve ‘acil eğitim seansı, Titanlar gidelim!’ demesi üzerine Starfire onun yakasını sıkıca tutar ve ‘Lütfen bizi bölme, Bumblebee’ye bize bal yapmasını söylüyoruz’ deyip onu camdan dışarı fırlatması. (Camın paramparça görüntüsü ve Robin’in yüksek bir binanın en son katından aşağıya düşme şekli ve yerdeki hali)” (Fiziksel şiddet - 5 saniye).

“Robin’in ‘son kez söylüyorum, Titanlar gidelim’ demesi ile Beast Boy’un ‘duymadın mı’ diyerek bir keçiye dönüşüp ona sertçe vurup onu tekrar camdan fırlatması” (Fiziksel şiddet - 3 saniye).

“Bumblebee’nin Robine yardımcı olmak istemesine rağmen Robinin ona kabaca davranıp ‘bana şapşal arılardan bahset’ demesi” (Sözel şiddet - 2 saniye).

“Robin ‘arı sütü yersem kraliçe arı olurum’ demesi üzerine Bumblebee’nin ona tokat atarak hayır diye bağırması” (Fiziksel şiddet - 2 saniye).

“Robin’in sadece ‘biraz arı sütü içsem olmaz mı’ demesi üzerine Bumblebee’nin ona ‘olmaz’ diyerek tokat atması” (Fiziksel şiddet - 2 saniye).

“Robin ve Bumblebee’nin kraliçe arı olarak birbirlerini defalarca yumruklamaları ve yerden yere vurmaları” (Fiziksel şiddet - 32 saniye).

“Bamblbee’nin ‘sana ne olursa olsun yardım etmemeyi öğrendim’ diyerek onun kafasına asası ile vurması ve ‘çünkü sen delisin’ demesi” (Fiziksel ve sözel şiddet - 2 saniye).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Televizyon yayınlarındaki şiddet içerikli sahnelerin çocuklar üzerinde olumsuz etki oluşturduğu bir gerçektir. Nitekim yerli ve yabancı bilim çevrelerince bu konuda çok sayıda bilimsel çalışmalar yapılmış, makaleler yayımlanmıştır. İzlerkitlesinin çoğunlukla çocuklardan oluştuğu ve diğer programlara göre oldukça masum görünen çizgi filmlerinde de (istisnalar hariç) ne yazık ki şiddetin her türüne rastlanmaktadır. Bu da çocukların severek izledikleri çizgi filmlerinin gördükleri kadar masum olmadıkları hatta çok tehlikeli olabilecekleri anlamına gelmektedir.

Türkiye’deki çocuk kanallarında, yerli yapımla beraber yabancı yapım çizgi filmleri de yoğun olarak yayınlanmaktadır. Ayrıca tematik çizgi film kanalları arasında yabancı kaynaklı televizyon istasyonları da bulunmaktadır. Bunlardan biri de Türkiye’de en çok izlenen ve yabancı kaynaklı çizgi film kanalı olmasından dolayı araştırmaya dâhil edilen Amerikan menşeli Cartoon Network kanalıdır. Bu kanalda yayınlanan ve rastgele seçilen “Ben10”, “Tom ve Jerry Şov”, “Thundercats Roar!”, “Çılgın Aile”, “Teen Titans Go!” isimli 5 çizgi filmin şiddet sahnelerinin analiz edildiği bu çalışma sonucunda bu çizgi filmlerinin hepsinde şiddet unsuruna rastlanmıştır. Tamamı yabancı yapım olan bu çizgi filmlerinden “Ben10”ın izlenen bölüm süresi içerisinde en çok şiddet sahnesine ve süresine sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Bu çizgi filmleri arasında “Tom ve Jerry Şov” ve “Thundercats Roar!” filmlerinde şiddet türlerinin her üçünü (fiziksel, sözel ve duygusal) içeren sahneler tespit edilmiştir. Bu 5 çizgi filmin izlenen bölümlerinin toplam süresinin %15,39’unun şiddet sahnelerinden oluştuğu tespit edilmiştir.

Yani toplam süre olan 43 dk. 58 saniyenin 6 dk. 46 saniyesi, bir başka değişle yaklaşık her 7 saniyeden biri şiddet sahnesi olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla sadece 5 çizgi filminden alınan bu sonuç bile Cartoon Network kanalının çocuklar üzerinde olumsuz etki yarattığını gözler önüne sermek için yeterli olabilmektedir.

Bu filmlerin yabancı kaynaklı çizgi filmi olmaları bağlamında Türk çocukları üzerinde oluşturdukları içeriksel etkinin yanı sıra yansıttıkları şiddet sahneleri ile bu etki daha da artmaktadır. Şiddet sahnelerine maruz kalmamaları için çocuklarını çizgi filmleri seçme ve izleme konusunda ebeveynlerin dikkatli olmaları gerekmekte ve çocuklarıyla birlikte çizgi filmleri izleme alışkanlığı geliştirmelidirler. Şiddet sahnelerinin yer almadığı, çocukların yaşına uygun yerli ve yabancı çizgi filmlerinin seçilmesine çalışılmalıdır. Bu anlamda TRT yapımı yerli çizgi filmleri ebeveynlere önemli bir kapı aralamakta ve bu çalışmaya konu olan yabancı yapımı çizgi filmlerinde de tespit edilen şiddet sahnelerinden uzaklaşma anlamında önemli bir seçenek sunmaktadır.

Ayrıca ebeveynler medya okur-yazarlığı konusunda bilgili olmalı ve çocuğun yaşına uygun olarak neyi izleyip izlemeyeceğine karar vermelidir. Ebeveynler, ister sinema filmi isterse de farklı televizyon programlarında olsun, şiddet içerikli sahneleri çocuk o ortamdayken izlemekten kaçınmalıdır. Korku ve kaygı yaratabilecek sahneler gibi hem psikolojik sarsıntıya hem şiddet eğilimine sebep olabilecek içeriklerin izlenmesinde de çocuk yalnız bırakılmamalıdır. Bu durumda şiddet içerikli görüntülerle aniden karşılaşıldığında ise tepkilere dikkat edilmelidir. Tepkiler çocuklar için oldukça dikkat çekici uyarıcılardır.

Çocuğun anlamlandıramadığı durumları algılayabilmesi ise anne ve babasının desteği ile olur.

Dolayısıyla geleceğimizin mirası olan çocukları televizyondaki şiddetten korumak öncelikle ebeveynlerin görevidir ve onlar çocuklarına televizyon izleme konusunda rehberlik etmelidirler. Çünkü çocuklar, belli yaşa kadar olumlu ile olumsuzun ayırımını yapamaz, hayal ile gerçeği ayırt edemezler. Örneğin çizgi film kahramanlarının gerçekten uçtuğuna inanırlar. Onların zihinsel gelişimleri yetişkinlerden farklıdır ve bu nedenle çocuklar her türlü etkiye açıktır. Çocuklar ekrandan yansıyan şiddeti kolaylıkla öğrenebilir ve davranışa dönüştürebilirler. Bu tür durumlara sürekli maruz kalan çocukların zamanla kaygı bozuklukları, benlik değerinde düşme, hiperaktivite, depresyon gibi sağlık sorunları da oluşabilmektedir. Bu yüzden de doğruyu ve yanlışı ayırt etme olgunluğuna ulaşınca ve ekranlardan yansıyan şiddet içerikli görüntülerden bilinçli bir şekilde kendilerini koruyuncaya kadar ebeveynler çocukların yol göstericileri olmalıdır.

KAYNAKÇA

- Adak, N. (2004). Bir Sosyalleşme Aracı Olarak Televizyon ve Şiddet. Çocuk Edebiyatına ve Çocuk Hekimliğine Yansıyan Şiddet Sempozyumu, Nisan 2001, Eskişehir.
- Anderson, D. R., Pempek, T. A. (2005). Television and Very Young Children. *American Behavioral Scientist*. 48 (5). 505-522.
- Aziz, A. (2013). Televizyon ve Radyo Yayıncılığı. Genişletilmiş 6. basım, İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Çamlıbel, İ. A. (2012). Çocukların Gelişim Süreci ve Televizyonun Etkileri. Uzmanlık Tezi. Ankara.
- Çiftçi, H. (2018). Televizyon Ve Çocuk: Tv'nin Çocuklar Üzerindeki Etkileri, II. Uluslararası El Ruha Sosyal Bilimler Kongresi, 9-11 Şubat 2018 Şanlıurfa.
- Çöloğlu, D. Ö. (2010). Televizyon Mesih mi Şeytan mı? (1. baskı). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Freedman, J. L. vd. (2003). Sosyal Psikoloji. (Çev: Dönmez, A.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Glascock, J. (2008). Direct and Indirect Aggression on Prime-time Network Television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 52 (2). 268–281.
- Gunter, B., McAleer, J. (1997). Children and Television. London and New York: Routledge.
- Güz, H. (2007). Şiddet ve Gençliğin Şiddeti Algılaması. Çocuk ve Ergene Yönelik Şiddetin Önlenmesi Sempozyumu. 15-16 Mayıs 2006, Ankara: AEM Kitap.
- Hiddenremote.com (2019). The history of Cartoon Network. Erişim Tarihi: 08.01.2022.

- Kızmaz, Z. (2006). Okullardaki Şiddet Davranışının Kaynakları Üzerine Kuramsal Bir Yaklaşım. C. Ü. Sosyal Bilimler Dergisi. 30 (1).
- Kirsh, S. J. (2006). Children, Adolescents, and Media Violence a Critical Look at the Research. London: Sage Publications.
- Korkut, Y. (2020). *Dijital Çağda Ebeveyn Olmak: Dijital Ebeveynlik*. Dijital Okuryazarlık Boyutuyla: Dijital Dünyanın Yeni Kavramları içinde (145-164). (Ed. Atılgan, S. S.). Literatürk Academia.
- Lordiz.com/turksat-uydusundaki-cocuk-kanallari.html. Erişim Tarihi: 29.12.2021.
- Mutlu, E. (1999). Televizyon ve Toplum. Ankara: TRT Yayınları.
- RTÜK. (1997). Aile Bireylerinin Televizyon İzleme Gün ve Saat Alışkanlıkları Kamuoyu Araştırması: Ankara Bölgesi. Ankara, Radyo Televizyon Üst Kurulu Kamuoyu ve Yayın Araştırmaları Dairesi Başkanlığı.
- RTÜK. (2006). İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları Araştırması, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi.
- Santrock, J. W. (2015). Yaşam Boyu Gelişim Psikolojisi (13. baskı). (Çev: Yüksel, G.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Tümkan, F. (2007). Televizyondaki Şiddetin Çocuk Üzerindeki Etkisi. KKTC Milli Eğitim Dergisi. 1. 67-88.
- Ünsal, A. (1996). Genişletilmiş Bir Şiddet Tipolojisi. Cogito. 6-7 (Kış-Bahar). 29-36.
- Yakiniliskiler.com/2019/08/21/bobo-doll-deneyi-cocuklar-gozlemleyerek-ogrenir-mi, Erişim Tarihi: 28.12.2021.
- Yaşar, M., Paksoy, İ. (2011). Çizgi Filmlerdeki Saldırgan İçerikli Görüntülerin, Çocukların Serbest Oyunları Sırasındaki Saldırganlık Düzeylerine Etkisi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 20 (2). 279-298.
- Yörükoğlu, A. (1989). Çocuk Ruh Sağlığı. İstanbul: Özgür Yayınları.

Zıllıoğlu, M. (1986). Sinematografik Bilim Kurgu Yayınlarının Çocukların Dünya Görüşünün Oluşumu Üzerindeki Etkileri. Anadolu Üniversitesi Yayınları. Eskişehir.

Wikizero.com/tr/ Cartoon_Network_(Türkiye). Erişim Tarihi: 29.12.2021.

Winston, B. (2020), "The Development of Television". The Television History Book (Ed.: Hilmes, M.). London: Bloomsbury.

Wolff, R. P. (1969). On Violence. The Journal of Philosophy. 66 (19). Sixty-Sixth Annual Meeting of the American Philosophical Association Eastern Division. 601-616

BÖLÜM 6

DEMOGRAFİK FAKTÖRLER BAĞLAMINDA ÖRGÜTSEL SİNİZM*

Ümran ZAZA**

Dr. Öğr. Üyesi Kasım KAYA***

*Bu çalışma Dr. Öğr. Üyesi Kasım KAYA danışmanlığında Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde yürütülen ve Ümran ZAZA tarafından hazırlanan “Mobbing ve Örgütsel Sinizm Arasındaki İlişki: Şanlıurfa İli Banka Çalışanları Üzerine Bir Araştırma” başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

** Bilim Uzmanı, Harran Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Şanlıurfa/Türkiye, umran.zaza@gmail.com, Orcid:0000-0003-0667-3110.

***Harran Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Şanlıurfa/Türkiye, kkaya@harran.edu.tr ,Orcid:0000-0001-8942-4659.

GİRİŞ

Teknolojik değişimler ve yeniliklerin çerçevesinde varlıklarını sürdürmeye çalışan örgütlerin en önemli girdisi şüphesiz ki insan unsurudur. Her türlü değişim ve yenilikten en fazla etkilenen de insanlar olduğu aşıkârdır. Değişen teknolojiyi en iyi kullanabilen örgütlerin hep başarılı olacağı düşünülse de insanların varlığı birçok örgütün hikâyesini değiştirebilmektedir. Örgütlerin amaç ve hedeflerine ulaşabilmesi insan gücünü yönetebilmesiyle yakından ilişkilidir.

Örgütler rekabet dünyasında ayakta kalmaya çalışırken bir takım olumsuzluklarla karşılaşması doğal kabul edilirken, örgütsel sinizm gibi olgular yaşanan olumsuzlukları gizli düşmanlıklara dönüştürerek problemlerin oluşumuna zemin hazırlamaktadır. Yaşanan problemler açıkça ifade edildiğinde çözümler bulunabilirken içten içe gizli gizli ilerlemesi örgütsel sinizmi doğurmaktadır. Örgütte çalışanları duygularını sinsice ifade ederken işini kaybetme, gelir kaybı yaşama korkusuyla asla açık vermemeye gayret eder. Sinsice ilerleyen bu duygular bütün örgütü örgütsel sinizmle karşı karşıya bırakır (Davis & Gardner, 2004:446). Örgütsel sinizm ile gelinen bu noktada örgütlerin ve bireylerin farkındalıklarının oluşması önem arz etmektedir.

1.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1.SİNİZM KAVRAMI

Sinizizm kavramı M.Ö 500'ü yıllarda Antik Yunan Felsefesine dayanmakta olup o döneminin yaşam ve düşünce tarzını yansıtan felsefi bir düşünce akımıdır (Brandes, 1997:7). Bu akımın bilinen ilk temsilcisi Antistenes olmasına rağmen en çok tanınan ismi Diyojen'dir (Türköz vd., 2013:289). Kendilerini sinik ekol temsilcileri olarak tanımlayan bu filozoflar, insanı değerlerin, geleneklerin ve bilinen kalıplaşmış değerlerin olumsuz yanlarını bulmaya çalışmışlardır. Mizah kullanarak toplumsal, din ve hükümet kurallarına saygı duymadıklarını ve insan yaşamı için gerekli olmadığını ifade etmişlerdir (Toker vd., 2017:247). Zenginlik güç, iktidar peşinde koşan materyalistlere anlam yükleyemedikleri gibi eleştirilerinin başkahramanları olmuştur (Cevizci, 2009:108).

Sinizizm, bireyin topluma, insanlara, düşünceler karşı ön yargılı davranıp güvenmemesi ve bununla birlikte hayal kırıklığı gibi olumsuz duygularla karşı karşıya olması durumudur (Anderson, 1996:1398).Yaşadıkları tüm hayal kırıklığında bir suçlu arayışı içinde öfkeli, taşkın, saldırgan davranışlar sergilerler. Değişim için hiçbir çaba göstermez, kayıtsız kalırlar. Sinik bireylerin en iyi yaptıkları sürekli eleştirmektir (Mantere & Martinsuo, 2001:14-15).

1.2.ÖRGÜTSEL SİNİZM KAVRAMI

Örgütsel sinizm kavramına 1954 yılında Cook ve Medley'in 'Sinik Düşmanlık' isimli çalışmalarında,1990'lı yıllarda ise örgütsel davranış alanında varlığından bahsedilen bir kavram haline gelmiştir. Örgütsel

sinizm kavramı, 1989 yılında Kanter ve Mirvis tarafından hazırlanan örgütsel sinizmin neden yaygınlaştığını sorgulamak amacıyla hazırladıkları kitapla ortaya çıkmıştır (James, 2005:24).

Örgütsel sinizm, genel sinizm 'den ayrılan tek noktası bireydeki sinik davranışların nedeninin örgütsel unsurlardan kaynaklanmasıdır. Sinizm, belirli bir nesnenin odak noktası olmadan bireyin kendi kişiliğinden kaynaklanan tüm yaşamına yayılan duyguların ifadesi olan bir kavram iken örgütsel sinizm, kişinin çalıştığı örgüte yönelik olumsuz duygularının ifadesidir. Örgütünün çalışanlarının, hissettiği duygular ve inandığı doğrular sonucunda gerçekleştirdiği saldırgan davranışlar örgütsel sinizm 'in üç boyutunu oluşturur. Örgütsel sinizm 'in üç boyutu örgütsel sinizm 'in özetle anlatımıdır. (Tokgöz & Yılmaz, 2008: 285).İş görenlerin sürekli negatif davranışlar sergileme nedenleri ise örgütlerine güvenmemeleri ve onlar tarafından aldatıldıklarını düşünmeleridir (Abraham, 2000:270).Örgütün söz verildiği gibi davranılmadığını doğruluk, dürüstlük, adalet ilkelerinin olmayışı düşüncesiyle gösteren imalar sürekli gündemi oluşturur. Örgütten beklenenler karşılanmadığı sürece örgütsel sinizm davranışları her geçen gün artış gösterecektir (Bauer & Erdogan, 1996:58).

1.3.ÖRGÜTSEL SİNİZM KURAMLARI

Bireyin, örgütlerin ve yönetimin değişim süreçlerinin açıklayıcısı olarak örgütsel sinizm kuramları oluşturmaktadır (Dean Jr vd., 1998, s. 345).

1.3.1.Beklenti Kuramı; Beklenti, geçici bir inancı ifade ederken yapılan eylemlerin sonucunda beklenilene ulaşma ihtimalidir. (Vroom,

1964:15). Beklentilerin karşılanacağını inanmak başarıya götürürken, bu inancın zayıf olması başarısızlığa giden bir yola sürükler (Eren, 2015:534).

1.3.2.Tutum Kuramı; Tutum bireyin her hangi bir olay ya da olguya tepki vermeye hazır olma halidir (Bakan, 2004:106).Örgütsel sinizm 'in boyutları olarak kabul edilen bilişsel, duyuşsal ve davranışsal ögeler tutumlara da kaynaklık etmektedir (Erkutlu, 2017:96). Bireyin bir konuda ne bildiği bilişsel boyutu, konuya yaklaşım duyuşsal boyutu, konuyla ilgili nasıl bir tavır ve davranış içinde olacağı ise davranışsal boyutu oluşturur (İnceoğlu, 2011:116).

1.3.3.Sosyal Değişim Kuramı; Örgütler ve çalışanlar arasında karşılıklı çıkar ilişkisi mevcuttur. Her iki tarafta üzerindeki sorumlulukları yerine getirmesiyle sosyal değişim kuramı başarıyla gerçekleşir (Turunç & Çelik, 2010:185). Örgütlerin beklentileri karşılama düzeyi (sosyal değişim) örgütsel sinizm derecesini belirleyecektir (Johnson & O'Leary-Kelly, 2003:627).

1.3.4.Duyuşsal Olaylar Kuramı; Duyuların bireyin düşünce ve davranışlarına etkisini açıklayan bir teoridir. Bireyin daha önceden yaşadığı duyuşsal deneyimlerin içinde bulunduğu anına etki etmesi ve örgütsel davranışını şekillendirmesine sebep olmaktadır (Weiss & Cropanzano, 1996:45) . Bireyin daha önceki duyuşsal deneyimleri hayal kırıklığı, güvensizlik ile şekillenmişse örgütsel sinizm görülmesi olasıdır (Brown & Cregan, 2008:669).

1.3.5.Sosyal Güdülenme Kuramı; Sosyal güdüleme kuramı, bireylerin sinik davranışlarının nedenleri, olayları nasıl algıladıkları ve

örgütsel sinizme nasıl etki ettiklerini açıklamaya dayanır (Eaton, 2000: 13).

1.3.6. Atfetme Kuramı; Bireyin hem kendi hem de başka insanların davranışlarının nedenlerine anlam yükleme sürecidir. Örgütlerde yaşanan olumsuzlukların başkalarına atfedilmesi örgütsel sinizm göstergelerindedir. (Taslak & Dalgın, 2015:155).

1.4. ÖRGÜTSEL SİNİZM BOYUTLARI

Örgütsel sinizm kavramı tutum ile ilişkilendirilmiş ve tutumlar için geçerli uygulamalar örgütsel sinizm 'in kaynağını oluşturmaktadır. Tutum, bireyin zihinsel, duygusal ve davranışsal eğilimlerinin bütününden oluşan süreçtir (Çöllü & Öztürk, 2006:375). Tutum bir inançla başlayıp davranışlarla şekillendiğinden örgütsel sinizm olgusunu desteklemektedir (Delken, 2004:11). Tutumların oluşumunda yer alan bilişsel, duygusal ve davranışsal öğeler örgütsel sinizmin boyutları olarak kabul edilmektedir.

1.4.1. Örgütsel Sinizmin Bilişsel (İnanç) Boyutu; Örgütlerin çalışanlarına dürüst davranmadığı, kişisel çıkarlarını ön plana tuttuğu, samimiyezsiz davranışları var olduğu inancı hâkimdir. Çalışanların bu inancı tüm duygularını yöneterek örgütsel sinizmin başlamasına sebep olur (Pelit & Ayana, 2016:98).

1.4.2. Örgütsel Sinizmin Duyusal (Duyusal) Boyutu; Tutumların şekillendiği, duygularla anlamlandırıldığı aşama örgütsel sinizmin duygusal boyutudur. Sinik bireylerin örgütünden beklentilerinin karşılanmadığını kabullenmesiyle örgütüne karşı hayal

kırıklığı, kızgınlık, öfke, hor görme, küçümseme, korku gibi negatif duyguları yaşadığı boyuttur (Naus vd., 2007:691). Bireyin yaşadığı bu olumsuz duygular gittikçe artar ve iş performansı düşer, örgütsel bağlılığı azalır ve örgütsel yabancılaşma gerçekleşir (Kim vd., 2009:1437).

1.4.3.Örgütsel Sinizmin Davranışsal Boyutu; Bireyin örgütüne olan inançlarını duygularıyla pekişmesi sonucunu örgütsel sinizm 'in davranışsal boyutunu oluşturur. Davranışsal boyutla iyice kendinden söz ettiren sinik bireyler, olumsuz davranışlarıyla gitgide örgütüne yabancılaşır ve örgütsel sinizmin psikolojik belirtileri de her geçen gün fazlalaşır (O'Brien vd., 2004:29).

1.5. ÖRGÜTSEL SINİZME NEDEN OLAN FAKTÖRLER

Örgütlerde örgütsel sinizme neden olan birçok farklı unsur mevcuttur. Bireyin hayata bakış açısı, inançları, duygu ve düşünceleri örgütsel sinizmin oluşmasında etkilidir. Düşük liderlik potansiyeli, her şeyden şüphe etme durumu, asosyal bir yaşantı şekli, obsesif ve kompulsif bozukluklar, her durumda negatif düşünce ve davranışlar örgütsel sinizmin ortaya çıkmasında etkili sebeplerdir (Özgener vd., 2008:290).

Örgütsel sinizme neden olan diğer faktörler bireyin yaşı, cinsiyeti, medeni durumu, eğitim durumu ve gelir düzeyidir. Kadın ya da erkek olmak, yaşlı ya da genç olmak, evli ya da bekâr olmak ayrı ayrı örgütsel sinizm düzeylerini belirleyicilerdir (Cartwright & Holmes, 2006, s. 200).

Örgütler ve iş görenler arasında yazılı olmayan karşılıklı ilişki temeline dayanan bir takım beklentilerin karşılanmaması durumu da örgütsel sinizm nedenleri arasındadır. Örgüt iş görenin fazla mesai yapmasını, kurumuna sadık olmasını, görevi olmayan işleri de yapmasını da beklerken çalışanda daha iyi bir ücret almayı, kariyer sahibi olmayı, gereken eğitimleri almayı beklemektedir. (Tükeltürk vd., 2009:688). Beklentilerin karşılanmaması durumda örgütsel adaletsiz algısı oluşmaktadır. Örgütsel adaletsizliğin varlığını kabullenen iş görenlerde örgütsel sinizmin doğuşuna sebep olmaktadır (Naus vd., 2007:687). Yaşanan bu sorunların altında yatan en önemli neden ise iletişim ağlarının kurulamamış olmasıdır. İletişimsizlik yönetimin ve örgütlerin başarısızlığına sebep olurken iş görenlerinde sinik davranışlar sergilemesine neden olmaktadır (Mathur vd., 2013:63).

Örgütlerde iş görenler ve işverenler arasında sağlam iletişim kanallarının olmayışı, birbirlerine güvenemeyen bireylerin varlığı, yöneticilerin demokratik ortamlar oluşturmak istememeleri ve otoriter bir yönetim anlayışını benimsemeleri sinik davranışların ortaya çıkmasında etkili olan faktörlerdir (Nartgün & Kartal, 2013:62).

1.6.ÖRGÜTSEL SİNİZMİN SONUÇLARI

Örgütsel sinizm sürecinde iş gören beklentileri karşılanmadığı için psikolojik olarak kayıplar vermekle sürece dâhil olur. İçinde bulunduğu ruh haliyle uykusuzluk, baş ağrısı, halsizlik hissetmeye başlar ve depresyon halleri görülmeye başlar. Psikolojik ve sağlık sorunlarıyla mücadele eden çalışana maddi olarak da külfetlerin eklenmesi tükenmiş hissetmesine neden olacaktır (Gül & Ağıröz, 2011: 36). Örgütsel sinizm

sürecine etki eden önemli faktörlerden biri de duygusal olarak tükenmiş bireylerdir. Tükenmişlik düzeyi ile örgütsel sinizmin arasında anlamlı bir ilişki olup bireyleri ruhsal ve duygusal olarak etkileyen süreçlerdir (Greenglass vd., 2003:581).

Çalışma koşulları, ücret, terfi, yönetim tarzı, sosyal haklar, iletişim, çalışanın kişilik yapısı iş tatmini etkileyen önemli faktörlerdir. Örgütler iş tatmini düşük ise iş görenler müşteri memnuniyeti sağlamada çaba sarf etmeyecek bu durumda örgütlerin maddi kayıplarına sebep olacaktır (Üngüren vd., 2010:2926).

İş gören örgütünde yaşadığı sorunlar sebebiyle dış dünyadan uzaklaşmaya başlaması bireyin yalnızlaşmasına ve çaresiz hissetmesine sebep olmakta ve böylece iş görenin örgütüne yabancılaşmasını gerçekleştirmektedir. İşe yabancılaşma örgütsel sinizmin ile yakından ilişkili olup örgütsel sinizmin sonuçlarıyla örgütlerde ortaya çıkan önemli sorunlardandır (Şimşek vd., 2006:575).

Örgütlerin piyasada rekabet edememesinin nedenlerini de örgütüne karşı olumsuz duygular besleyen ve örgütsel sinizm 'in oluşmasına neden olan bireyler oluşturmaktadır (Sağır & Oğuz, 2012:1097). Sinik bireylerin varlığı verimsiz çalışma, düşük performans sergileme, örgüte güvensizlik, örgütsel bağlılığın azalması örgütün verimliliğine, karlılığına, kurumsal imajına, etkin çalışmasına olumsuz etki etmektedir (Pelit & Pelit, 2014:103).

2.ARAŞTIRMA METEDOLOJİSİ

2.1.ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırmanın amacı, Şanlıurfa'da faaliyet gösteren bankalarda çalışan bireylerin örgütsel sinizm düzeylerinde katılımcıların demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemektir.

2.2.ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Örgütsel sinizmin etkileri göz önünde bulundurularak bu sorunların nedenini araştırıp, bu sorunlarla mücadele edebilmek ve etkilerini azaltabilmek adına bu kavramın işletmeler ve çalışanlar tarafından tanınması ve bu kavramlara farkındalık yaratabilmek bu çalışmanın önemine vurgu yapmaktadır.

2.3.ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

H₁: Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan bireylerin demografik faktörleri açısından örgütsel sinizm ve alt faktörleri düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

H_{1a}: Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan bireylerin cinsiyetleri açısından örgütsel sinizm ve alt faktörleri düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

H_{1b}: Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan bireylerin medeni durumları açısından örgütsel sinizm ve alt faktörleri düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

H_{1c}: Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan bireylerin yaşları açısından örgütsel sinizm ve alt faktörleri düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

H_{1d}: Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan bireylerin eğitim düzeyleri açısından örgütsel sinizm ve alt faktörleri düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

H_{1e}: Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan bireylerin aylık gelirleri açısından örgütsel sinizm ve alt faktörleri düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

H_{1f}: Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan bireylerin iş yerindeki statüleri açısından örgütsel sinizm ve alt faktörleri düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

H_{1g}: Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan bireylerin iş yerindeki mesleki deneyimleri açısından örgütsel sinizm ve alt faktörleri düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

H_{1h}: Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan bireylerin sektördeki mesleki deneyimleri açısından örgütsel sinizm ve alt faktörleri düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

2.4.EVREN VE ÖRNEKLEM

Verilerin toplanmasında zaman, maliyet ve verilerin eskimesi gibi kısıtlar nedeni ile örnekleme yoluna gidilmiştir. Araştırmanın ana kütlesi Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan bireylerin olması sebebiyle %95 güvenilirlik ve %5 örneklem hatası ile örneklem büyüklüğü 384 olarak belirlenmiştir. Şanlıurfa ilinin seçilmesinin

nedeni bu ilde çalışan banka çalışanlarının demografik özellikleri bakımından farklı olduklarının düşünülmesidir.

Araştırmanın örnekleme; tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örneklemesidir. Anket 385 banka çalışanı tarafından gönüllülük esası ile doldurulmuştur.

2.5.VERİ TOPLAMA TEKNİKLERİ

Araştırma için gerekli olan veriler, birincil veri toplama yöntemlerinden anket metodu uygulanarak toplanmıştır. Katılımcıların cinsiyeti, yaşı, medeni durumu, eğitim düzeyi, aylık gelir durumu, statüsü, iş yerinde mesleki deneyimi ve sektördeki mesleki deneyimi belirlemeye yönelik 8 demografik soruya yer verilmiştir. Yıldırım (2019) tarafından “Örgüt Kültürünün Örgütsel Sinizm Üzerindeki Etkisinde Kültürel Zekâ ile Duygusal Zekânın Düzenleyici Rolü ve Örgütsel İletişimin Aracılık Rolü: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma” isimli çalışmada kullanılan 14 maddeden oluşan örgütsel sinizm ölçeği yer almaktadır.

Araştırma amacı doğrultusunda oluşturulan anket 400 kişiye uygulanmıştır. Anketler doğruluk, tutarlılık ve dürüstlük açısından elendikten sonra 385 kişi üzerinden değerlendirilmiş olup örgütsel sinizm ile ilgili sorular 5’li likert ile sorulmuştur. (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, (4) Katılıyorum ve (5) Kesinlikle Katılıyorum, şeklinde değerlendirmeye alınmıştır.

2.6.VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR

2.6.1.Kullanılan Yöntemler

Araştırma ile toplanan veriler, SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin normal dağılımını belirlemek için normallik testi yapılmıştır. Çalışmada güvenilirlik testi, faktör analizi, frekans analizi ve demografik faktörler bağlamında farklılıkları araştırmaya yönelik Mann Whitney U Testi ve Kruskal Wallis-H Testine yer verilmiştir.

2.6.2. Normal Dağılım Analizi

Tablo 1: Normallik Testi Analizi

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statisti			Statisti		
	c	df	Sig.	c	df	Sig.
Örgütsel Sinizm	,070	385	,000	,967	385	,000

Yapılan normallik testi analizi sonuçları değerlendirildiğinde grupların "Shapiro-Wilk" testinin "Sig (anlamlılık)" değerleri 0.05' den küçük olduğu için tüm gruplar için %95 güvenle veriler normal dağılımlı değildir." sonucuna ulaşılmıştır.

2.6.3.Güvenirlilik Analizi

Bilimsel bir çalışmada araştırma sorularının araştırmanın amacına hizmet eder güvenilirliğe sahip olması büyük önem taşımaktadır. Güvenirlilik analizi için en çok tercih edilen Cronbach Alfa yönteminde

alfa katsayısı hesaplanmaktadır. Alfa, standart değişim ortalamasıdır ve 0-1 arasında değişmektedir. Sosyal bilimlerdeki araştırmalarda alpha değerinin 0,70 seviyelerinde olması güvenilirlik için yeterli görülmektedir. (Nakip, 2006:146).

Tablo 2: Araştırmada Yer Alan Ölçeklerin Güvenirlilik Analizleri

Faktör Adı	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
Örgütsel Sinizm	,973	14

Cronbach Alfa Katsayısının değerlendirilmesi şu şekildedir (Altunışık ve diğerleri, 2005:115): $\alpha < 0,40$: Ölçek güvenilir değil, $0,41 < \alpha < 0,60$: Ölçek düşük düzeyde güvenilir, $0,61 < \alpha < 0,80$: Ölçek oldukça güvenilir, $0,81 < \alpha < 1,00$: Ölçek yüksek derecede güvenilirdir. (Arslan ve Nur, 2018:342; Nur vd., 2020:16; Kaya vd., 2017:45; Arslan ve Tanrikulu, 2021:11).

Araştırmada kullanılan iki ölçeğe yönelik güvenilirlik analizine göre, örgütsel sinizm ölçeğinin Cronbach's Alfa değeri 0,973 olarak tespit edilmiştir. Örgütsel sinizm ölçeğinin yüksek derecede güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

2.6.4.Faktör Analizi

Faktör analizinde amaç, çok miktardaki değişken sayısının değişken seti içindeki karşılıklı ilişkiyi araştırarak azaltmaktır. Faktör analizi ile ankette ölçülen farklı faktörleri belirleme ve her faktördeki her değişken için bir faktör yükü elde etme imkânı verir (Proctor, 2003:292).

Araştırmada örgütsel sinizme yönelik değişkenlerle ilgili 14 maddeye ayrı ayrı faktör analizi uygulanmıştır.

Örgütsel Sinizmi Ölçmeye Yönelik Değişkenlere İlişkin Faktör Analizi

Tablo 3: Örgütsel Sinizmi Ölçmeye Yönelik Değişkenlere İlişkin KMO Örneklem Yeterliliği Ölçeği ve Bartlett Küresellik Testi Değeri

KMO		,951
Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık	
	Ki-Kare	7020,559
	Df.	91
	Sig.	,000

Tablo 5'te de görüldüğü üzere, verilerin faktör analizine uygun olup olmadığını belirleyen KMO değeri (0,951), faktör analizi yapılabilmesi için uygun bir değerdir. Yine aynı nedenle yapılan Bartlett testi Significance = 0,000 olduğundan ve $p < 0.05$ olduğundan verilerin faktör analizi için uygun olduğuna karar verilmiştir. Yapılan faktör analizi sonucunda, kullanılan ölçekteki ifadelerin üç ayrı boyuta dağıtıldığı görülmüştür. Tablo 6'da görüldüğü gibi elde edilen açıklayıcılık oranı %85,207.

Tablo 4: Örgütsel Sinizm Değişkenlerine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Ölçek	Maddeler	Yük Değerleri	Toplam Açıklanan Varyans (%79,018)
Alt Boyutları	Çalıştığım kurumda, söylenenler ile yapılanların farklı olduğunu düşünüyorum	,858	34,157
	Çalıştığımı kurumun politikaları, amaçları ve uygulamaları arasındaki ortak yönler çok azdır.	,840	
	Çalıştığım kurumda, yapılacağı söylenen bir uygulamanın, gerçekleşeceği konusunda kuşku duyarım	,823	
	Çalıştığım kurumda, çalışanlardan beklenen davranışlar başka; ödüllendirilen davranışlar başkadır	,824	
	Çalıştığım kurumda, yapılacağı söylenen şeyler ile, gerçekleşen şeyler arasında çok az benzerlik vardır.	,871	

	Çalıştığım kurumu düşündükçe sinirlenirim.	,935	
Duygusal Boyut	Çalıştığım kurumu düşündükçe hiddetlenirim	,948	26,412
	Çalıştığım kurumu düşündükçe gerilim yaşarım	,933	
	Çalıştığım kurumu düşündükçe içimi bir endişe duygusu kaplar	,857	
Davranışsal Boyut	Çalıştığım kurumun dışındaki arkadaşlarıma, işyerinde olup bitenler hakkında yakınıyorum.	,799	
	Çalıştığım kurumdan ve çalışanlardan bahsedildiğinde, birlikte çalıştığım arkadaşlarımla anlamlı bakışmalar yaşarız.	,767	24,639
	Başkalarıyla, çalıştığım kurumdaki işlerin nasıl yürütüldüğü hakkında konuşurum	,917	
	Başkalarıyla, çalıştığım kurumdaki uygulamaları ve politikaları eleştiririm	,894	

Çalıştığım işletmedeki bazı ,663
duyurularla dalga geçerim

Toplam Açıklanan Varyans (%): 85,20

Demografik Faktörlerin Analizi

Tablo 5: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımları

		N	%
Cinsiyet	Kadın	173	44,9
	Erkek	212	55,1
Toplam		385	100

Tablo 5'e göre araştırmaya katılan banka çalışanlarının cinsiyetlerine göre dağılımına bakıldığında, katılımcıların 173'ünü (%44,9) kadın ve 212'sinin (%55,1) erkek bireylerden oluştuğu görülmektedir.

Tablo 6: Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Dağılımları

		N	%
Medeni Durum	Evli	288	74,8
	Bekar	97	25,2
Toplam		385	100

Tablo 6'ya göre araştırmaya katılan banka çalışanlarının medeni durumlarına göre dağılımına bakıldığında, katılımcıların 288'inin (%74,8) evli ve 97'sinin (%25,2) bekar bireylerden oluştuğu görülmektedir.

Tablo 7: Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımları

		N	%
Yaş	24 ve altı	8	2,1
	25-35	185	48,0
	36-44	180	46,8
	45 ve üzeri	12	3,1
	Toplam	385	100

Tablo 7'ye göre araştırmaya katılan bankacıların yaşlarına göre dağılımına bakıldığında, katılımcıların 8'inin (%2,1) 24 ve altı yaş aralığında, 185'inin (%48,0) 25-35 yaş aralığında, 180'inin (%46,8) 36-44 yaş aralığında ve 12'sinin (%3,1) 45 ve üzeri yaş aralığında olduğu görülmektedir.

Tablo 8: Katılımcıların Aylık Gelir Durumlarına Göre Dağılımları

		N	%
Aylık Gelir Durumu	3000 TL ve altı	38	9,9
	3001 -5000 TL	132	34,3
	5001-7000 TL	138	35,8
	7001 TL ve üzeri	77	20,0
	Toplam	385	100

Tablo 8'e göre araştırmaya katılan bankacıların aylık gelir durumlarına göre dağılımına bakıldığında, katılımcıların 38'inin (%9,9) 3000 TL ve altı gelir aralığında, 132'sinin (%34,3) 3001-5000 TL gelir aralığında,

138'inin (%35,8) 5001-7000 TL gelir aralığında ve 77'sinin (%20,0) 7001 TL ve üzeri gelir aralığında olduğu görülmektedir.

Tablo 9: Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımları

		N	%
Eğitim Düzeyi	Lise	11	2,9
	Önlisans	30	7,8
	Lisans	302	78,4
	Lisansüstü	42	10,9
	Toplam	385	100

Tablo 9'a göre araştırmaya katılan bankacıların eğitim düzeylerine göre dağılımına bakıldığında, katılımcıların 11'inin (%2,9) lise eğitim düzeyinde, 30'unun (%7,8) ön lisans eğitim düzeyinde, 302'sinin (%78,4) lisans eğitim düzeyinde ve 42'sinin (%10,9) lisansüstü eğitim düzeyinde olduğu görülmektedir.

Tablo 10: Katılımcıların Statülerine Göre Dağılımları

		N	%
Statü	Ast	201	52,2
	Yönetici	184	47,8
	Toplam	385	100

Tablo 10'a göre araştırmaya katılanların statülerine göre dağılımına bakıldığında, katılımcıların 201'inin (%52,2) ast 184 'ünün (%47,8) yönetici olduğu görülmektedir.

Tablo 11: Katılımcıların İş Yerindeki Mesleki Deneyimine Göre Dağılımları

		N	%
İş Yerinde Mesleki Deneyim	1-5 yıl	87	22,6
	6-10 yıl	129	33,5
	11-15 yıl	131	34,0
	16 yıl ve üzeri	38	9,9
	Toplam	385	100

Tablo 11'e göre araştırmaya katılan bankacıların iş yerindeki mesleki deneyimlerine göre dağılımına bakıldığında, katılımcıların 87'sinin (%22,6) 1-5 yıl aralığında, 129'unun (%33,5) 6-10 yıl aralığında, 131'inin (%34,0) 11-15 yıl aralığında ve 38'inin (%9,9) 16 yıl ve üzeri iş yeri mesleki deneyime sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 12: Katılımcıların Sektördeki Mesleki Deneyimine Göre Dağılımları

		N	%
Sektördeki Mesleki Deneyim	1-5 yıl	58	15,1
	6-10 yıl	133	34,5
	11-15 yıl	148	38,4
	16 yıl ve üzeri	46	11,9
	Toplam	385	100

Tablo 12'ye göre araştırmaya katılan bankacıların sektördeki mesleki deneyimlerine göre dağılımına bakıldığında, katılımcıların 58'inin (%15,1) 1-5 yıl aralığında, 133'ünün (%34,5) 6-10 yıl aralığında,

148'inin (%38,4) 11-15 yıl aralığında ve 46'sının (%11,9) 16 yıl ve üzeri sektörel deneyime sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 13: Katılımcıların Cinsiyetleri Açısından Örgütsel Sinizm Düzeylerine Yönelik Mann Whitney U Testi Sonuçları

Örgütsel Sinizm	N	Mean	Z	Sig.
Kadın	173	2,5908	-2,535	,011
Erkek	212	2,9026		
Bilişsel Boyut	N	Mean	Z	Sig.
Kadın	173	2,7040	-2,239	,025
Erkek	212	2,9934		
Duygusal Boyut	N	Mean	Z	Sig.
Kadın	173	2,5491	-2,226	,026
Erkek	212	2,8337		
Davranışsal Boyut	N	Mean	Z	Sig.
Kadın	173	2,4659	-2,717	,007
Erkek	212	2,7283		

Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan bireylerin cinsiyetlerine göre örgütsel sinizm düzeylerinde bir farklılık olup olmadığını ölçmek için yapılan Mann Whitney U Testi analiz sonucunda ulaşılan değer $p=,011 < ,05$ olmasından dolayı katılımcıların cinsiyetleri açısından örgütsel sinizm düzeylerinde anlamlı bir farklılık

olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kadınların erkeklere oranla örgütsel sinizm düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Banka çalışanlarının cinsiyetlerine göre örgütsel sinizm ölçeğinin alt faktörlerinde de farklılık olup olmadığını belirlemek için Mann Whitney U Testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda alt faktörlerin tümünde elde edilen p değerleri $<,05$ olduğundan tüm faktörler düzeyinde katılımcıların cinsiyetleri açısından anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Tüm faktörlerde kadınların erkeklere nazaran örgütsel sinizm düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir. H3a hipotezi desteklendi.

Tablo 14: Katılımcıların Medeni Durumları Açısından Örgütsel Sinizm Düzeylerine Yönelik Mann Whitney U Testi Sonuçları

Örgütsel Sinizm	N	Mean	Z	Sig.
Evli	288	2,8266	-1,870	,062
Bekar	97	2,5722		
Bilişsel Boyut	N	Mean	Z	Sig.
Evli	288	2,9188	-1,670	,095
Bekar	97	2,6990		
Duygusal Boyut	N	Mean	Z	Sig.
Evli	288	2,7795	-2,043	,041
Bekar	97	2,4871		
Davranışsal Boyut	N	Mean	Z	Sig.
Evli	288	2,6618	-1,669	,095
Bekar	97	2,4577		

Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan bireylerin medeni durumlarına göre örgütsel sinizm düzeylerinde bir farklılık olup olmadığını ölçmek için yapılan Mann Whitney U Testi analiz sonucunda ulaşılan değer $p=,062>,05$ olmasından dolayı katılımcıların medeni durumları açısından örgütsel sinizm düzeylerinde anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Banka çalışanlarının medeni durumlarına göre örgütsel sinizm ölçeğinin alt faktörlerinde de farklılık olup olmadığını belirlemek için Mann Whitney U Testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda “Duygusal boyut” faktöründe elde edilen p değeri, $041<,05$ olduğundan bu faktör düzeyinde katılımcıların medeni durumları açısından anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. “Duygusal boyut” faktöründe bekârların evlilere nazaran örgütsel sinizm düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. H1b hipotezi desteklendi.

Tablo 15: Katılımcıların Yaşları Açısından Örgütsel Sinizm Düzeylerine Yönelik Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları

	Örgütsel Sinizm	Bilişsel Boyut	Duygusal Boyut	Davranışsal Boyut
Ki-kare	18,685	21,967	12,266	20,815
df	3	3	3	3
Asymp. Sig.	,000	,000	,007	,000

Tablo 16: Yaş Faktörü Açısından Örgütsel Sinizm Ölçek Ortalamaları

	Yaş durumu	N	Ortalama
Örgütsel Sinizm	24 ve altı	8	2,8750
	25-35	185	2,9425
	36-44	180	2,6425
	45 ve üzeri	12	1,7143
	Total	385	2,7625
Bilişsel Boyut	24 ve altı	8	2,6250
	25-35	185	3,0854
	36-44	180	2,7300
	45 ve üzeri	12	1,6021
	Total	385	2,8634
Duygusal Boyut	24 ve altı	8	2,5313
	25-35	185	2,8554
	36-44	180	2,6194
	45 ve üzeri	12	1,8125
	Total	385	2,7058
Davranışsal Boyut	24 ve altı	8	2,3000
	25-35	185	2,7492
	36-44	180	2,4922
	45 ve üzeri	12	2,3378
	Total	385	2,6104

Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan bireylerin yaş durumlarına göre örgütsel sinizm düzeylerinde bir farklılık olup

olmadığını ölçmek için yapılan Kruskal Wallis H Testi analizi sonucunda örgütsel sinizm düzeyinde ulaşılan değer $p=0,000<0,05$ olmasından dolayı katılımcıların yaşları açısından örgütsel sinizm düzeylerinde anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre 25-35 yaş aralığında olan katılımcıların diğer yaş gruplarına göre örgütsel sinizm düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Alt faktörlerin tümüne yapılan analiz sonucunda tüm alt faktörlerde ulaşılan p değerleri $< 0,05$ olmasından dolayı katılımcıların yaşları açısından bu faktörler düzeylerinde anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre tüm alt faktörlerde 25-35 yaş aralığında olan katılımcıların diğer yaş gruplarına göre örgütsel sinizm düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. H1c hipotezi desteklendi.

Tablo 17: Katılımcıların Eğitim Düzeyleri Açısından Örgütsel Sinizm Düzeylerine Yönelik Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları

	Örgütsel Sinizm	Bilişsel Boyut	Duygusal Boyut	Davranışsal Boyut
Ki-kare	8,136	7,180	7,504	10,238
df	3	3	3	3
Asymp. Sig.	,043	,066	,057	,017

Tablo 18: Eğitim Düzeyi Faktörü Açısından Örgütsel Sinizm Ölçek Ortalamaları

	Eğitim düzeyi	N	Ortalama
Örgütsel Sinizm	Lise	11	1,8896
	Ön Lisans	30	2,4857
	Lisans	302	2,8084
	Yüksek Lisans	42	2,8588
	Total	385	2,7625
Davranışsal Boyut	Lise	11	2,3545
	Ön Lisans	30	2,3400
	Lisans	302	2,6523
	Yüksek Lisans	42	2,7045
	Total	385	2,6104

Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan bireylerin eğitim düzeylerine göre örgütsel sinizm düzeylerinde bir farklılık olup olmadığını ölçmek için yapılan Kruskal Wallis H Testi analizi sonucunda örgütsel sinizm düzeyinde ulaşılan değer $p=0,043 < 0,05$ olmasından dolayı katılımcıların eğitim düzeyleri açısından örgütsel sinizm düzeylerinde anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre yüksek lisans eğitim düzeyinde olan katılımcıların diğer eğitim düzeylerine göre örgütsel sinizm düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Alt faktörlerin tümüne yapılan analiz sonucunda “Davranışsal boyut” faktöründe ulaşılan p değeri $< 0,05$ olmasından dolayı katılımcıların eğitim düzeyleri açısından bu faktör düzeyinde anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre “Davranışsal boyut” faktöründe yüksek lisans eğitim düzeyinde olan katılımcıların diğer eğitim

düzeyindeki katılımcılara göre daha örgütsel sinizm düzeyinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. H1d hipotezi desteklendi.

Tablo 19: Katılımcıların Aylık Gelirleri Açısından Örgütsel Sinizm Düzeylerine Yönelik Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları

	Örgütsel Sinizm	Bilişsel Boyut	Duygusal Boyut	Davranışsal Boyut
Ki-kare	26,702	25,916	27,008	29,864
df	3	3	3	3
Asymp. Sig.	,000	,000	,000	,000

Tablo 20: Aylık Gelir Faktörü Açısından Örgütsel Sinizm Ölçek Ortalamaları

	Aylık gelir	N	Ortalama
Örgütsel Sinizm	3000 TL ve altı	38	3,5620
	3001-5000 TL	132	2,8501
	5001-7000 TL	138	2,4736
	7001 ve üzeri	77	2,7356
	Total	385	2,7625
Bilişsel Boyut	3000 TL ve altı	38	3,6316
	3001-5000 TL	132	3,0182
	5001-7000 TL	138	2,5841
	7001 ve üzeri	77	2,7195
	Total	385	2,8634
Duygusal Boyut	3000 TL ve altı	38	3,4671
	3001-5000 TL	132	2,8277
	5001-7000 TL	138	2,3696
	7001 ve üzeri	77	2,7240

	Total	385	2,7058
Davranışsal Boyut	3000 TL ve altı	38	3,3579
	3001-5000 TL	132	2,6227
	5001-7000 TL	138	2,3899
	7001 ve üzeri	77	2,6156
	Total	385	2,6104

Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan bireylerin aylık gelir düzeylerine göre örgütsel sinizm düzeylerinde bir farklılık olup olmadığını ölçmek için yapılan Kruskal Wallis H Testi analizi sonucunda örgütsel sinizm düzeyinde ulaşılan değer $p=0,000<0,05$ olmasından dolayı katılımcıların aylık gelirleri açısından örgütsel sinizm düzeylerinde anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre 3000 TL ve altı gelir aralığında olan katılımcıların diğer gelir gruplarına göre örgütsel sinizm düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Alt faktörlerin tümüne yapılan analiz sonucunda tüm alt faktörlerde ulaşılan p değerleri $< 0,05$ olmasından dolayı katılımcıların gelir durumları açısından bu faktörler düzeylerinde anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre tüm alt faktörlerde 3000 TL ve altı gelir aralığında olan katılımcıların diğer gelir gruplarına göre örgütsel sinizm düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. H1e hipotezi desteklendi.

Tablo 21: Katılımcıların İş Yerindeki Statüleri Açısından Örgütsel Sinizm Düzeylerine Yönelik Mann Whitney U Testi Sonuçları

Örgütsel Sinizm	N	Mean	Z	Sig.
Ast	201	2,9119	-2,771	,006
Yönetici	184	2,5994		
Bilişsel Boyut	N	Mean	Z	Sig.
Ast	201	2,9801	-2,146	,032
Yönetici	184	2,7359		
Duygusal Boyut	N	Mean	Z	Sig.
Ast	201	2,8905	-3,540	,000
Yönetici	184	2,5041		
Davranışsal Boyut	N	Mean	Z	Sig.
Ast	201	2,7254	-2,250	,024
Yönetici	184	2,4848		

Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan bireylerin iş yerindeki statülerine göre örgütsel sinizm düzeylerinde bir farklılık olup olmadığını ölçmek için yapılan Mann Whitney U Testi analiz sonucunda ulaşılan değer $p=,006<,05$ olmasından dolayı katılımcıların iş yerindeki statüleri açısından örgütsel sinizm düzeylerinde anlamlı bir

farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yöneticilerin astlara oranla örgütsel sinizm düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Banka çalışanlarının iş yerindeki statülerine göre örgütsel sinizm ölçeğinin alt faktörlerinde de farklılık olup olmadığını belirlemek için Mann Whitney U Testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda alt faktörlerin tümünde elde edilen p değerleri $<,05$ olduğundan tüm faktörler düzeyinde katılımcıların iş yerindeki statüleri açısından anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Tüm faktörlerde yöneticilerin astlara nazaran örgütsel sinizm düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir. H1f hipotezi desteklendi.

Tablo 22: Katılımcıların İş Yerindeki Mesleki Deneyimleri Açısından Örgütsel Sinizm Düzeylerine Yönelik Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları

	Örgütsel Sinizm	Bilişsel Boyut	Duygusal Boyut	Davranışsal Boyut
Ki-kare	19,550	24,101	11,549	22,111
df	3	3	3	3
Asymp. Sig.	,000	,000	,009	,000

Tablo 23: İş Yerindeki Mesleki Deneyimleri Faktörü Açısından Örgütsel Sinizm Ölçek Ortalamaları

	İş Yerinde Mesleki Deneyim		
		N	Ortalama
Örgütsel Sinizm	1-5 yıl	87	3,0427
	6-10 yıl	129	2,7575
	11-15 yıl	131	2,7814
	16 yıl ve üzeri	38	2,0733
	Total	385	2,7625
Bilişsel Boyut	1-5 yıl	87	3,0391
	6-10 yıl	129	2,9581
	11-15 yıl	131	2,9038
	16 yıl ve üzeri	38	2,000
	Total	385	2,8634
Duygusal Boyut	1-5 yıl	87	3,0057
	6-10 yıl	129	2,6376
	11-15 yıl	131	2,7118
	16 yıl ve üzeri	38	2,2303
	Total	385	2,7058
Davranışsal Boyut	1-5 yıl	87	3,0980
	6-10 yıl	129	2,5814
	11-15 yıl	131	2,6092
	16 yıl ve üzeri	38	2,3016
	Total	385	2,6104

Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan bireylerin iş yerlerindeki mesleki deneyimlerine göre örgütsel sinizm düzeylerinde bir farklılık olup olmadığını ölçmek için yapılan Kruskal Wallis H Testi analizi sonucunda örgütsel sinizm düzeyinde ulaşılan değer $p=0,000<0,05$ olmasından dolayı katılımcıların iş yerlerindeki mesleki deneyimleri açısından örgütsel sinizm düzeylerinde anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre 1-5 yıl arasında

deneyimi olan katılımcıların diğer deneyim gruplarına göre örgütsel sinizm düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Alt faktörlerin tümüne yapılan analiz sonucunda tüm alt faktörlerde ulaşılan p değerleri $< 0,05$ olmasından dolayı katılımcıların iş yerlerindeki mesleki deneyimleri açısından bu faktörler düzeylerinde anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre tüm alt faktörlerde 1-5 yıl arasında deneyimi olan katılımcıların diğer deneyim gruplarına göre örgütsel sinizm düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. H1g hipotezi desteklendi.

Tablo 24: Katılımcıların Sektördeki Mesleki Deneyimleri Açısından Örgütsel Sinizm Düzeylerine Yönelik Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları

	Örgütsel Sinizm	Bilişsel Boyut	Duygusal Boyut	Davranışsal Boyut
Ki-kare	14,014	20,776	9,991	16,312
df	3	3	3	3
Asymp. Sig.	,003	,000	,019	,001

Tablo 25: Sektördeki Mesleki Deneyimleri Faktörü Açısından Örgütsel Sinizm Ölçek Ortalamaları

	Sektördeki Mesleki Deneyim		
		N	Ortalama
Örgütsel Sinizm	1-5 yıl	58	3,1047
	6-10 yıl	133	2,8695
	11-15 yıl	148	2,6718
	16 yıl ve üzeri	46	2,3137
	Total	385	2,7625
Bilişsel Boyut	1-5 yıl	58	3,0931
	6-10 yıl	133	3,0737
	11-15 yıl	148	2,7811
	16 yıl ve üzeri	46	2,2304
	Total	385	2,8634
Duygusal Boyut	1-5 yıl	58	3,0560
	6-10 yıl	133	2,7707
	11-15 yıl	148	2,5946
	16 yıl ve üzeri	46	2,4348
	Total	385	2,7058
Davranışsal Boyut	1-5 yıl	58	3,9116
	6-10 yıl	133	2,6511
	11-15 yıl	148	2,5338
	16 yıl ve üzeri	46	2,2522
	Total	385	2,6104

Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan bireylerin sektördeki deneyimlerine göre örgütsel sinizm düzeylerinde bir farklılık olup olmadığını ölçmek için yapılan Kruskal Wallis H Testi analizi sonucunda örgütsel sinizm düzeyinde ulaşılan değer $p=0,003<0,05$ olmasından dolayı katılımcıların sektördeki deneyimleri açısından örgütsel sinizm düzeylerinde anlamlı bir farklılık olduğu

sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre 1-5 yıl arasında deneyimi olan katılımcıların diğer deneyim gruplarına göre örgütsel sinizm düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Alt faktörlerin tümüne yapılan analiz sonucunda tüm alt faktörlerde ulaşılan p değerleri $< 0,05$ olmasından dolayı katılımcıların sektördeki deneyimleri açısından bu faktörler düzeylerinde anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre tüm alt faktörlerde 1-5 yıl arasında deneyimi olan katılımcıların diğer deneyim gruplarına göre örgütsel sinizm düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. H1h hipotezi desteklendi.

Tablo 26: Hipotez Özet Tablosu

Hipotez	Yapılan Analizler	Sonuç
H ₁ : Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan bireylerin demografik faktörleri açısından örgütsel sinizm ve alt faktörleri düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.	Cinsiyet, medeni durum ve iş yerindeki statü → Mann Whitney U Yaş, eğitim düzeyi, aylık gelir durumu, iş yerindeki deneyim, sektördeki deneyim → Kruskal Wallis H	Desteklendi (Cinsiyet, medeni durum, iş yerindeki statü, yaş, eğitim düzeyi, aylık gelir, iş yerindeki deneyim ve sektördeki deneyim.)

3.SONUÇ VE ÖNERİLER

Katılımcıların örgütsel sinizm düzeylerinde demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla 400 kişiye uygulanan anketler doğruluk, tutarlılık ve dürüstlük açısından elendikten sonra 385 kişi üzerinden değerlendirilmiştir.

Araştırmada yapılan güvenilirlik analizi sonucuna göre, örgütsel sinizm ölçeğinin Cronbach's Alfa değeri 0,973 olarak tespit edilmiş olup yüksek derecede güvenilir olduğu belirlenmiştir. Araştırmada örgütsel sinizme yönelik değişkenlerle ilgili 14 maddeye yapılan faktör analizinde, dikey döndürme yöntemlerinden Varimax yöntemi kullanılmıştır. Analiz sonucunda, kullanılan örgütsel sinizm ölçeğindeki ifadelerin üç ayrı boyuta dağıtıldığı görülmüştür.

Katılımcıların demografik faktörler dağılımları incelendiğinde, katılımcıların 173'ünü (%44,9) kadın ve 212'sinin (%55,1) erkek bireylerden oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların medeni durumlarına göre dağılımına bakıldığında, katılımcıların 288'inin (%74,8) evli ve 97'sinin (%25,2) bekar bireylerden oluştuğu; yaşlarına göre dağılımına bakıldığında, katılımcıların 8'inin (%2,1) 24 ve altı yaş aralığında, 185'inin (%48,0) 25-35 yaş aralığında, 180'inin (%46,8) 36-44 yaş aralığında ve 12'sinin (%3,1) 45 ve üzeri yaş aralığında olduğu; eğitim düzeylerine göre dağılımına bakıldığında, katılımcıların 11'inin (%2,9) lise eğitim düzeyinde, 30'unun (%7,8) ön lisans eğitim düzeyinde, 302'sinin (%78,4) lisans eğitim düzeyinde ve 42'sinin (%10,9) lisansüstü eğitim düzeyinde olduğu; aylık gelir düzeylerinde göre dağılımına bakıldığında, katılımcıların 38'inin (%9,9) 3000 TL ve altı

gelir aralığında, 132'sinin (%34,3) 3001-5000 TL gelir aralığında, 138'inin (%35,8) 5001-7000 TL gelir aralığında ve 77'sinin (%20,0) 7001 TL ve üzeri gelir aralığında olduğu; iş yerindeki statülerine göre dağılımına bakıldığında, katılımcıların 201'inin (%52,2) ast 184 'ünün (%47,8) yönetici olduğu; iş yerindeki mesleki deneyimlerinde bakıldığında, katılımcıların 87'sinin (%22,6) 1-5 yıl aralığında, 129'unun (%33,5) 6-10 yıl aralığında, 131'inin (%34,0) 11-15 yıl aralığında ve 38'inin (%9,9) 16 yıl ve üzeri iş yeri mesleki deneyime sahip oldukları ve sektördeki deneyimlerine bakıldığında ise katılımcıların 58'inin (%15,1) 1-5 yıl aralığında, 133'ünün (%34,5) 6-10 yıl aralığında, 148'inin (%38,4) 11-15 yıl aralığında ve 46'sının (%11,9) 16 yıl ve üzeri sektörel deneyime sahip oldukları görülmektedir.

Katılımcıların cinsiyetlerine, medeni durumlarına ve iş yerindeki statülerine göre örgütsel sinizm ve alt faktörler düzeylerinde bir farklılık olup olmadığını ölçmek için yapılan Mann Whitney U Testi analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların cinsiyetleri açısından örgütsel sinizm düzeylerinde ve alt faktörlerde anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kadınların erkeklere oranla örgütsel sinizm düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların medeni durumları açısından örgütsel sinizm düzeylerinde anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Banka çalışanlarının medeni durumlarına göre örgütsel sinizm ölçeğinin alt faktörlerinde de farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan analiz sonucunda “Duygusal boyut” faktör düzeyinde

katılımcıların medeni durumları açısından anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. “Duygusal boyut” faktöründe bekârların evlilere nazaran örgütsel sinizm düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların iş yerindeki statüleri açısından örgütsel sinizm düzeylerinde ve alt faktörlerinde anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tüm faktörlerde yöneticilerin astlara nazaran örgütsel sinizm düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir.

Katılımcıların yaşlarına, eğitim düzeylerine, aylık gelir düzeylerine, iş yerindeki mesleki deneyimlerine ve sektördeki mesleki deneyimlerine göre örgütsel sinizm ve alt faktörler düzeylerinde bir farklılık olup olmadığını ölçmek için yapılan Kruskal Wallis H Testi analizi yapılmıştır. Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan bireylerin yaş durumlarına göre örgütsel sinizm düzeylerinde bir farklılık olup olmadığını ölçmek için yapılan analiz sonucunda katılımcıların yaşları açısından ve tüm faktörlerde örgütsel sinizm düzeylerinde anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre 25-35 yaş aralığında olan katılımcıların diğer yaş gruplarına göre örgütsel sinizm düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların eğitim düzeyleri açısından örgütsel sinizm düzeylerinde ve alt faktörlerinden “Davranışsal boyut” faktöründe anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre yüksek lisans eğitim düzeyinde olan katılımcıların diğer eğitim düzeyindeki

katılımcılara göre daha örgütsel sinizm düzeyinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların aylık gelirleri açısından örgütsel sinizm düzeylerinde ve tüm alt faktörlerde gelir durumları açısından anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre 3000 TL ve altı gelir aralığında olan katılımcıların diğer gelir gruplarına göre örgütsel sinizm düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların iş yerlerindeki mesleki deneyimleri açısından örgütsel sinizm düzeylerinde ve tüm alt faktörlerde katılımcıların iş yerlerindeki mesleki deneyimleri açısından anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre tüm faktörlerde 1-5 yıl arasında deneyimi olan katılımcıların diğer deneyim gruplarına göre örgütsel sinizm düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların sektördeki deneyimleri açısından örgütsel sinizm düzeylerinde ve tüm alt faktörlerde anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır.. Analiz sonuçlarına göre tüm faktörlerde 1-5 yıl arasında deneyimi olan katılımcıların diğer deneyim gruplarına göre örgütsel sinizm düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Araştırmanın bulguları doğrultusunda; Örgütler ve iş görenler örgütsel sinizm gerçeğini kabul ederek konu hakkında bilinç düzeyi artırılarak, örgütsel sinizmin önlenmesi ve mücadele edilebilmesi için devlette gerekli yasal düzenlemeler yapılmalıdır. Bu çalışma sonucunda elde edilen verilerle sektördeki yöneticilere belirleyecekleri stratejilerde ve konuyla ilgili akademisyenlere yapacakları çalışmalarda rehberlik edinilmeye çalışılacaktır

KAYNAKÇA

- Abraham, R. (2000). Organizational cynicism: Bases and consequences. *Genetic, social, and general psychology monographs*, 126(3), 269.
- Anderson, L. (1996). Employee cynicism: An examination using a contract violation framework. *Human relations*, s. 1395-1418.
- Arslan, B. ve Nur, E. (2018). Teknolojinin Yeni Çocuğu: K Kuşuğu. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 6(15), 329-347.
- Arslan, B. ve Tanrıkulu, E. (2021). The Effect of Consumers' Online Perceived Risk Levels on Online Impulsive Buying Behavior. *Journal of Strategic Research in Social Science*, 7 (1), 1-22.
- Bakan, İ. (2004). *Örgüt sırlarının çözümünde örgüt kültürü: teori ve ampirik yaklaşım*. Aktüel.
- Bauer, T., & Erdogan, B. (1996). Organizational socialization. *APA Handbook of I/O Psychology*, 3, 51-64.
- Brandes, P. (1997). *Organizational Cynicism: Its Nature, Antecedents, and Consequences, Dissertation of Doctor of Philosophy*, University of Cincinnati, Ohio.
- Brown, M., & Cregan, C. (2008). Organizational change cynicism: The role of employee involvement. *Human Resource Management*, 47(4), 667-686.
- Cartwright, S., & Holmes, N. (2006). The meaning of work: The challenge of regaining employee engagement and reducing cynicism. *Human resource management review*, 16(2), 199-208.
- Cevizci, A. (2009). *Felsefe Tarihi*. İstanbul: Say Yayınları.
- Çöllü, E., & Öztürk, Y. (2006). Örgütlerde inançlar-tutumlar tutumların ölçüm yöntemleri ve uygulama örnekleri bu yöntemlerin değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 9(1-2), 373-404.
- Davis, W., & Gardner, W. (2004). Perceptions of politics and organizational cynicism: An attributional and leader-member exchange perspective. *The leadership quarterly*, 15(4), 439-465.

- Dean Jr, J. W, Brandes, P., & Dharwadkar, R. (1998). Organizational cynicism. *Academy of Management review*, 23(2), 341-352.
- Delken, M. (2004). Organizational cynicism: A study among call centers. *University of Maastricht*, 3.
- Eaton, J. (2000). *A social motivation approach to organizational cynicism* , York University
- Eren, E. (2015). *Örgütsel davranış ve yönetim psikolojisi*.(15. Baskı) Beta: İstanbul.
- Erkutlu, H. (2017). *Negatif Örgütsel Davranış*. Ankara: Akademisyen Kitabevi.
- Greenglass, E., Burke, R., & Moore, K. (2003). Reactions to increased workload: Effects on professional efficacy of nurses. *Applied psychology*, 52(4), 580-597.
- Gül, H., & Ağıröz, A. (2011). Mobbing ve Örgütsel Sinizm Arasındaki İlişkiler: Hemşireler Üzerinde Bir Uygulama. *Journal of Economics & Administrative Sciences/Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2).
- İnceoğlu, M. (2011). *Tutum-algı iletişim*. Siyasal Kitabevi.
- James, M. (2005). *Antecedents and consequences of cynicism in organizations: An examination of the potential positive and negative effects on school systems*.
- Johnson, J., & O'Leary-Kelly, A. (2003). The effects of psychological contract breach and organizational cynicism: Not all social exchange violations are created equal. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 24(5), 627-647.
- Kaya, K., Küçük, F. ve Arslan, B. (2017). Eğitimcilerde tükenmişlik sendromu ve kurumsal bağlılık. Kriter Yayınevi, İstanbul
- Kim, T., Bateman, T., Gilbreath, B., & Andersson, L. (2009). Naus, F., van Iterson, A. D., and Roe, R. A. (2007). Value Incongruence, Job Autonomy, and Organization-Based Self-Esteem: A Self-Based Perspective On Organizational Cynicism. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(2), 195–219.

- Mantere, S., & Martinsuo, M. (2001). Adopting and questioning strategy: Exploring the roles of cynicism and dissent. In 17th EGOS-Europen Group for Organisation Studies Colloquium.
- Mathur, G., Nathani, N., & Dubey, S. (2013). Perceived organizational politics, organizational justice, cynicism and OCB: A demographic study of academicians. *Review of HRM, 2, 61*.
- Nartgün, Ş., & Kartal, V. (2013). Öğretmenlerin örgütsel sinizm ve örgütsel sessizlik hakkındaki görüşleri. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 2(2), 47-67*.
- Naus, F., Van Iterson, A., & Roe, R. (2007). Value incongruence, job autonomy, and organization-based self-esteem: A self-based perspective on organizational cynicism. *European Journal of Work and Organizational Psychology, 16(2), 195-219*.
- Nakip, M. (2006). *Pazarlama Araştırmaları Teknikleri ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*, 2. Baskı, Ankara: Seçkin.
- Nur, E., Arslan, B. ve Küçük, F. (2020). “Teknoloji ve...”, içinde, Sanal kaytarma davranışları ile çevrimiçi satınalma davranışları arasındaki ilişki: kadın sağlık çalışanlar üzerine ampirik bir çalışma, Hatice Aztimur ve Baran Arslan (Ed), SRA Academic Publishing, Lithuania, sayfa 1-26.
- O'Brien, A., Haslam, S., Jetten, J., Humphrey, L., O'Sullivan, L., Postmes, T., & Reynolds, K. (2004). Cynicism and disengagement among devalued employee groups: The need to ASPIRe. *Career Development International*.
- Özgener, Ş., Öğüt, A., & Kaplan, M. (2008). İşgören-işveren ilişkilerinde yeni bir paradigma: Örgütsel sinizm. *Örgütsel Davranışta Seçme Konular: Organizasyonların Karanlık Yönleri ve Verimlilik Azaltıcı Davranışlar*, (İçinde, M. Özdevecioğlu, H. Karadal (Ed.)(1. Baskı sy. 54-68) Ankara: İlke Yayınevi.
- Pelit, E., & Ayana, Ç. (2016). Duygusal zekânın örgütsel sinizme etkisi: Otel işletmeleri işgörenleri üzerinde bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi, 8(2), 45-76*.

- Pelit, N., & Pelit, E. (2014). *Örgütlerde kanser yapıcı iki başat faktör: Mobbing ve örgütsel sinizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Proctor, T. (2003). Pazarlama Araştırmasının Temelleri. *İclem Er (Çeviren). İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi*.
- Sağır, T., & Oğuz, E. (2012). Öğretmenlere yönelik örgütsel sinizm ölçeğinin geliştirilmesi. *International Journal of Human Sciences*, 9(2), 1094-1106.
- Şimşek, M., Çelik, A., Akgeçici, T., & Fettahlıoğlu, T. (2006). Örgütlerde yabancılaşmanın yönetimi araştırması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (15), 569-587.
- Taslak, S., & Dalgın, T. (2015). Çalışanların atfetme eğilimlerinin örgütsel sinizm davranışları üzerindeki etkisi: sağlık çalışanları üzerine bir araştırma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 16(34), 139-158.
- Toker, K., Çetin, C., Güven, B., & Aksu, B. (2017). Örgüt yapısının örgütsel sinizm üzerindeki etkisi üzerine lojistik sektöründe bir araştırma. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 7(4), 247-264.
- Tokgöz, N., & Yılmaz, H. (2008). Örgütsel sinizm: eskişehir ve alanya'daki otel işletmelerinde bir uygulama. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 8(2).
- Turuñ, Ö., & Çelik, M. (2010). Algılanan örgütsel desteğin çalışanların iş-aile, aile-iş çatışması, örgütsel özdeşleşme ve işten ayrılma niyetine etkisi: Savunma sektöründe bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1), 209-232.
- Tükeltürk, Ş., Perçin, N., & Güzel, B. (2009). Örgütlerde psikolojik kontrat ihlalleri ve sinizm ilişkisi: 4-5 yıldızlı otel işletmeleri üzerine bir araştırma. *17. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Kongre Kitabı, Eskişehir: Osmangazi Üniversitesi*, 688-692.
- Türköz, T., Polat, M., & Coşar, S. (2013). Çalışanların Örgütsel Güven ve Sinizm Algılarının Örgütsel Bağlılıkları Üzerindeki Rolü. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 289.

Üngüren, E., Doğan, H., Özmen, M., & Tekin, Ö. (2010). Otel çalışanlarının tükenmişlik ve iş tatmin düzeyleri ilişkisi. *Journal of Yasar University*, 17(5), 2922-2937.

BÖLÜM 7

OECD ÜLKELERİNDE ELEKTRİK TÜKETİMİ VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ: PANEL EŞBÜTÜNLEŞME ANALİZİ

Dr. Öğr. Üyesi Levent KAYA¹

¹ Harran Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri, Şanlıurfa, TÜRKİYE, lekaya@harran.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-7278-8114

GİRİŞ

Ekonominin ve sosyal kalkınmanın bir ölçütü olan enerji, temel ihtiyaç olarak insanların yaşamlarında ve ülkelerin ekonomik faaliyetlerinde önemli bir role sahiptir. Bu nedenle, bir ülkenin kişi başına düşen enerji tüketimi ekonomik gelişmişliğin önemli bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Sanayi devrimi ile birlikte, ülkelerin enerji kullanımı önemli ölçüde arttı ve artmaya devam etmektedir. Enerji, sosyal, ekonomik ve endüstriyel kalkınmanın gerçekleşmesi ve refah seviyesinin yükseltilmesi için anahtar bir girdi olduğu için ülkeler için kritik öneme sahiptir. Günümüzde enerji yalnızca bir üretim girdisi değil aynı zamanda uluslararası ilişkilerin temelini oluşturan, dünya ekonomisi ve politikasını şekillendiren stratejik bir meta olarak kabul edilmektedir (Esen ve Bayrak, 2017). Enerji, ekonomik büyümenin temel kaynağıdır çünkü birçok üretim ve tüketim faaliyeti, temel girdi olarak enerjiyi içerir (Ashgar, 2008). Hükümetler, sınırlı enerji kaynaklarını daha iyi kullanmak için zorunlu bir ihtiyaçtan giderek daha fazla haberdar olduklarından, enerji verimliliğinin iyileştirilmesi birçok ülkede en önemli önceliklerden biri haline gelmiştir (Kim, 2015). Nüfusun artması ve tüketim yapısının değişmesi, teknolojik gelişmelerin de etkisiyle, enerji tüketimi artırmaktadır. Enerji tüketimi, ekonomik faaliyetlerin ve ülke ekonomisinin performans göstergelerinden biridir (Karakaş, 2014).

Elektrik enerjisi, 19. yüzyılın son çeyreği ile 20. yüzyılın başındaki "İkinci Sanayi Devrimi" nin temel unsuru olarak görülmektedir. Kimya endüstrisinin dönüşümü ve içten yanmalı motorla birlikte bu devrim,

sanayileşen toplumlar için mevcut olan tüm teknolojik fırsatların yeniden tanımlanmasına neden olmuştur. Elektrik birincil enerji kaynağı değildir birincil enerji kaynaklarının dönüştürüldüğü bir formdur. Elektrik enerjisinin en büyük avantajlarından biri, kömür, petrol, gaz gibi fosil yakıtlardan, hidro nükleer, güneş enerjisi gibi birçok enerji kaynağından yararlanabilmesidir (Rosenberg, 1998). Elektrik tüketimi dünyanın farklı bölgelerinde farklı miktarlarda tüketilir. Ancak ortak bir özelliği kişi başına tüketimin sürekli olarak dünyanın her bölgesinde artış göstermesidir (Szajt vd., 2018). Özellikle, kişi başına düşen elektrik tüketimi, ekonomik refahı veya kalkınmayı belirlemedeki rolü nedeniyle literatürde ilgi görmüştür. Günümüzde elektriğin hem mal hem de hizmetlerin üretiminde ve tüketiminde hayati bir rol oynadığı yaygın olarak kabul görmektedir (Payne, 2010). Sonuç olarak, elektrik enerjisi, üretimin temel bir faktörüdür ve mevcut ekonomik faaliyet düzeylerini korumak ve ekonomiyi büyütmek ve geliştirmek için sürekli enerji tedarikine ihtiyaç vardır. Elektrik, yüksek kaliteli bir enerji taşıyıcısı olmasının yanında son kullanım noktasında sıfır kirlilik ile diğer enerji türlerinden daha verimli ve esnektir (Stern vd., 2017). Elektrik tüketimi, üretim fonksiyonundaki rolü ile birlikte sosyoekonomik gelişmişliğin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Konut ihtiyaçları, sermaye ve emek verimliliğine katkıda bulunur, ülkelerin ihracat potansiyellerini teşvik eder. İstihdam, yoksulluk düzeyini azaltmakta ve nihayetinde sosyoekonomik kalkınmayı iyileştirmektedir. Bu nedenle, elektrik enerjisi ülkelerin kalkınması için hayati bir rol oynar (Khan vd. 2018)

Dünya’da elektrik üretimi için kullanılan kaynaklar, yenilenebilir enerji doğalgaz ve kömürdür. Kömür kaynağında ilk sırada gelen ülkeler Hindistan, Amerika Birleşik Devletleri ve Çin, Rusya doğalgaz kaynağında, Fransa nükleer enerjide ve Kanada yenilenebilir enerjide ilk sıralarda gelmektedir. Dünya toplam elektrik enerjisi üretiminde en büyük kaynaklar %40.6 ile kömür, %21.6 ile doğalgaz ve %22.9 ile yenilenebilir enerji kaynaklarıdır. (Koç vd., 2018).

1. LİTERATÜR TARAMASI

Ulusal ve uluslararası literatürde ekonomik büyüme ve elektrik tüketimi ilişkisini inceleyen ampirik birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmada farklı ülke gruplarını incelemek ve farklı ekonometrik yöntemleri kullanarak literatüre katkı sağlaması amaçlanmaktadır.

Tablo 1. Ulusal ve Uluslararası Literatür Çalışmaları

Yazar(lar)	Yıllar	Ülke(ler)	Analiz Yöntemi	Elektrik Tüketimi– Ekonomik Büyüme
Yoo (2005)	1970-2002	Güney Kore	Granger Nedensellik Testi	Çift yönlü nedensellik
Rufael (2006)	1971-2001	17 Afrika Ülkesi	ARDL Testi, Toda Yamamoto Nedensellik Testi	Uzun dönemli ilişki, Tek yönlü nedensellik
Masduzzaman (2012)	1981-2011	Bangladeş	Granger Nedensellik Testi	Tek yönlü nedensellik
Akbaş ve Şentürk (2013)	1978-2009	MENA Ülkeleri	Panel VECM	Çift yönlü nedensellik

Tang ve Tan (2013)	1970-2009	Malezya	ARDL Testi, Granger Nedensellik Testi	Uzun dönemli ilişki, Çift yönlü nedensellik
Kasperowicz (2014)	2000-2012	Polonya	Granger Nedensellik Testi	Çift yönlü nedensellik
Acaravcı (2015)	1974-2013	Türkiye	Granger Nedensellik Testi	Tek yönlü nedensellik
Dunghel (2017)	2000-2011	Güney Asya Ülkeleri	Panel Eşbütünleşme Testi Granger Nedensellik Testi	Uzun dönemli ilişki, Tek yönlü nedensellik
Sarwar vd. (2017)	1960-2014	210 Ülke	Panel Eşbütünleşme Testi	Uzun dönemli ilişki
Faisal vd. (2018)	1965-2013	İzlanda	ARDL Testi, Granger Nedensellik Testi	Uzun dönemli ilişki, Çift yönlü nedensellik
Ohlan (2018)	1971-2016	Hindistan	ARDL Testi, Granger Nedensellik Testi	Uzun dönemli ilişki, Tek yönlü nedensellik
Türkmen vd. (2018)	1980-2014	Türkiye	Johansen Eşbütünleşme Testi	Uzun dönemli ilişki
Aydın ve Bozdağ (2019)	1960-2014 1977-2014	Avrupa Birliği ve Türkiye	Johansen Eşbütünleşme Testi, Granger Nedensellik Testi	Uzun dönemli ilişki, Tek yönlü nedensellik
Bekun ve Agboola (2019)	1971-2014	Nijerya	Maki Eşbütünleşme, Toda Yamamoto Nedensellik Testi	Uzun dönemli ilişki, Tek yönlü nedensellik
Kar vd. (2019)	1970-2014	Seçilmiş Gelişmekte Olan Ülkeler	Panel LM eşbütünleşme Testi, Emirmahmutoglu-Köse Panel Nedensellik Testi	Uzun dönemli ilişki, Tek yönlü nedensellik
Balcılar vd. (2019)	1971-2014	Pakistan	Maki Eşbütünleşme, Toda Yamamoto Nedensellik Testi	Uzun dönemli ilişki,

				Tek yönlü nedensellik
Mighri and Ragoubi (2020)	1971-2013	Tunus	ARDL Testi, Granger Nedensellik Testi	Uzun dönemli ilişki, Tek yönlü nedensellik
Ali vd. (2020)	1961-2015	Pakistan	Johansen Eşbütünleşme, Granger Nedensellik Testi	Uzun dönemli ilişki, Tek yönlü nedensellik
Dey and Tareque (2020)	1971-2014	Bangladeş	ARDL testi, Granger Nedensellik Testi	Uzun dönemli ilişki, Çift yönlü nedensellik
Ehigiamusoe and Babalola (2021)	1980-2016	25 Afrika Ülkesi	Dumitrescu-Hurlin Panel Nedensellik Testi	Çift yönlü nedensellik

2. VERİ SETİ VE YÖNTEM

Bu çalışmada, OECD'ye üye 21 ülkede (Avusturya, Fransa Kanada, Belçika, Almanya, Danimarka, İzlanda, Yunanistan, Japonya, İrlanda, İtalya, Lüksemburg, Norveç, Hollanda, İsveç, Portekiz, İspanya, İsviçre, Türkiye, Birleşik Krallık, Amerika Birleşik Devletleri) kişi başına elektrik tüketimi (ELK) ile kişi başına GSYH (GDP) arasındaki ilişki incelenmiştir. 1980 – 2020 dönemini kapsayan yıllık verilerle çalışılmıştır. Veriler Dünya Bankası resmi sitesinden elde edilmiştir. Seriler logaritmik dönüşümleri yapılarak analize dâhil edilmiştir.

2.1. Yatay Kesit Bağımlılığı Testi

Panel verilerde durağanlığı incelemeyen önce her bir değişken için yatay kesit bağımlılığının tespit edilmesi gereklidir. Yatay kesit

bağımlılığı, birimlerde oluşan şoktan diğer panel birimlerinin etkilenmesi anlamına gelmektedir. Yatay kesit bağımlılığı mevcut ise farklı yöntemler uygulanmaktadır. Yatay kesit bağımlılığını ortaya çıkaran sebepleri coğrafi etkiler, gözlenemeyen bileşenler, birimlere gelen benzer şoklar ve ekonomik küreselleşme şeklinde sıralayabiliriz (Syzdykova, 2018).

İlk kez Breusch – Pagan (1980) ile literatüre giren yatay kesit bağımlılığı testi için T, zaman boyutu, N ise yatay kesit boyutu olmak üzere (T>N) için aşağıda gösterilen LM istatistiğini önermişlerdir.

$$LM = T \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{\rho}_{ij}^2 \quad (1)$$

(1) numaralı denklemde $\hat{\rho}_{ij}$, her i için EKK tahminiyle elde edilen hata terimleri arasındaki korelasyon katsayılarıdır. Pesaran (2004), (N>T) için CD testini, (T>N) için CD_{LM} testini geliştirmiştir. CD ve LM testleri sırasıyla (2) ve (3) numaralı eşitliklerle gösterilmiştir;

$$CD = \left(\frac{2T}{N(N-1)} \right)^{1/2} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{\rho}_{ij}^2 \quad (2)$$

$$LM = \left(\frac{1}{N(N-1)} \right)^{1/2} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N T \hat{\rho}_{ij}^2 - 1 \quad (3)$$

Pesaran vd. (2008), hem (T>N) hem de (N>T) olması halinde geçerli olan bir diğer yatay kesit bağımlılığı testini geliştirmiştir.

$$LM_{adj} = \sqrt{\left(\frac{2}{N(N-1)}\right)} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \frac{(T-k)\hat{\rho}_{ij}^2 - \mu_{Tij}}{v_{Tij}} \quad (4)$$

(4) numaralı denklemde μ_{Tij} ve v_{Tij} sırasıyla $(T-k)\hat{\rho}_{ij}^2$ 'nin ortalaması ve varyansıdır. $T \rightarrow \infty$ ve $N \rightarrow \infty$ iken LM_{adj} asimptotik standart normal dağılım göstermektedir. Temel hipotez yatay kesit bağımlılığının bulunmadığını alternatif hipotez ise bulunduğunu iddia etmektedir.

2.2. CADF Birim Kök Testi

Birimlerin ortalamaları ile ADF istatistiklerinin genelleştirilmiş halidir. Pesaran (2007)'ye göre CADF istatistiği ile her bir birime ait ayrı ayrı sonuçlar belirlenirken, CIPS ile panelin geneline ait sonuçlar elde edilir. Hem $T < N$ hem de $T > N$ olduğunda kullanılabilir.

t , zaman, i , yatay kesit birimi olmak üzere y_{it} , (5) numaralı denklemdeki gibi oluşturulur.

$$y_{it} = (1 - \phi_i)\mu_i + \phi_i y_{i,t-1} + u_{it}, \quad (5)$$

Başlangıç değeri y_{i0} , sonlu ortalama ve varyansa sahip bir yoğunluk fonksiyonunu ifade etmektedir. u_{it} kalıntıları, tek faktörlü bir yapı göstermektedir.

$$u_{it} = \gamma_i f_t + \varepsilon_{it} \quad (6)$$

(6) numaralı denklemde f_t , gözlemlenmeyen ortak etkileri, ε_{it} ise birimlere ait kalıntılardır. (5) ve (6) numaralı denklemler aşağıda gibi yazılabilir.

$$\Delta y_{it} = \alpha_i + \beta_i y_{i,t-1} + \gamma_i f_t + \varepsilon_{it} \quad (7)$$

(7) numaralı denklemde $\alpha_i = (1 - \phi_i)\mu_i$, $\beta_i = -(1 - \phi_i)$ ve $\Delta y_{it} = y_{it} - y_{i,t-1}$ şeklindedir. $\phi_i = 1$ olmak üzere hipotezler aşağıdaki şekilde kurulur.

$$H_0 = \beta_i = 0 \text{ Seri durağan değildir.}$$

$$H_1 = \beta_i < 0 \text{ Seri durağandır.}$$

CADF regresyonu aşağıdaki şekilde yazılır.

$$\Delta y_{it} = a_i + b_i y_{i,t-1} + c_i \bar{y}_{t-1} + d_i \Delta \bar{y}_t + e_{it} \quad (8)$$

(8) numaralı denklem, kesit ve zaman ölçeğine göre sabit terimsiz, sabit terimli, sabit terimli ve trendli olmak üzere üç farklı model için hesaplanır. Her bir birime ait birim kök test istatistik değerlerinin ortalaması alınıp panelin bütünü için CIPS birim kök testi (9) numaralı denklemdeki şekliyle hesaplanır.

$$CIPS(N, T) = N^{-1} \sum_{i=1}^N t_i(N, T) \quad (9)$$

2.3. Yapısal Kırılmalı Panel Eşbütünleşme Testi

Westerlund (2006) panel eşbütünleşme testi, yatay kesit bağımlılığı olması durumunda kullanılan ve yapısal kırılmaları gösteren bir LM test

istatistiğidir. Yapısal kırılmalı eşbütünleşme testi için aşağıdaki model kullanılır.

$$y_{it} = z'_{it}\gamma_{ij} + x'_{it}\beta_i + e_{it} \quad (10)$$

(10) numaralı eşitlikte $x_{it} = x_{it-1} + v_{it}$ regresyon vektörüdür. z_{it} ise deterministik bileşen vektörüdür. β_i ve γ_{ij} , parametrelere karşılık gelen vektörlerdir. $j=1, \dots, M_i + 1$ yapısal kırılmaları göstermek için kullanılır. (11) numaralı modeldeki r_{it} , başlangıç değeridir ve sıfır kabul edilir.

$$e_{it} = r_{it} + u_{it} \quad (11)$$

$$r_{it} = r_{it-1} + \phi_i u_{it} \quad (12)$$

Westerlund (2006) eşbütünleşme testinin temel hipotezi değişkenler arasında eşbütünleşme olduğunu iddia ederken, alternatif hipotez eşbütünleşme ilişkisinin olmadığını iddia etmektedir. Test istatistiği ise (13) numaralı eşitlikten bulunur.

$$Z(M) \equiv \sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^{M_{i+1}} \sum_{t=T_{ij-1}+1} (T_{ij} - T_{ij-1})^{-2} \hat{\omega}_{i,1,2}^{-2} S_{it}^2 \quad (13)$$

Yatay kesit bağımlılığı mevcut ise bootstrap olasılık değerleri dikkate alınır

2.4. Homojenlik Testi

Pesaran ve Yamagata (2008) tarafından eşbütünleşme denkleminde elde edilen eğim katsayılarının homojenliğini belirlemek için geliştirilmiştir.

$$Y_{it} = \alpha + \beta_i X_{it} + \varepsilon_{it} \quad (14)$$

Şeklinde olan (14) numaralı eşbütünleşme modelinde, β_i eğim katsayılarının birimler arasında bir fark olup olmadığı test edilmektedir. Homojenlik testinde temel hipotez eğim katsayılarının homojen olduğunu alternatif hipotez ise olmadığını iddia etmektedir. Pesaran ve Yamagata (2008), büyük örneklem için (15) numaralı denklemi, küçük örneklem için sapması düzeltilmiş (17) numaralı denklemi önermişlerdir.

$$\tilde{\Delta} = \sqrt{N} \left(\frac{N^{-1} \tilde{S} - k}{\sqrt{2k}} \right) \quad (15)$$

$$\tilde{\Delta}_{adj} = \sqrt{N} \left(\frac{N^{-1} \tilde{S} - E(\tilde{Z}_{iT})}{\sqrt{\text{var}(\tilde{Z}_{iT})}} \right) \quad (16)$$

(16) numaralı denklemde;

$$E(\tilde{Z}_{iT}) = k$$

$$\text{Var}(\tilde{Z}_{iT}) = \frac{2k(T-k-1)}{T+1} \quad (17)$$

şeklinde ifade edilmektedir.

2.5. Uzun Dönem Katsayıları

Her bir kesit için uzun dönem katsayıları Pesaran (2006) tarafından literatüre kazandırılan CCE (Common Corelated Effects) yöntemi ile belirlenmiştir. Yatay kesit bağımlılığını dikkate alan ve eğim katsayıları heterojen olan panellerde kullanılan CCE tahmincisi (18) numaralı modelde gösterilmiştir.

$$y_{it} = \alpha'_i d_t + \beta'_i x_{it} + e_{it} \quad (18)$$

Her bir yatay kesit birimine ait uzun dönem katsayıları bulunduğundan sonra bu katsayıların ortalaması alınır. CCEMG (Common Corelated Effects Mean Group) tahmincisi için ortalama değer aşağıdaki eşitlikten elde edilir.

$$\hat{b}_{MG} = N^{-1} \sum_{i=1}^N \hat{b}_i \quad (19)$$

(19) numaralı eşitlikte \hat{b}_i , her bir yatay kesite ait birim katsayılarını ifade eder.

2.6. Dumitrescu Hurlin (2012) Panel Nedensellik Analizi

Yatay kesit bağımlılığını dikkate alan test, eşbütünleşme ilişkisi olmadığı durumda da kullanılabilir. Zaman boyutu (T) ve kesit boyutu (N) büyüklüğünü dikkate almayan testin uygulanabilmesi için serilerin durağan olması gerekmektedir (Dumitrescu ve Hurlin, 2012). x ve y durağan değişkenler olmak üzere lineer model aşağıdaki şekilde ifade edilir;

$$y_{i,t} = \alpha_i + \sum_{k=1}^K \gamma_i^{(k)} y_{i,t-k} + \sum_{k=1}^K \beta_i^{(k)} x_{i,t-k} + \varepsilon_{i,t} \quad (20)$$

(20) numaralı denklemde K gecikme sayısını göstermektedir ve panelin bütün kesit birimleri için aynı olduğu varsayılır. Otoregresif parametreler $\gamma_i^{(k)}$ ile regresyon eğim katsayıları $\beta_i^{(k)}$ 'nin gruplar arasında farklılık göstermesine izin verilir. $\gamma_i^{(k)}$ ve $\beta_i^{(k)}$ parametreleri zaman boyutunda sabittir. Sıfır ve alternatif aşağıdaki şekilde ifade edilir;

$$H_0 : \beta_i = 0$$

$$H_1 : \beta_i \neq 0$$

Sıfır hipotezi birimler arasında nedensellik olmadığını alternatif hipotez ise en az bir birimde nedensellik olduğunu ifade etmektedir. Sıfır hipotezi test etmek için kullanılan Wald test istatistiği aşağıdaki şekildedir.

$$W_{N,T}^{Hnc} = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N W_{i,T} \quad (21)$$

(21) numaralı denklemde $W_{i,T}$ her bir birim için hesaplanan Wald istatistiğidir. $W_{N,T}^{Hnc}$ ise Wald istatistiklerinin ortalamasıdır.

$$Z_{N,T}^{Hnc} = \sqrt{\frac{N}{2K}} (W_{N,T}^{Hnc} - K) \quad (22)$$

$$Z_N^{Hnc} = \frac{\sqrt{N} \left[W_{N,T}^{Hnc} - N^{-1} \sum_{i=1}^N E(W_{i,T}) \right]}{\sqrt{N^{-1} \sum_{i=1}^N Var(W_{i,T})}} \quad (23)$$

Zaman boyutunun kesit sayısından büyük olduğu durumda ($T > N$) asimptotik dağılıma sahip (22) numaralı denklem ($Z_{N,T}^{Hnc}$), Kesit sayısının zaman boyutundan büyük olduğu durumda ($T < N$) yarı asimptotik dağılıma sahip (23) numaralı denklem (Z_N^{Hnc}) kullanılmaktadır.

3. AMPİRİK SONUÇLAR

Çalışmada zaman boyutu $T = 41$, kesit boyutu $N = 21$ olduğundan dolayı LM, CD_{LM} ve LM_{adj} testleri kullanılmıştır.

Tablo 2. Yatay Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları

Değişkenler	Breusch-Pagan LM	CD_{LM}	LM_{adj}
GDP	7966.22 (0.000)	378.46 (0.000)	378.20 (0.000)
ELK	5692.37 (0.000)	267.51 (0.000)	267.25 (0.000)

Tablo 2'deki sonuçlara göre yatay kesit bağımlılığını iddia eden H_0 hipotezi reddedilmiştir. Ekonomik büyüme ve elektrik tüketimi serilerinde yatay kesit bağımlılığı bulunmuştur. Herhangi bir birime gelen şok, diğer birimleri de etkilemektedir. Bu nedenle çalışmada yapılacak analizlerde ikinci nesil yöntemler kullanılmıştır.

Tablo 3. Değişkenlere ait birim kök test sonuçları

Ülkeler	GDP		ELK	
	CADF	k	CADF	k
Avusturya	-2.349	2	-1.721	2
Belçika	-2.599	2	-1.385	3
Kanada	-1.902	2	-2.866	2
Danimarka	-2.794	2	-1.603	2
Fransa	-1.573	2	-1.847	3
Almanya	-1.385	2	-2.221	2
Yunanistan	-2.012	2	-2.278	4
İzlanda	-4.300**	2	-1.189	2
İrlanda	-1.679	2	-1.740	2
İtalya	-3.576*	2	-2.286	2
Japonya	-2.006	2	-.0510	3
Lüksemburg	-4.801***	2	-4.062**	3
Hollanda	-2.416	2	-3.376	2
Norveç	-1.422	2	-3.035	2
Portekiz	-2.180	2	-2.791	2
İspanya	-3.015	2	-2.106	2
İsveç	-2.247	2	-6.013***	3
İsviçre	-1.730	2	-2.019	2
Türkiye	-1.738	3	-3.066	2
Birleşik Krallık	-2.063	2	-3.869**	2
ABD	-0.860	2	-1.409	2
CIPS	-2.316		-2.447	

CADF için kritik değerler, %1, %5 ve %10 için -4.52, -3.79 ve -3.44. CIPS için kritik değerler, %1, %5 ve %10 için sırasıyla; -2.85, -2.71 ve -2.63'dir. *, ** ve *** %10, %5 ve %1 için anlamlılık düzeyini göstermektedir. p, gecikme sayısını göstermektedir.

Tablo 3'te ekonomik büyüme serisi için İzlanda, İtalya ve Lüksemburg dışındaki ülkelere ait serilerin birim köklü olduğu görülmektedir.

Elektrik tüketim serisi için Lüksemburg, İsveç ve Birleşik Krallık dışındaki ülkelere ait seriler birim köklü çıkmıştır. Ayrıca hem ekonomik büyüme hem de elektrik tüketim serileri için CIPS istatistik değerlerine göre panelin geneli birim köklü çıkmıştır.

Tablo 4. Panel Eşbütünleşme Analiz Sonuçları

	Test İstatistiği	p-değeri	Sonuç
Sabitli Model	7.059	0.743	Eşbütünleşme var.
Sabitli ve Trendli Model	23.399	0.879	Eşbütünleşme var.

Paneli oluşturan değişkenler için yatay kesit bağımlılığı söz konusu olduğundan dolayı eşbütünleşme ilişkisinin olup olmadığını belirlememiz için Tablo 4'te Bootsrap olasılık değerlerini dikkate almamız gerekir. Ekonomik büyüme bağımlı değişken olmak üzere eşbütünleşme analiz sonuçlarına göre ekonomik büyüme ile elektrik tüketimi arasında uzun dönemli bir ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 5. Yapısal Kırılma Tarihleri

Ülkeler	Sabitli	Sabitli ve Trendli
Kanada	1987-1996-2004	1987-2002-2010
Fransa	1987-2003	1987-1999-2008
Avusturya	1998	1998
Danimarka	1987-2003-2011	1987-1999-2007
Belçika	1987-2004	1987-1999-2007
Japonya	1987-1996-2007	1995
İrlanda	2003-2012	1987-2002
İzlanda	1987-2002	2003

Lüksemburg	1989-2003-2011	1987-1996-2006
İtalya	1987-1997-2006	1989-1999-2008
Almanya	1987-2003	1987-1995-2003
Yunanistan	1989-2003-2011	1987-1999-2008
Hollanda	1996-2006	1994-2002
İsveç	1987-2003	1992-2006
Portekiz	1997	1999
İspanya	1987-2003	1987-1999-2008
Norveç	1987-1995-2003	1997-2010
İsviçre	1987-2002-2010	1996-2010
Türkiye	1989-2003	1989-1997-2012
Birleşik Krallık	1987-1995-2003-2012	1987-2003
ABD	2003-2011	1987-2008

Tablo 5’te eşbütünleşme testinden elde edilen her bir ülkeye ait yapısal kırılma tarihleri verilmiştir. Özellikle ilk kırılmanın yaşandığı 1987 yılında dünya borsalarının büyük kayıplar yaşamış olması nedeniyle bütün dünyayı etkileyen, “Kara Pazartesi” olarak adlandırılan ve etkisi uzun zaman süren bir ekonomik düşüş yaşanmıştır.

Tablo 6. Homojenlik Testi Sonuçları

	Test İstatistiği	p – değeri
$\tilde{\Delta}$	36.379	0.000
$\tilde{\Delta}_{adj}$	37.752	0.000

Tablo 6’ya göre eğim katsayılarının homojen olduğunu iddia eden sıfır hipotezi reddedilmektedir. Eğim katsayılarının heterojen olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Başka bir ifadeyle modelde değişkenlere ait

hesaplanan regresyon katsayıları ülkeden ülkeye değişkenlik göstermektedir.

Tablo 7. Uzun Dönem Katsayıları

Ülkeler	Katsayılar	p – Değeri
Kanada	-1.250***	0.001
Fransa	1.083***	0.000
Avusturya	-1.121***	0.000
Danimarka	0.401***	0.000
Belçika	-0.989***	0.000
Japonya	2.866***	0.000
İzlanda	0.042	0.657
Yunanistan	0.984	0.115
İrlanda	2.253***	0.000
Almanya	-0.919***	0.007
İtalya	1.291***	0.008
Portekiz	-0.035	0.911
Hollanda	1.309***	0.000
İsveç	0.327***	0.010
Lüksemburg	-0.235***	0.049
İspanya	-0.100	0.697
Norveç	-1.744***	0.000
Birleşik Krallık	0.338***	0.046
Türkiye	0.640***	0.004
İsviçre	-0.433	0.281
ABD	-2.035***	0.000
PANEL	0.222	0.412

Tablo 7’de ekonomik büyüme ile elektrik tüketimi modeline göre Yunanistan, İzlanda, İspanya ve İsviçre dışındaki ülkelerin uzun dönem katsayıları istatistiksel anlamlı çıkmıştır.

Tablo 8. Panel Nedensellik Test Sonuçları

H_0	$W_{N,T}^{Hnc}$	Z_N^{Hnc}	p-değeri
ELK GDP’nin Nedeni Değildir	6.629	15.270	0.000
GDP ELK’in Nedeni değildir	6.969	16.241	0.000

Tablo 8’e göre elektrik tüketiminden ekonomik büyümeye doğru ve ekonomik büyümeden elektrik tüketimine doğru nedensellik bulunmuştur. Elde edilen bu sonuç elektrik tüketimi ve ekonomik büyümenin birbirlerini karşılıklı olarak arttırıcı yönde bir etkiye sahip olduğunu bir başka deyişle OECD ülkeleri için geri besleme hipotezinin geçerli olduğunu göstermektedir.

4. SONUÇ

Teknolojik gelişmelerin baş döndürücü şekilde arttığı günümüzde bu gelişmelere paralel olarak enerji tüketiminde de büyük bir artış söz konusudur. Elektrik enerjisi tedarikinde oluşabilecek kısa süreli aksaklıklar bile ekonomik faaliyetleri büyük oranda olumsuz etkilemektedir. Bu nedenle elektrik enerjisine olan ihtiyaç gün geçtikçe ülkeler için daha da hayati bir önem taşımaktadır. 1980- 2020 dönemini kapsayan OECD ülkelerinde kişi başına elektrik tüketimi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin incelendiği bu çalışmada yatay kesit bağımlılığından dolayı ikinci nesil yöntemler kullanılmıştır. Ekonomik

büyüme serisi için İzlanda, İtalya ve Lüksemburg dışındaki ülkelere ait seriler birim köklü çıkmıştır. Elektrik tüketim serisi için Lüksemburg, İsveç ve Birleşik Krallık dışındaki ülkelere ait seriler birim köklü çıkmıştır. Ayrıca hem ekonomik büyüme hem de elektrik tüketim serileri için CIPS istatistik değerlerine göre panelin geneli birim köklü bulunmuştur. Ekonomik büyüme bağımlı değişken olmak üzere eşbütünleşme analiz sonuçlarına göre ekonomik büyüme ile elektrik tüketimi arasında uzun dönemli bir ilişki tespit edilmiştir. Nedensellik analiz sonuçlarına göre hem elektrik tüketiminden ekonomik büyümeye doğru hem de ekonomik büyümeden elektrik tüketimine doğru nedensellik bulunmuştur. Elde edilen sonuçlar OECD ülkeleri için elektrik tüketimi ve ekonomik büyümenin birbirlerini karşılıklı olarak arttırıcı yönde bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Ekonomik gelişmişliğin en önemli göstergelerinden biri olan enerji tüketiminde sürekliliğin sağlanabilmesi için dışa bağımlılığı azaltmak veya ortadan kaldırmak, ülkeler için en önemli hedeflerden biri olmalıdır.

KAYNAKÇA

- Acaravcı, A., Erdoğan, S. & Akalın, G. (2015). The Electricity Consumption, Real Income, Trade Openness and Foreign Direct Investment: The Empirical Evidence From Turkey. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 5, 1050-1057.
- Akbaş, Y. & Şentürk, M. (2013). MENA Ülkelerinde Elektrik Tüketimi ile Ekonomik Büyüme Arasındaki Karşılıklı İlişkinin Analizi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 41, 45-67.
- Ali, S., Zhang, J., Azeem, A. & Mahmood, A. (2020). Impact of Electricity Consumption on Economic Growth: An Application of Vector Error Correction Model and Artificial Neural Networks, *Journal of Developing Areas, Tennessee State University, College of Business*, 54(4), 89-104.
- Ashgar, Z. (2008). Energy – GDP Relationship: A Causal Analysis for The Five Countries of South Asia. *Applied Econometrics and International Development*, 8(1), 167 – 180.
- Aydın, B. & Bozdağ, E. G. (2019). Elektrik Tüketimi ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Avrupa Birliği ve Türkiye Örneği, *Journal of Academic Value Studies*, 4(18), 70-80.
- Balcılar, M., Bekun, F.V. & Uzuner, G. (2019). Revisiting The Economic Growth and Electricity Consumption Nexus in Pakistan. *Environ Sci Pollut Res Int*. 26(12), 12158-12170.
- Bekun, F. V. & Agboola, M. O. (2019). Electricity Consumption and Economic Growth Nexus: Evidence From Maki Cointegration. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 30(1), 14-23.
- Breusch, T. & Pagan, A. R. (1980). The Lagrange Multiplier Test and Its Applications to Model Specification Tests In Econometrics. *Review of Economic Studies*. Vol. 47, 239-253.
- Dey, S. R. & Tareque, M. (2020). Electricity Consumption and GDP Nexus in Bangladesh: A Time Series Investigation. *Journal Of Business and Economic Studies*, 27(1), 35-48.

- Dhungel, K. R. (2017). Linkages Between Electricity Consumption and Economic Growth: Evidences From South Asian Economies. *Hydro Nepal: Journal of Water, Energy and Environment*, 20, 18-22.
- Dumitrescu, E. I. & Hurlin, C. (2012). Testing For Granger Non-Causality in Heterogeneous Panels. *Economic Modelling*, 29(4), 1450-1460.
- Ehigiamusoe, K. U. & Babalola, S. J. (2021). Electricity Consumption, Trade Openness and Economic Growth in Developing Countries: A Disaggregated Approach. *The Singapore Economic Review*.
- Esen, Ö. & Bayrak, M. (2017). Does More Energy Consumption Support Economic Growth in Net Energy-Importing Countries?. *Journal Of Economics, Finance and Administrative Science*, 22(42), 75-98.
- Faisal, F., Tursoy, T., Reşatoğlu, N. G. & Berk, N. (2018). Electricity Consumption, Economic Growth, Urbanization and Trade Nexus: Empirical Evidence From Iceland. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 31, 664-680.
- Kar, M., Ağır, H. & Türkmen, S. (2019). Seçilmiş Gelişmekte Olan Ülkelerde Elektrik Tüketiminin Ekonomik Büyüme Etkisinin Panel Ekonometrik Analizi. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 5(3), 37-48.
- Karakaş, E. (2014). OECD ve OECD Dışı Ülkelerde Elektrik Tüketimi, Nüfus ve Gelir İlişkisi: 1990-2011 Dönemi İçin Bir Panel Veri Analizi. *Turkish Studies – International Periodical for The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9(2), 845-853.
- Kasperowicz, R. (2014). Electricity Consumption and Economic Growth: Evidence From Poland, *Journal of International Studies*, 7(1), 46-57.
- Khan, S., Jam, F. A., Shahbaz, M. & Mamun, M. A. (2018). Electricity Consumption, Economic Growth and Trade Openness in Kazakhstan: Evidence from Cointegration and Causality. *OPEC Energy Review*, 42(5), 224-243.
- Kim, Y. S. (2015). Electricity Consumption and Economic Development: Are Countries Converging To A Common Trend?. *Energy Economics*, 49, 192-202.

- Koç, A., Yağlı, H., Koç, Y. & Uğurlu, İ. (2018). Dünya’da ve Türkiye’de Enerji Görünümünün Genel Değerlendirilmesi. *Mühendis ve Makina*, 59(692), 86-114.
- Masuduzzaman, M. (2012). Electricity Consumption and Economic Growth in Bangladesh: Co-İntegration and Causality Analysis. *Global Journal of Management and Business Research*, 12(11), 46-56.
- Mighri Z. & Ragoubi H. (2020). Electricity Consumption–Economic Growth Nexus: Evidence From Ardl Bound Testing Approach in The Tunisian Context. *Global Business Review*.
- Ohlan, R. (2018). The Relationship Between Electricity Consumption, Trade Openness and Economic Growth in India. *OPEC Energy Review*, 42(4), 331-354.
- Payne, J. E., Vizek, M. & Lee, J. (2017). Stochastic Convergence in Per Capita Fossil Fuel Consumption in U. S. States. *Energy Economies*, 1-36.
- Pesaran, M. H. (2004). General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels. *Cambridge Working Papers in Economics*. 1-39.
- Pesaran, M. H. (2006). Estimation and Inference in Large Heterogeneous Panels with A Multifactor Error Structure. *Econometrica*. 74(4), 967-1012.
- Pesaran, M. H. (2007). A Simple Panel Unit Root Test in The Presence Of Cross – Section Dependence. *Journal of Applied Econometrics*. Vol. 22, 265-312.
- Pesaran, M. H. & Yamagata, T. (2008). Testing Slope Homogeneity in Large Panel. *Journal Of Econometrics*, 142, 50-93.
- Rosenberg, N. (1998). The Role of Electricity in Industrial Development. *The Energy Journal*, 19(2), 7-24.
- Rufael, Y. W. (2006). Electricity Consumption and Economic Growth: A Time Series Experience for 17 African Countries. *Energy Policy*, 34(10), 1106-1114.
- Sarwar, S., Chen, W. & Waheed, R. (2017). Electricity Consumption, Oil Price and Economic Growth: Global Perspective. *Renewable and Sustainable Energy Review*, 76, 9-18.

- Stern, D. I., Burke, P. J. & Bruns, S. B. (2017). The Impact of Electricity on Economic Development: A Macroeconomic Perspective. *Energy and Economic Growth*, 1(1), 1-42.
- Syzdykova, A. (2018). Orta Asya Ülkelerinde Enerji Tüketimi ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Panel Veri Analizi. *AKÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 20(1), 87-99.
- Szajt, M., Kuceba, R., Zawada, M. & Kowalik, J. (2018). Electricity Consumption and Associated Risks in European Countries – Convergence Analysis. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 164, 1-6.
- Tang, C. F. & Tan, E. C. (2013). Exploring The Nexus of Electricity Consumption, Economic Growth, Energy Prices and Technology Innovation in Malaysia. *Applied Energy*, 104, 297-305.
- Türkmen, S. , Özbek, S. & Karakuş, M. (2018). Türkiye’de Elektrik Tüketimi ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Ampirik Bir Analiz. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (2) , 129-142.
- Yoo, S. H. (2005). Electricity Consumption and Economic Growth: Evidence from Korea. *Energy Policy*, 33(12), 1627-1632.
- Westerlund, J. (2006). Testing for Panel Cointegration with Multiple Structural Breaks. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*. 68(1), 101-132.

BÖLÜM 8

TÜRKİYE VE TRC 2 BÖLGESİNDE İŞGÜCÜ PİYASASININ GENEL YAPISI İÇERİSİNDE KAYIT DIŞI İSTİHDAM GERÇEĞİNE BİR BAKIŞ

Arş. Gör. Dr. Çiğdem ÇADIRCI¹

¹ Harran Üniversitesi, İ.İ.B.F, İktisat Bölümü, Şanlıurfa, Türkiye
cigdemcadirci@harran.edu.tr, 0000-0003-1602-3103

GİRİŞ

Kayıt dışı ekonomi kavramı gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ekonomiyi yakından ilgilendiren ve önem taşıyan sorunlardan biri olarak kabul edilmektedir. Kayıt dışı ekonominin istihdam boyutunu kayıt dışı istihdam oluşturmaktadır. Kayıt dışı ekonominin varlığını koruduğu ülkelerde istihdamın yapısının da kayıt dışılığa yönelmesi ve bu sorunun süreklilik kazanması sonucunda ülkelerin işgücü piyasalarında önemli sorunlar oluştuğu görülmektedir. Bu yönüyle bu iki kavramın yakın ilişki içerisinde olduğunu ve beraber değerlendirilmesi gerektiğini kabul etmek gerekmektedir.

Kayıt dışı istihdamın boyutu ülkeler de sosyal ve ekonomik gelişmişlik seviyelerine göre farklılıklar göstermektedir. Ülkelerde boyutları farklı olarak görülse de bu sorunun temel nedenleri arasında işsizlik oranlarının yüksekliği, yüksek enflasyon, kırsal alandan kente göç gibi unsurlar bulunmaktadır (Yanici Erdal, 2019: 227). Bu nedenlere dayanarak varlığını korumaya devam eden bu olgunun ekonomik ve sosyal alanlar üzerinde önemli olumlu ve olumsuz etkileri bulunmaktadır. Kısa dönemde bireylerin refah seviyelerini yükseltme gibi olumlu etkisi görülebilirken uzun dönemde ekonomiler ve bireyler üzerinde önemli olumsuz etkileri görülebilmektedir. Bu olumsuz etkilerin bireyler açısından sosyal haklarından mahrum kalması, ekonomiler açısından ise vergi gelirleri üzerinde önemli oranda kayıpları olması gibi sorunlar oluşturduğu söylenebilir. Bu sorunları çözmek ve işgücü piyasaları üzerindeki olumsuz etkilerin ortadan kaldırılması amacıyla ülkeler birtakım önlemler almaktadır.

Türkiye’de 2014 yılında İBBS sınıflandırılmasına göre 12 tane Düzey 1, 26 tane Düzey 2 ve 81 tane Düzey 3 NUTS bölgesi tanımlanmıştır. Şanlıurfa- Diyarbakır ili Güneydoğu Anadolu Bölgesi Düzey 1 ve TRC 2 Düzey 2 sınıflandırılmasında yer almaktadır. Düzey 2 içinde olan bölgeler Avrupa Birliği’nden yardım alma bakımından en fazla yararlanabilecek birimlerden oluşmaktadır. Bu nedenle bu birimlerin oluşturulma aşamasında sorunları ortak, coğrafi ve kültürel olarak birbirine yakın bölgelerin belirlenmesi esas alınmıştır (Taş, 2006: 195).

Ülkelerde kayıt dışı istihdamın değerlendirilmesinde işgücü piyasasının genel görünümü önemlilik arz etmektedir. Türkiye ve TRC 2 genelinde kayıt dışı istihdamın durum analizinin yapılması amaçlanan çalışmada öncelikle kayıt dışı istihdam ve çalışma biçimleri kavramsal açıdan incelenmiştir. İkinci bölümde Türkiye’de işgücü piyasası, istihdamın genel yapısı ve TRC 2 Düzey 2 bölgesinin (Şanlıurfa-Diyarbakır) işgücü piyasası, istihdamın yapısı veriler doğrultusunda ele alınarak, Türkiye ile TRC 2 Bölgesinde kayıt dışı istihdam durumunun incelenmesi, karşılaştırma yapılması ve çözüm önerileri sunulması amaçlanmıştır.

1.KAYIT DIŞI İSTİHDAM KAVRAMI

Castells ve Alejandro (1989) ekonomik alanda yapılan faaliyetleri kayıtlı, kayıt dışı ve illegal faaliyetler şeklinde ayırma tabi tutmuştur. İlegal olarak nitelendirdikleri faaliyetleri kayıt dışı gerçekleşen faaliyetlerden ayrı şekilde değerlendirilmesi gerektiğini ancak bu üç ekonomik faaliyetin birbirleri arasında sermaye, rekabet, teknoloji, yeni

gelir fırsatları, malların ve hizmetlerin sunumu gibi unsurların değerlendirilerek tanımlanması gerektiğini ifade etmiştir.

Ekonomik faaliyet olarak değerlendirilen kayıt dışı ekonomi kavramı günümüzde hem gelişmekte olan ülkelerde hem de gelişmiş ülke ekonomilerin önemli sorunlarından birisini oluşturmaktadır. Kayıt dışı ekonomi ve bu olgunun beraberinde getirdiği sorunların zaman içerisinde varlığını koruyarak kalıcı bir yapıya dönüşmesi bu kavramın araştırılması ve incelenmesi gerekliliğini ortaya koymuştur.

Kayıt dışı ekonomi ve kayıt dışı istihdam kavramı birbirleri ile yakın ilişki içerisinde olan kavramlardır. Kayıt dışı ekonomi istatistik yöntemleri ile tahmini mümkün olmayan ve GSMH hesaplarını elde ederken kullanılmayan, yasalar veya yasalar çerçevesinde elde edilen bilgilerin ilgili olan kurum ve kuruluşlara bilgisi verilmeyen ve kamu lehine gelir tahakkuku meydana getiren ekonomik ve mali faaliyetlerin tümü olarak ifade edilmektedir (Yereli ve Karadeniz, 2004: 6). Kayıt dışı ekonomi içerisinde yer alan istihdam da kayıt dışı ekonominin istihdam boyutunu oluşturmaktadır. Aslında kayıt dışı ekonomi ve kayıt dışı istihdam nitelikleri birbirlerine benzer olsa da bu faaliyetlerin boyutları faaliyetin yasalar karşısındaki konumu, kavramların genişliği gibi açılardan farklılık göstermektedir (Güloğlu, Korkmaz ve Kip, 2003: 54).

Kayıt dışı istihdam kavramı ilk olarak 1970 yılında Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO)'nun Kenya Raporunda “enformel sektör” olarak Keith Hart tarafından kullanılmıştır (Güloğlu, 2005: 2). Bu kavram

araştırmacılar tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Kayıt dışı istihdam kavramı resmi makamların bilgileri olmadan işçilerin istihdam edilmesi olarak tanımlanmaktadır (Altuğ, 1999: 11). Bir başka tanıma göre devletin egemenlik alanı dışında kalan istihdam olarak ifade edilmektedir (Güloğlu, Korkmaz ve Kip, 2003: 52). Bir başka tanıma göre ise bu kavram çalışan bireylerin yasal olarak çalışma standartlarına sahip olmaması -asgari yaş sınırı, asgari ücret hakkı, fazla mesai ücreti gibi unsurlar gözardı edilerek sosyal güvenlik primlerinin ve ödenmesi gereken vergilerin eksik olarak ödendiği ya da hiç ödenmediği istihdam türü olarak tanımlanmaktadır (İlgin, 1995:39). Bu tanımlar doğrultusunda bu kavramın bireyleri ve devleti ilgilendiren iki yönü olduğu dikkat çekmektedir. Birinci yönü devletin bilgisi dışında ve kayıtları altında bulunmaması, ikinci yönü ise kayıt dışı istihdam edilen bireylerin yasal hak kayıpları olduğudur.

1.1. Kayıt Dışı Çalışmanın Özellikleri

Kayıt dışı istihdamın temel özellikleri incelendiğinde; (Güloğlu, Korkmaz ve Kip, 2003: 52)

- ✓ Küçük işletmelerde kayıt dışı istihdamın yoğunluğu,
- ✓ Bu sektöre girişin kolaylığı,
- ✓ Kişisel sermaye ile işletme kurmanın kolay olması, -kırsal kesimden kente taşınırken getirilen sermayenin işletme kuruluş sermayesi olarak yeterli olduğu görülmektedir.

- ✓ Bu işletmelerin genellikle aile işgücünden oluşması, -bu nedenle esnek çalışma ve yasalara karşı savunmaya daha elverişlidir.
- ✓ Eğitim ve vasıf olarak işgücünün düzeyinin düşük olması, - özellikle emek piyasasına ilk defa katılanlar arasında yaygındır.
- ✓ Kayıt dışı çalışmaya kadın işgücünün daha eğilimli olması gibi, özelliklere sahip olduğu görülmektedir.

2.TÜRKİYE VE TRC2 BÖLGESİ İŞGÜCÜ PİYASASININ GENEL GÖRÜNÜMÜ

Ülkelerin makroekonomik performanslarının değerlendirilmesinde işgücü piyasası önemli bir gösterge olarak kabul edilmektedir. Tablo 1’de Türkiye’de 2014-2021 dönemi 15 yaş ve daha yukarı yaştaki nüfus ve işgücü piyasası verileri verilmektedir. Tablo’ da 15 yaş ve daha yukarı yaştaki nüfusun 2014 yılında 57 milyon 326 milyon olduğu, 2021 yılında 63 milyon 580 bin olduğu ve yıllar itibariyle yükseldiği dikkat çekmektedir. İşgücüne katılma oranı üretim yapan nüfusun çalışma çağına gelmiş nüfusa oranını ifade etmektedir. 2014 yılında %50,2 olan işgücüne katılma oranı izleyen yıllar itibariyle inişli çıkışlı bir seyire sahip olsa da 2021 yılında %50,7 olduğu görülmektedir. Türkiye’de çalışma çağı ve gücüne sahip bireylerin farklı nedenlerden dolayı çalışmaması işgünü katılım oranlarının düşük olması ile sonuçlanmakta ve yapısal sorunları da beraberinde getirmektedir.

Tablo 1: Türkiye’de İşgücü Piyasası (2014-2021)

Yıllar	15 Yaş ve Daha Yukarı Yaşta Nüfus (Bin Kişi)	İşgücü (Bin Kişi)	İşgücüne Katılma Oranı (%)	İşsiz (Bin Kişi)	İstihdam (Bin Kişi)	İstihdam Oranı (%)
2014	57.326	28.787	50,2	3.083	25.703	44,8
2015	58.214	29.741	51,1	3.130	26.610	45,7
2016	59.068	30.701	52,0	3.706	26.995	45,7
2017	60.222	31.710	52,7	3.258	28.452	47,2
2018	60.654	31.710	52,1	3.537	28.452	47,4
2019	61.839	32.432	52,4	4.301	28.131	45,5
2020	63.038	30.794	48,8	4.061	26.612	42,6
2021	63.580	32.243	50,7	3.975	28.448	44,7

Kaynak: TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu. <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/09/Isgucu-Piyasasindaki-GelismelerinMakro-Analizi-2021-II.pdf>

Tablo 1’de dikkat çeken bir diğer nokta istihdam oranları ve işgücüne katılma oranları arasında görülen eşanlı değişimdir. İşgücüne katılma oranları düştüğünde istihdam oranları azalmakta, işgücüne katılma oranları arttığında ise istihdam oranları artmaktadır.

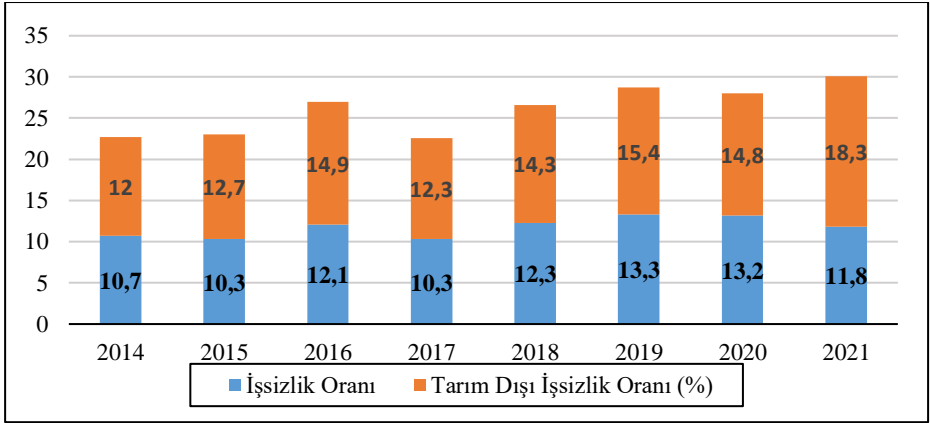
Tablo 2’de TRC 2 (Şanlıurfa-Diyarbakır) bölgesi işgücü piyasası verileri verilmiştir.

Tablo 2: TRC2 (Şanlıurfa-Diyarbakır) Bölgesi İşgücü Piyasası (2014- 2020)

Yıllar	15 Yaş ve Daha Yukarı Yaşta Nüfus (Bin Kişi)	İşgücü (Bin Kişi)	İşgücüne Katılma Oranı (%)	İşsiz (Bin Kişi)	İstihdam (Bin Kişi)	İstihdam Oranı (%)
2014	2.088	884	42,3	153	730	35,0
2015	2.175	951	43,7	166	784	36,1
2016	2.260	1.021	45,2	175	846	37,4
2017	2.316	1.113	48,1	154	959	41,4
2018	2.315	1.106	47,8	206	900	38,9
2019	2.365	1.100	46,5	257	843	35,7
2020	2.396	921	38,4	185	736	30,7

Kaynak: TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu.

TRC 2 (Diyarbakır-Şanlıurfa) bölgesi istihdam oranları incelendiğinde 2015 yılında %36,1 olan istihdam oranının 2017 yılında %41,4'e yükseldiği görülmektedir. Fakat Covid 19 pandemisinin dünya ülkelerine hızla yayıldığı ve neredeyse tüm dünya ülkelerinde görülmeye başlamasıyla yükseliş eğilimine sahip olan istihdam oranlarının düşüş eğilimine girdiği Tablo' da görülmektedir. İşgücüne katılma oranları ve istihdam oranları tıpkı Türkiye işgücü piyasasında olduğu gibi eşanlı değişim göstermektedir

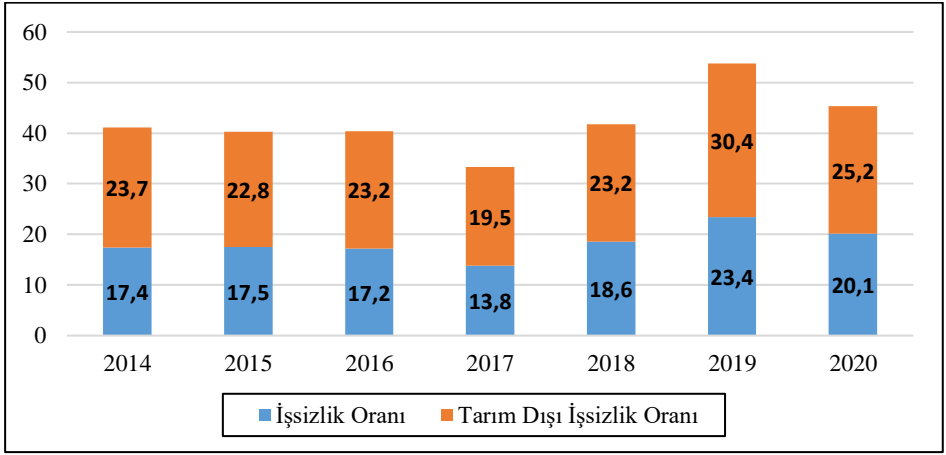


Şekil 1: Türkiye'de İşsizlik (2004-2021) (%)

Kaynak: TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu.

Şekil 1'de Türkiye'de işsizlik oranları ve Şekil 2'de TRC 2 Bölgesinde işsizlik oranları verilmektedir. Türkiye ve TRC 2 bölgesi değerlendirildiğinde işsizlik sorununun olduğu ve bu sorunun yıllar itibariyle çözülmediği görülmektedir. Şekil 1'de Türkiye'de 2014 yılında %10,7 olan işsizlik oranının, işgücü piyasası üzerinde etkisi olan Covid 19 pandemisi nedeniyle 2020 yılında %13,2'a yükseldiği

görülmektedir. Şekilde dikkat çeken diğer bir nokta ise tarım işçileri, evde çalışanlar ve kamu görevlerinin çıkarılmasıyla hesaplanan tarım dışı işsizlik oranının yüksek oranlarıdır. Türkiye’de 2014 yılında tarım dışı işsizlik oranı %12, 2021 yılında ise %18,3 olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılında tarım dışı işsizlik oranları üzerinde Covid 19 pandemisinin etkisi görülmüş %13,2 oranına yükselmiştir.



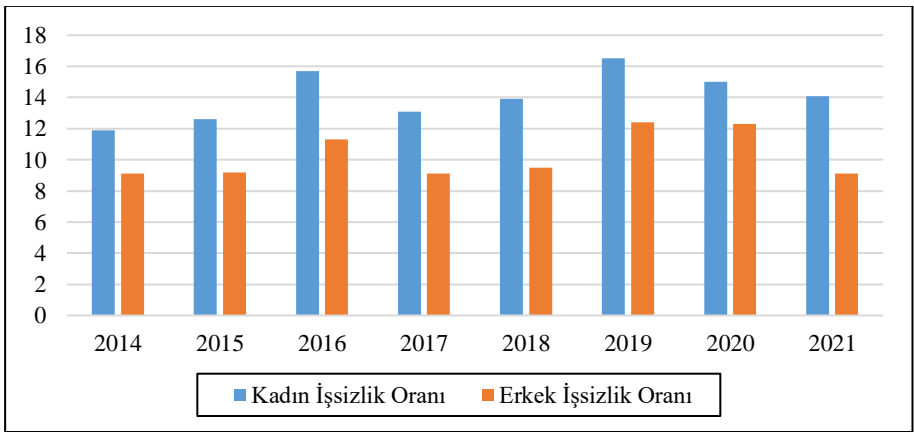
Şekil 2: TRC 2 Bölgesinde (Şanlıurfa-Diyarbakır) İşsizlik (%)

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır

Şekil 2’de TRC 2 bölgesi değerlendirildiğinde işsizlik oranlarının çok yüksek olduğu görülmektedir. Yüksek işsizlik oranına sahip olan bölgede diğer bir sorun tarım dışı işsizlik oranlarının yüksekliğidir. 2014 yılında %23,7 olan tarım dışı işsizlik oranı 2019 yılında %30,4 ile en yüksek orana ulaşmıştır. Aslında Şekil’de dikkat çeken bir diğer nokta Türkiye geneli işsizlik oranı ile kıyaslandığında bölgenin işsizlik oranlarının yüksek değerlere sahip olduğu ve yıllar itibariyle inişli

çıkışlı bir seyre sahip olsa da süreklilik kazanan bir sorun haline geldiğidir.

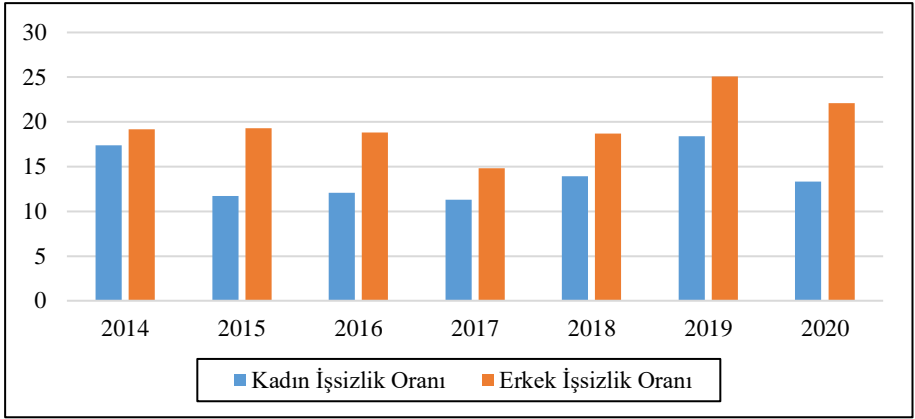
Bir ülkenin demografik yapısını çözümleyebilmek, işgücü piyasasını değerlendirmek için işgücünün cinsiyete göre ayrımı önemli bir unsurdur. Şekil 3'te Türkiye'de kadın ve erkek işsizlik oranları ve Şekil 4'te TRC 2 Bölgesinde kadın ve erkek işsizlik oranları verilmektedir. Şekil 3'te Türkiye'de cinsiyete göre işsizlik oranları incelendiğinde kadınlarda işsizlik oranları ile erkeklerde işsizlik oranlarının eşanlı bir seyir izlediği görülmektedir. 2014 yılında kadın işsizlik oranları %11,9 erkek işsizlik oranının %9,1 olduğu görülmektedir. 2021 yılında kadınlarda işsizlik oranının %14,1 erkek işsizlik oranının %9,1 olduğu görülmektedir. 2014 yılından günümüze kadar gelen süreç içerisinde kadınlarda işsizlik sorununun çözülemediği ve dikkat çeken yüksek oranlara sahip olduğu görülmektedir. Bu açıdan Türkiye'de kadınların çalışma hayatına katılımın sağlanması önemli görülmeli, gerekli önlem ve uygulamaların yapılması gerekli görülmelidir.



Şekil 3: Türkiye'de Cinsiyete Göre İşsizlik (2014-2021) (%)

Kaynak: TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu.

TRC 2 Bölgesinde cinsiyete göre işsizlik değerlendirildiğinde Şekil 3’te Türkiye’de kadın işsizlik oranlarının erkek işsizlik oranlarına göre yüksek olma durumu Şekil 4’te görülememiştir. TRC 2 Bölgesinde erkek işsizlik oranının kadın işsizlik oranlarına göre daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Şekil’ de dikkat çeken başka bir nokta ise Covid 19 hastalığının neredeyse tüm ülkelere yayılmaya başladığı ve pandemi halini aldığı 2020 yılında TRC 2 Bölgesinde kadın ve erkek işsizlik oranlarının düşmesidir. Türkiye İstatistik Kurumu’na göre işsizlik kavramının tanımı belirtilen dönem içerisinde istihdamda olmayan bireylerin iş aramak için üç ay içerisinde ilgili kanallardan herhangi birini kullanarak iş başvurusu yapması ve 2 hafta içerisinde işbaşı yapabilecek bireyler olarak ifade edilmektedir. Ancak 2014 yılında bu tanım içerisinde olan son üç ay ibaresi yerine son dört hafta içerisinde iş arama kanallarına başvuru yapılması şartı getirilmiştir (TUİK, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-Eylul-2020-33793>). Pandemi döneminde TRC 2 Bölgesinde işsizlik oranlarında bu düşmenin nedeni olarak yeni tanıma göre üç ay ibaresinin dört haftalık süreç olarak belirlenmesi görülebilir. Fakat özellikle pandemi sürecinde meydana gelen kısıtlamalar belirli iş kanallarına başvurularda özellikle kadınlar üzerinde daha fazla etkili olduğu söylenebilir. Hem Türkiye genelinde hem de TRC 2 Bölgesinde uygulanan sokağa çıkma yasakları, eğitimin online olarak devam etmesi ile çocukların evde olması gibi etkenlerin kadınların ev iş yükünü arttırdığı ve iş arama kanallarına iş başvuru yapmaları üzerinde önemli engeller oluşturduğu söylenebilir.



Şekil 4: TRC 2 Bölgesinde (Şanlıurfa-Diyarbakır) Cinsiyete Göre İşsizlik (2014-2020) (%)

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK).

Tablo 3'te Türkiye ve Tablo 4'te ise TRC 2 bölgesi için istihdamın sektörlere göre dağılımı verilmektedir. Pandeminin etkisiyle Türkiye'de birtakım önlemler alınmıştır. Covid 19 Pandemisinin de alınan önlemler ve pandemi etkisiyle görülen ekonomik daralma bazı sektörlerde etkisini hızlıca göstermiştir. Ekonomik daralmanın en hızlı etkisini gösterdiği sektörün tarım sektörü olduğu Tablo' da görülmektedir.

Tablo 3: Türkiye'de İstihdamın Sektörlere Göre Dağılımı (2014-2021) (%)

Yıllar	Tarım	Sanayi	Hizmetler	İnşaat
2014	21,1	20,5	51,0	7,4
2015	20,6	20,0	52,2	7,2
2016	19,5	19,5	53,7	7,3
2017	19,4	19,1	54,2	7,4
2018	18,4	19,7	54,9	6,9
2019	18,2	19,8	56,5	5,5
2020	17,6	20,5	56,2	5,7
2021	17,0	21,9	54,9	6,2

Kaynak: TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu.

Türkiye’de bulunan ekilebilir tarım arazilerinin %7,3 TRC 2 Bölgesinde (Şanlıurfa-Diyarbakır) bulunmaktadır. Diyarbakır’da bulunan arazilerin %60,2 si, Şanlıurfa ilinde ise bulunan arazilerin %58,8’i tarım arazilerinden oluşmaktadır (Bölge Planı, 2014:8). Tarım arazilerinin yoğun olarak bulunduğu TRC 2 Bölgesinde istihdamın sektörlere göre dağılımı incelendiğinde istihdamın en yoğun olarak 2020 yılında %47,6 oranıyla hizmetler sektörüne ait olduğu görülmektedir. İkinci sırada ise Türkiye genelinde ekilebilir arazinin %7,3’üne sahip olan TRC 2 bölgesinin tarım alanında istihdamın 2020 yılında %37,8 olduğu görülmektedir. Sanayi sektöründe istihdamın genel yapısı değerlendirildiğinde ise diğer sektörler göre düşük oranları dikkat çekmektedir. 2020 yılında %16,6 istihdam oranı ile diğer sektörlerin gerisinde kaldığı görülmektedir.

Tablo 4: TRC 2’de İstihdamın Sektörlere Göre Dağılımı (2004-2021) (%)

Yıllar	Tarım	Sanayi	Hizmetler
2014	39,1	19,9	41,1
2015	36,1	19,9	44,1
2016	35,3	18,8	45,7
2017	37,4	17,2	45,5
2018	36,2	16,8	46,1
2019	35,5	15,5	47,0
2020	37,8	16,6	47,6

Kaynak: TRC 2 (Diyarbakır-Şanlıurfa) Bölgesi İşgücü Piyasası Raporu, (2018).

Türkiye ve TRC 2 Bölgesi sektörler göre istihdamın dağılımı kıyaslandığında TRC 2 Bölgesinin sanayi ve hizmetler sektöründe Türkiye geneli sanayi ve hizmetler sektörünün çok gerisinde kaldığı görülmektedir. Ancak tarım sektörü için durum aynı değildir. TRC 2

Bölgesinde 2020 yılında %37,8 olan tarım sektöründe istihdamın, Türkiye genelinde %17 olduğu görülmektedir. Bu durum bölgenin temel sektörünün tarım sektörü olması ile sonuçlanması ve kalkınmanın tarım sektörü lokomotif görevi görerek sağlanmaya çalışılması gerektiğini göstermektedir.

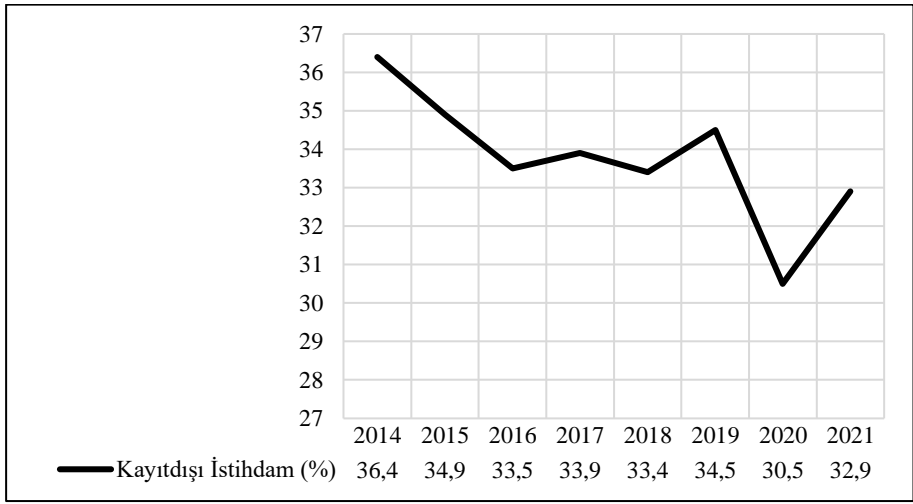
5. TÜRKİYE VE TRC2 BÖLGESİNDE KAYIT DIŞI İSTİHDAM GERÇEĞİ

Türkiye genelinde gerçekleşen ekonomik faaliyetlerin büyük bir kısmının kayıt dışı olarak yapıldığı bir başka ifade ile kayıt altına alınmadan yapıldığı bilinmektedir. Ancak kayıt dışı yapılan faaliyetlerin Türkiye ekonomisi içerisindeki payının ölçülmesi amacıyla yapılan çalışmaların farklı sonuçlara sahip olması nedeniyle boyutları konusunda ortak bir görüş bulunmadığı görülmektedir. Bu nedenle Türkiye ekonomisi içerisinde kayıt dışı istihdamın payının değerlendirilmesinde Türkiye İstatistik Kurumu'nun yapmış olduğu Hane Halkı İşgücü Anketleri ve Sosyal Güvenlik Kurumu kayıtları önemli verileri oluşturmaktadır.

Şekil 5'te Türkiye'de 2004-2021 yıllarını kapsayan dönem için kayıt dışı istihdam verileri verilmektedir. 2014 Yılı Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre Türkiye genelinde kayıt dışı istihdam oranının %36,4 olduğu görülmektedir. Bu dönemde kayıt dışı istihdamla mücadele edebilmek için hayata geçirilen önlem ve uygulamalar neticesinde 2019 yılında %34,5 oranına azaltıldığı dikkat çekmektedir. Ancak Şekil 5'te dikkat çeken bir diğer nokta Covid 19 pandemisinin

meydana geldiği yıl yani 2020 yılında %30,5 olarak gerçekleştiği ve düştüğüdür.

2020 yılında bu düşüşün sebebi olarak aslında devletin pandemi döneminde yaptığı yardımlardan yasal hakkı var olmayan kayıt dışı istihdam çalışanlarının yararlanamaması olarak görülebilir (Miraç, 2021: 359).



Şekil 5: Türkiye’de Kayıt dışı İstihdam (2004-2021) (%)

Kaynak: SGK, Sosyal Güvenlik Kurumu,

http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/calisan/kayitdisi_istihdam/kayitdisi_istihdam_oranlari

Türkiye’de sosyal güvenlik sisteminde sürdürülebilirliğin sağlanmasın da önemli bir engel olarak görülen kayıt dışı istihdamın varlığının önlenmesi amacıyla dönemler itibariyle kurumsal olarak tedbirler alındığı görülmektedir. Bu nedenle 2011 yılında Sigorta Primleri Hizmetleri Genel Müdürlüğü bünyesinde, Kayıt dışı İstihdam Daire Başkanlığı kurulmuştur (SGK, 2014). Bu başkanlığın temel

görevi; kayıt dışı var olan istihdamın önlenmesi için diğer kamu idareleri, bankalar, aracı kurumlar, oda, borsa, birlik ve meslek kuruluşları ile her türlü gerçek ve tüzel kişilerle sigortalılık ve işyeri denetimi, veri paylaşımı ve kontrolü gibi konularda işbirliğinin yapılması, projelerin oluşturulması, yapılan işbirlikleri ve projeleri geliştirmesi, kayıt dışı istihdamla mücadele için sektörel denetim programları oluşturulması hususları bulunmaktadır (<https://iskanunu.com/portal/wp-content/uploads/2015/12/kayit-disi-istihdam-ile-mucadele-genelgesi-yururlukte.pdf>).

Ayrıca Türkiye’de kayıt dışı istihdamın önlenmesi amacıyla önemli projeler yapılmaktadır. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı tarafından hazırlanan “Kayıt Dışı İstihdamla Mücadele” (KADİM) Projesi 04.10.2006 tarihinde Resmî Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. 2006/28 Sayılı Başbakanlık Genelgesinde bu projenin amaçları kayıt dışı istihdamı meydana getiren faktörlerin ve yabancı kaçak işçi istihdamına yol açan faktörlerin ortadan kaldırılması yolu ile kayıtlı istihdama geçişin sağlanması şeklinde belirtilmiştir. Projede denetim unsurunun etkin biçimde uygulanması, bilgilendirme ve bilinçlendirme faaliyetlerinin yapılması, mevzuatta değişiklik yapılması ve bürokratik engellerin ortadan kaldırılması şeklinde dört başlık çerçevesinde faaliyet sürdürüleceği belirtilmektedir. Bu faaliyetler neticesinde kayıt dışı çalışanların kayıtlı hale getirilmesi ile yabancı kaçak işçiliğinin en alt seviyeye düşürülmesi hedeflenmektedir (<https://resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/10/20061004-13-1.pdf>). Bu projeye ilaveten Sosyal Güvenlik Kurumu tarafından 25.05.2017

tarhinde Kayıtlı İstihdamın Desteklenmesi Projesi (KİDEP) uygulamaya geçilmiştir. Bu proje de çocuk işçiliğini önlemek, çalışma hayatında dezavantajlı grupların desteklenmesi, cinsiyet eşitsizliğini ortadan kaldırmak gibi amaçlara öncelik verilmiştir. Şekil 5'te KİDEP projesinin Türkiye genelinde uygulamaya geçilmesiyle 2017 yılında görülen kayıt dışı istihdam oranında görülen azalma eğilimi kayıt dışı istihdamın kayıtlı hale getirilmesi amacına sahip olan projelerin ne kadar önemli olduğunun bir göstergesi olmaktadır. TRC 2 Bölgesinin kayıt dışı istihdam oranlarını gösteren Şekil 6'da da kayıt dışı istihdam oranının azalma eğilimi de bu durumu desteklemektedir.

Tablo 5'te Türkiye'de sektörlere göre kayıt dışı istihdam oranları verilmektedir. Kayıt dışı istihdamın sektörlere göre dağılımı incelendiğinde kayıt dışı istihdamın tarım sektöründe yoğun olarak görüldüğü dikkat çekmektedir. 2014 yılında tarım sektöründe %82,2 olarak gerçekleşen kayıt dışı istihdam oranı izleyen yıllar itibariyle dalgalı bir seyir takip etse de 2021 yılında %83,4 olarak gerçekleşmiştir. İkinci sırada ise inşaat sektörü yer almaktadır. Bu sektörde de tarım sektöründe istihdamın kayıt dışı yapısının benzer bir durumu söz konusu olmuştur. İnşaat sektöründe kayıt dışı istihdam oranının 2014 yılında %36,6, 2019 yılında %37,7 ve 2020 yılında %34,7 olarak gerçekleştiği görülmektedir.

Tablo 5: Türkiye’de Sektörlere Kayıt Dışı İstihdam (2014- 2020) (%)

Yıllar	Tarım	Tarım Dışı	Sanayi	Hizmet	İnşaat
2014	82,2	22,3	20,2	21,0	36,6
2015	81,6	21,2	19,1	20,0	35,5
2016	82,0	21,7	20,2	20,3	35,7
2017	83,3	22,1	20,0	20,9	35,8
2018	82,7	22,2	20,2	21,4	34,3
2019	86,6	22,9	20,0	22,5	37,7
2020	83,4	19,3	16,6	18,7	34,7

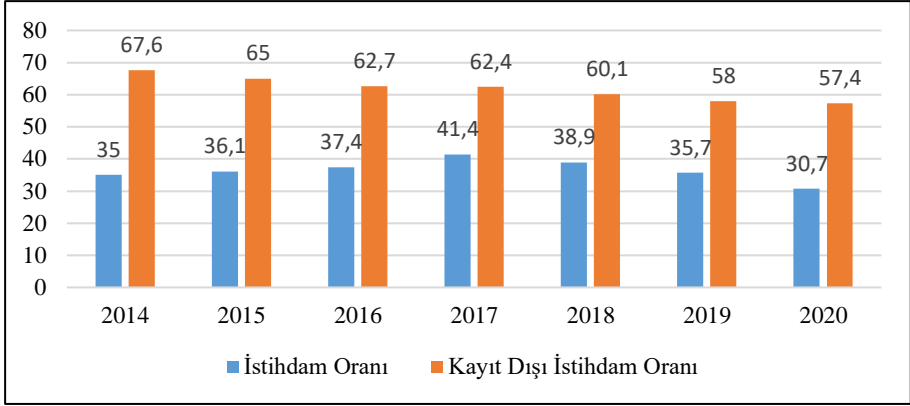
Kaynak: SGK, Sosyal Güvenlik Kurumu,

http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/calisan/kayitdisi_istihdam/kayitdisi_istihdam_oranlari

Aslında Türkiye’de kayıt dışı istihdam oranları ve bu istihdamın sektörlere göre dağılımı incelendiğinde, tarım sektörü hariç diğer sektörlerin düşme eğilimde olduğu görülmektedir. Bu düşmenin nedeni olarak bu dönemde küresel rekabetin azaltabilmesi amacıyla KOBİ'lere makine teçhizat alımının sağlanması için faizsiz ya da düşük faiz oranları ile kredi sağlanması, denetimlerin daha sık yapılması amacıyla iş müfettişi ile denetmen sayılarının artırılması, sigorta prim oranlarının düşürülmesi için teşvik yasaları çıkarılması, ortalama firma ölçeklerinde kısmen de olsa görülen büyümeler, eğitim seviyesinin artması görülebilir (Gürsel ve Durmaz, 2014: 9; Mahiroğulları, 2017: 52). Türkiye’de kayıt dışı istihdam oranlarında görülen bu düşme eğilimine rağmen kayıt dışı istihdam oranlarının yüksekliği; nüfus artış hızı, küreselleşme sürecinin sonuçlarından biri olan uluslararası alanlarda görülen "acımasız rekabet", 1984 yılından sonra kamunun sahip olduğu bazı işletmelerin özelleştirilmesi, yüksek işsizlik oranı,

toplam işletmelere oransal olarak 1-10 arasında işçi çalıştıran işletmelerin yüksekliği, iç göçler gibi unsurların etkili olduğu ifade edilebilir (Mahiroğulları, 2017:548). Aynı zamanda Türkiye’de, işgücü talebi ve iş gücü arzı eş zamanlı olarak etkili olmaktadır. İşgücü talebi yani işveren açısından incelendiğinde küresel pazarlarda oluşan fiyatlarla rekabet edebilmek için kayıt dışı işçi çalıştırılması yolu ile ürün maliyetini aşağı çekmeye zorlamış ve neticesinde işverenin kayıt dışı istihdama yönelmesinin nedenini oluşturmuştur. İşgücü arzı yani çalışan açısından bakıldığında ise kamu sektöründe istihdamın payının azalması ve kırsal yerleşim yerlerinden kente göç eden niteliksiz işgücünün işsiz kalmamak için düşük ücret düzeyinde çalışmayı kabul ederek, kayıt dışı çalışmasına neden olmuştur (Yanici Erdal, 2019: 233).

Şekil 6’da TRC 2 bölgesi için (Şanlıurfa-Diyarbakır) kayıt dışı istihdam oranları verilmektedir. Şekil incelendiğinde kayıt dışı istihdam oranının yıllar itibarıyla düşme eğiliminde olduğu görülmektedir. 2014 yılında bölgenin kayıt dışı istihdam oranı %67,6 2020 yılına gelindiğinde %57,4 olduğu görülmektedir. Bölgede neredeyse istihdam oranı kadar kayıt dışı istihdam oranı olduğu görülmektedir. Bu durumun TRC 2 bölgesinin ekonomik büyüme ve kalkınmasının sağlanmasında önemli bir sorun olduğu kabul edilmelidir.



Şekil 6: TRC 2 Bölgesinde (Şanlıurfa-Diyarbakır) Kayıt dışı İstihdam (2014-2020) (%)

Kaynak: SGK, Sosyal Güvenlik Kurumu.

Ayrıca Türkiye’ de meydana gelen göçler ve ekonomik daralma nedeniyle Suriye vatandaşları ve diğer ülke mültecilerinin daha ucuz emek olduğu için kayıt dışı istihdam edildiği görülmektedir. Kayıt dışı istihdam hesaplamalarının zor olmasının yanı sıra Suriye vatandaşları ve diğer ülke mültecilerinin çalışma izinlerinin olmaması, çalışma saatleri dışında çalıştırılmaları veya gizli çalıştırılmalarının denetimi ve teftişi zor olmaktadır. Bu nedenle yabancı kaçak işçilik olarak ifade edilen bu durum kayıt dışı istihdamı artıran bir sebep olarak kabul edilse de bu oranların tespiti genellikle yapılamamaktadır (Yanici Erdal, 2019: 242).

Sonuç ve Değerlendirme

Günümüzde kayıt dışı ekonomi gelişmekte olan ülkelerin yanı sıra gelişmiş ülkelerde de görülen önemli sorunlardan birisini oluşturmaktadır. Kayıt dışı ekonominin önemli bir bölümünü oluşturan

kayıt dışı istihdam sorununu ortaya çıkaran nedenler ve bu nedenlerin meydana getirdiği sonuçların çok boyutlu ve karmaşık olması nedeniyle ülkelerde bu sorunun önem kazandığı ve çözüm yollarının bulunması için belirli çalışmalar ve düzenlemeler yapıldığı görülmektedir.

Çalışmada Türkiye hem de TRC 2 Bölgesinde işgücü piyasası verileri incelendiğinde istihdam oranları ve işgücüne katılma oranları arasında eşanlı bir değişim görülmüştür. Türkiye’de işgücünün aktif olan nüfusa oranını ifade eden işgücüne katılım oranının arttığında, istihdam oranlarının da arttığı dikkat çeken bir unsur olmuştur. Bu durum TRC 2 Bölgesin de de görülmüştür. İstihdamın cinsiyete göre dağılımı değerlendirildiğinde Türkiye genelinde kadın işsizlik oranlarının erkek işsizlik oranlarına göre yüksekliği dikkat çekerken, TRC 2 Bölgesinde durum tam tersi olarak görülmüştür. Ayrıca işsizlik oranlarında hem Türkiye genelinde hem de TRC 2 Bölgesinde görülen yüksek oranlar işsizlik sorununun varlığını kanıtlamış ve önlem alınması gerekliliğini ön plana çıkarmıştır.

Çalışmada Türkiye ve TRC 2 Bölgesinde kayıt dışı istihdam oranlarının yüksek oranlara sahip olduğu görülmektedir. TRC 2 Bölgesi değerlendirildiğinde kayıt dışı istihdam oranlarının Türkiye genelinden daha yüksek oranlara sahip olduğu ve bölgenin temel sorunlarından birisi olarak kabul edilmesi gerekliliği ön plana çıkmıştır. Türkiye’de kayıt dışı istihdamın sektörlere göre dağılımı değerlendirildiğinde tarım sektörünün diğer sektörlere nazaran kayıt dışı istihdam yaratabilme gücü olduğu ve bu sektör üzerinde gerekli yapısal düzenlemelerin yapılması ve hayata geçirilen yapısal önlemlerin güçlendirilerek

sürdürülebilirliğinin sağlanması önemli bir durumu oluşturduğu dikkat çekmektedir. Aslında Türkiye’de tarım sektörünün yaygınlığı, işletmelerin geleneksel metodlarla üretim yapması ve sektörde aile üyesi bireylerin çalıştırılması bu sektörde kayıt dışı istihdamın yükselmesine neden olmaktadır. TRC 2 Bölgesinde ise istihdamın ve kayıt dışı istihdamın yapısında tarım sektörünün öncelikli alan olduğu görülmektedir. Günümüzde kalkınma yerel aktörler, bu aktörlerin davranışları ve bölgenin kendine has özellikleri çerçevesinde belirlenmektedir. Bu nedenle TRC 2 Bölgesinde tarım sektörünün lokomotif görevi görerek kalkınma ve büyüme stratejilerinin belirlenmesi önem taşıyan bir unsur olmaktadır. Tarım sektöründe kronik hale gelmiş sorunların çözüme kavuşturulması ve işgücü piyasası düzenlemelerinin gözden geçirilerek yeniden düzenlenmesi TRC 2 Bölgesinde kayıt dışı istihdam oranlarının azalmasında önemli katkılar sağlayacaktır. Sonuç itibariyle TRC 2 Bölgesinde Türkiye ortalamasının çok üzerinde görülen kayıt dışı istihdamın önlenmesi için bölgenin kendine has özellikleri ve yerel unsurları göz önüne alınarak bölgeye uygun politikaların geliştirilmesi önem taşımaktadır.

Türkiye ve TRC 2 genelinde işgücünün genel yapısı üzerinde olumsuz etkileri mevcut olan kayıt dışı istihdamın önlenmesinde kadınların işgücüne katılımını sağlayan, bireylerin eğitim düzeylerini arttıran, işsizlik oranların azaltılması yönünde politikalar öncelikli politikalar arasında yer almalıdır. Bu öncelikli politikaların uygulanabilirliği ve sürdürülebilirliğinin sağlanması da temel ekonomik sorunların çözülmesinde büyük katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Altuğ, O. (1999). Kayıt dışı ekonominin boyutları (1997). Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Sayı 15, 257-276.
- Castells, Manuel and Alejandro, Portes (1989), *World Underneath: The Origins, Dynamics, and Effects of the Informal Economy*, *The Informal Economy: Studies in Advanced and Less Developed Countries*, Johns Hopkins University Press, Baltimore-London.
- Güloğlu, T. (2005). The Reality of informal employment in Turkey. International Programs Visiting Fellow Working Papers, Cornell University, 1-35.
- Güloğlu, T., Korkmaz, A. ve Kip, M. (2003). Türkiye'de kayıtdışı istihdam gerçeğine bir bakış, Sayı 45. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iusskd/issue/919/10377>
- Gürsel, S. ve Durmaz, M. (2014). Kayıtdışı istihdam sekiz yılda azaldı, *Betam Araştırma Notu*, 14/ 171.
- Ilgın, Y. (1995). Kayıtdışı ekonomi ve Türkiye'deki boyutları, Yayınlanmamış DPT Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Mahiroğulları, A. (2017). Türkiye'de kayıtdışı istihdam ve önlemeye yönelik stratejiler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.22, S.2, s.547-565.
- Miraç, Y. (2021). Covid-19 pandemisinde kadınlarda kayıt dışı istihdam durumu. *Asya Studies*, 5(18), 355-368.
- SGK, Sosyal Güvenlik Kurumu,
http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/calisan/kayitdisi_istihdam/kayitdisi_istihdam_oranlari. Erişim Tarihi: 07.01.2022.
- Sosyal Güvenlik Kurumu Başkanlığı Sigorta Primleri Genel Müdürlüğü,
<https://iskanunu.com/portal/wp-content/uploads/2015/12/kayit-disi-istihdam-ile-mucadele-genelgesi-yururlukte.pdf>. Erişim Tarihi: 08.02.2022.
- T.C. Strateji ve Bütçe Başkanlığı, İşgücü piyasasındaki gelişmelerin makro analizi. <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/09/Isgucu-Piyasasindaki-GelismelerinMakro-Analizi-2021-II.pdf>

- Taş, B. (2006). AB uyum sürecinde Türkiye için yeni bir bölge kavramı: istatistiki bölge birimleri sınıflandırması (İBBS). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt. VIII, No.2,187-189.
- TRC 2 (Diyarbakır-Şanlıurfa) Bölgesi Bölge Planı (2014-2023). https://www.karacadag.gov.tr/Planlama/Dosya/XO3X23ED_trc2_2014_2023_bolge_plani.pdf_Erişim Tarihi: 02.01.2022.
- TRC 2 (Diyarbakır-Şanlıurfa) Bölgesi İşgücü Piyasası Raporu, (2018). https://www.karacadag.gov.tr/Dokuman/Dosya/www.karacadag.gov.tr_304_XF4V98JS_istihdam_ve_ismucu_piyasasi_raporu_mayis_2018.pdf. Erişim Tarihi: 02.01.2022.
- TUİK, Türkiye İstatistik Kurumu, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-Eylul-2020-33793>. Erişim Tarihi: 08.01.2022.
- Yanici Erdal, İ.Ö. (2019). Türkiye’ de kayıt dışı istihdam ve kayıt dışı istihdamla mücadele politikaları. Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yıl:8 Sayı:16, 225-246.
- Yereli, A.B. ve Karadeniz, O. (2004). Kayıtdışı istihdam, Ankara: Odak Yayınevi.
- Resmî Gazete, <https://resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/10/20061004-13-1.pdf>. Erişim Tarihi: 08.01.2022.

BÖLÜM 9

TÜRKİYE'DE KAMUSAL HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI: GELENEKSELDEN DİJİTALE

Dr. Öğr. Üyesi Gülseli Aygöl ERNEK ALAN¹

Dr. Öğr. Üyesi Hikmet TOSYALI²

¹ Maltepe Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, İstanbul, Türkiye, aygulalan@maltepe.edu.tr, ORCID No: 0000-0002-8522-0672

² Maltepe Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, İstanbul, Türkiye, tosyali.hikmet@gmail.com, ORCID No: 0000-0002-9639-5072

GİRİŞ

Halkla ilişkiler, sistemli bir şekilde kurum ve hedef kitle arasında doğru bilgi akışını sağlayan stratejik bir yönetim görevi yürütmektedir. Vatandaş olarak halkın, kamu kurumlarını anlamaya ve beklentilerini ifade etmeye yönelik talebi bulunmaktadır. Kamu kurumlarının da ihtiyaç duyulan talepleri anlamak ve bu doğrultuda halka sunduğu hizmeti doğru şekilde aktarmak üzere iletişim çalışmalarına ihtiyacı vardır. Bu kesişim noktası “kamusal halkla ilişkiler” kavramını ortaya çıkarmıştır. Türkiye’de halkla ilişkilerin tarihsel sürecine bakıldığında, ilk uygulamaların daha çok kamu sektöründe başladığı görülmektedir. Serbest piyasa ekonomisine geçişle birlikte ise rekabetin artması sonucunda özel sektörde de halkla ilişkiler uygulamaları yaygınlaşmaya başlamıştır.

Kamu yönetiminin, açık bir sistem olduğunu ve hem halkı etkileyip hem de halktan etkilendiğini belirten Aydın ve Taş (2016, s. 116), kamu yönetimi ile halkla ilişkilerin yakın ilişkisine dikkat çekmektedir. Kamu kurumları tarafından belirlenen politikalardan sonuç alınabilmesi, halkın bunları benimsemesine ve belirlenen politikalara ilişkin toplumsal uyumun sağlanabilmesine bağlıdır. Kamusal halkla ilişkilerin üstlendiği en önemli rollerden biri ise hiç şüphesiz eğitimden sağlığa, çalışma hayatından aileye kadar pek çok alanda kamu kurumlarınca belirlenen politikalar ve alınan kararlar hakkında halkta istenilen tutum ve davranış değişikliğinin sağlanmasıdır. Öte yandan kamu kurumlarının kapalı kapılar ardında, tek taraflı alacağı kararlar ise

katılımcı demokrasiye zarar vermektedir. Bu nedenle kamusal karar alma süreci, demokrasiler için oldukça önemlidir.

Yörük'e (2019: 84) göre bu süreç "aktif ve etkin bir kamusal hayatı ve buna bağlı bir yurttaşlık anlayışını" gerektirmektedir. Bahsedilen yurttaşlık anlayışının gelişmesi, kendilerini doğrudan etkileyen kamu politikalarının belirlenmesinde bireylerin söz sahibi olabilmelerine bağlıdır. Aksi takdirde demokratik tartışma ortamı bulamayan vatandaşların, ortak karar alamamaları ve ortak eyleme geçememeleri nedeniyle yönetim karşısında salt müşteriden ibaret bir topluluk olarak kalmaları kaçınılmaz olur (Barber'dan aktaran Yörük, 2019).

Bir başka deyişle, kamu kurumlarında yönetim ve halk arasında karşılıklı bir etkileşim ve bağlantılı olma durumu önemlidir. Çünkü birbirini tamamlayan bu iki unsur göz ardı edildiğinde katılımcı demokrasi ve vatandaşlık anlayışı zarar görmektedir. Halkla ilişkiler uygulamaları ise fonksiyonları itibarıyla yönetim ve halk arasında kurulması gerekli olan bu ilişkide önemli bir köprü rolü üstlenmektedir. Yalçındağ (1987: 57), iki yönlü yürütülmesi gereken bu ilişkiyi şöyle tanımlamaktadır:

"Kamu yönetiminde halkla ilişkiler, bir kamu kuruluşunun ilişkide bulunduğu toplum kesiminin güven ve desteğini sağlamak için giriştiği, iki yönlü iletişime dayalı, sonuçta kamuoyunda kuruluşun, kuruluşta da toplumun istediği yönde değişikliklerin gerçekleşmesine, böylece kuruluş ile çevresi arasında olabilecek en uygun ölçekte uyum ve denge sağlanmasına yönelik sistemli ve sürekli çabalarıdır."

Özdönmez ve diğerlerine göre (aktaran Boztepe Taşkiran, 2013: 58), kamu kurumlarının iletişim sürecinin sonunda ulaşmak istedikleri amaçlar arasında; izlenen politikaların halka benimsetilmesi ve olumlu tutumların yaratılması, halkın işlerinin kolaylaştırılması, halka aydınlatıcı bilgi verilmesi, halkla iş birliği sağlanması ve yasal düzenlemelerdeki aksaklıkların giderilmesinde halkın öneri ve şikayetlerinden yararlanılması yer almaktadır. Bu amaçlar bakımından kamusal halkla ilişkiler, karar alma sürecinde üst yönetim işlevini yerine getirmekte ve yönetim sürecinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır (Çakmak ve Kilci, 2011: 220). Teknolojik yenilikler ve dijitalleşmenin sağladığı olanaklar ise kurum ve halk arasında kurulması hedeflenen iki yönlü iletişimi ve yönetim sürecini elektronik ortama taşıyarak daha kolay ulaşılabilir ve etkileşimli hale getirmektedir.

Bu derleme çalışmada, kamusal halkla ilişkilerin Türkiye'deki gelişimi incelenmiştir. Kamu kurumlarının, vatandaşla olan ilişkilerini geliştirmek üzere geçmişten günümüze kadar hayata geçirdikleri geleneksel ve dijital uygulamalar ve bunların sonuçları kamusal halkla ilişkiler perspektifinde irdelenmiştir. Bu doğrultuda, öncelikle konuyla ilgili temel kavramlar ve tanımlar üzerinde durularak genel bir çerçeve oluşturulmuş, ardından Türkiye'de kamusal halkla ilişkilerin gelişmesine yönelik alınan kararlara ve hayata geçirilen uygulamalara ilişkin tarihsel süreç özetlenmiştir.

1. KAMUSAL HALKLA İLİŞKİLER

Toplumsal yaşamdaki hızlı değişimler kurumları da etkilemekte ve bu durum kurumların yeni yönetim anlayışları geliştirmelerine yol açmaktadır. Özellikle 90'lı yılların ortalarından itibaren kamu ve özel sektör yönetimlerinde “yönetişim” kavramı ortaya çıkmıştır (Şahin, 2019). Yönetişim kısaca, yöneten ve yönetilenler arasındaki keskin ayrımın ortadan kalkarak gücün toplumu oluşturan tüm katmanlarca paylaşılmasını yani birlikte yönetmeyi ifade etmektedir.

“Toplumun devletten beklediği hizmetlerin yerine getirilmesinde birinci rol kamu yönetimine düşmektedir. Kamu yönetimi bu yönleri ile hizmet sunduğu halk ile sürekli iç içedir. Bu iç içelik kamu yönetimi-halk ilişkilerinin iyi olmasını gerektirmektedir” (Aydın ve Taş, 2016: 120).

Kamusal iletişim, kamu politikasını etkilemek için devlet kurumları ve paydaş gruplarla kurumsal ilişkiler kuran ve sürdüren halkla ilişkilerin uzmanlaşmış kısmıdır (Broom ve Sha, 2013: 38). Daha önceleri kamuda yönetimin katı bürokratik yapısı, yönetim-halk arasında sürekli ve kolay iletişim kurulmasına izin vermemekteydi (Metin ve Altunok, 2002: 97). Yönetişim yaklaşımıyla birlikte ise kamu kurumları, hizmet verdikleri alanda yaptıkları çalışmaları halka anlatmak ve halkın kurum ve hizmetleri hakkındaki görüşlerini almak amacıyla çalışmalar yapmışlardır. Bu doğrultuda kamu kurumlarının halkla ilişkiler çabaları da önemini arttırmıştır (Doğan ve Göker, 2011: 238).

Kamu kurumlarının öncelikli amacı kamu yararı sağlamaktır. Hizmet verdikleri kamuların, bir başka ifadeyle hedef kitlenin beklentilerini karşılamak amacıyla oluşturacakları projeler ve hizmetler için strateji üretmek ve doğru şekilde yönetebilmek adına halkla ilişkilere ihtiyaçları bulunmaktadır. Kamu kurumlarındaki halkla ilişkiler çalışmaları hem bilgi aktarıcı hem de tepki ölçücü nitelikte olmalıdır. Başarılı bir iletişim için kurumlardaki politik veya ekonomik eksenli yönetim anlayışı yerine toplumsal amaçlı anlayışlar tercih edilmelidir (Metin ve Altunok, 2002, s. 98). Kamu kurumları gerek politikaların belirlenmesinde gerekse uygulanmasında halkla ilişkiler çalışmalarıyla hedef kitleleri ile etkileşimli iletişim kurmayı hedeflemelidirler (Summak, 2020: 22).

Halkla ilişkilerin önemli fonksiyonlarından biri de kamuoyu oluşturmaktır. Özellikle hedef kitlenin farklı yaşam biçimlerine sahip olması ve toplumun farklı kesimlerinin aynı sorunlara farklı tepkiler vermesi halkla ilişkilerin işini zorlaştırmaktadır. Bu durumda olumlu örnekler göz önüne serilmeli ve güvenilir kabul edilen kişiler aracılığıyla mesajlar sürekli tekrarlanarak hedef kitlenin konuya ilgi duyar hale gelmesine çalışılmalıdır. Kamuoyunu iyi tanımak halkla ilişkiler açısından büyük önem taşımaktadır. Kamuoyu, kişi davranışdır, ifadeye ve açıklamaya dayanır, birçok kişi için önemli olabilir ve diğerlerini etkileyebilir. Mekân ortaklığına ihtiyaç duymaz, iletişim esastır. Halkla ilişkiler kimi zaman kamuoyunda kanaat değiştirmeye çalışır ancak temel kanaatlere dokunmamaya özen gösterir (Kazancı, 2007: 62-63).

Halkla ilişkiler, Asna'nın (2006, s. 21) ifadesiyle kısaca “kamuoyunda takdir gören başarılı ve yararlı çalışmadır”. Kamusal halkla ilişkiler ise “ikna edici olmayı amaçlar” (Gelders ve Ihlen'den aktaran Boztepe Taşkiran, 2013: 53). Temelde halkla ilişkilerin amacı, kamuoyunu etkilemek ve ondan etkilenmektir. Halkla ilişkiler çalışmaları bazen kamuoyunu kanaat değiştirmeye, yeni kanaatler edinmeye iterken bazen de var olan görüşleri pekiştirmeye çalışmaktadır (Kazancı, 2007: 65).

Günümüzde kurumların çalışanlarıyla olan ilişkileri, kurumların başarısını ve hayatta kalma sürelerini etkileyen en önemli kriterlerin başında gelmektedir. Bu iletişim ise öncelikli olarak kuşkusuz halkla ilişkiler çabalarıyla sağlanmaktadır. Halkla ilişkiler uygulamacıları, sadece kurumun dış hedef kitleleriyle değil, kurum içi hedef kitleleriyle de etkili iletişimden sorumlu olarak çalışmalarını yürütmektedir (Çakmak ve Kilci, 2011: 220). Halkla ilişkiler, yönetimin içerik ve anlam değişikliği ile birlikte bugünkü kimliğini kazanmış ve siyasal, toplumsal, eğitsel içeriğe sahip olarak baştan sona planlı faaliyetleri içerecek şekilde gelişmiştir. Yönetimin halka açılması ve halktan etkilenerek kendine çeki düzen vermek için yaptığı planlı çalışmalar halkla ilişkileri yansıtmaktadır. Özetle, halkla ilişkiler iki yönlü ilişkiye dayalı bir iletişim ve değişim sürecidir. Halkla ilişkiler çalışmaları mutlaka gerçeklere dayanır ve uygulama ister. Bu uygulama hem tanıtımı yapılacak kuruluş hem de halkla ilişkiler birimi için gereklidir. Üst düzey yönetimin aldığı karara bağlı olarak kurumun halkla ilişkiler birimi bu yöndeki çalışmalarını yürütmektedir (Kazancı, 2007: 73-74).

Boztepe Taşkırın (2013: 43), kamu sektöründe yöneten ve yönetilen arasındaki iletişimin sağlanması amacıyla kamu kurumlarında halkla ilişkilere olan ihtiyacı ve gerekliliği vurgulamaktadır. Bu karşılıklı etkileşimin, halkla ilişkilerin süreklilik içeren stratejik yaklaşımından hareketle hem kurum hem de hizmet verdiği kamu adına nasıl yürütülmesi gerektiği her zaman tartışmaya değer bulunmuştur (Mert, 2016: 139). Bu tartışmalar doğrultusunda, kamu yönetiminde halkla ilişkilerin amaçları şu şekilde sıralanmaktadır (Mıhçıoğlu'ndan aktaran Summak, 2020: 18):

- Kamuoyunu aydınlatmak, örgütü ve onun izlediği hizmet politikalarını benimsetmek.
- Halkta yönetime karşı olumlu tutum oluşturmak.
- Halkın yönetimle olan ilişkilerinde işini kolaylaştırmak.
- Yerinde kararlar alabilmek için halktan bilgi sağlamak.
- Yasaklarla ilgili halkı aydınlatarak halkın yasalara uymasını sağlamak.
- Hizmetlerin görülmesinde halkın iş birliğini sağlamak.
- Yasalardaki ve yönetsel yöntemlerdeki aksaklıkların saptanması ve giderilmesinde halkın beklentilerinden, şikayetlerinden faydalanmak.

Kazancı'nın (2007: 26-27) da belirttiği gibi kamu kurumlarında ve işletmelerde, yönetimin bilme eksikliğini gidermek ve sorumluluğu halkla bölüşmek ve yapılan işleri halka ya da tüketiciye anlatmakla görevli yönetim sürecini halkla ilişkiler yürütmektedir. Bu görevi

itibarıyla halkla ilişkiler aynı zamanda yönetimin çevre ile uyum noktalarını ortaya çıkararak hata yapılmasını belirli ölçüde azaltan bir yönetim fonksiyonu üstlenmektedir.

Kamu kurumlarında elbette halka hizmet hedeftir. Ancak bu durum en etkili şekilde demokratik ve modern toplumlarda kendini gerçekleştirebilir. Halkla ilişkiler, stratejik bir yönetim görevi üstlenerek kurum çalışanları ile kurumun hizmet verdiği kamuları arasındaki iletişimin sağlıklı ve doğru şekilde yönetilmesini amaçlamaktadır. Kurumlar, kullanılan kitle iletişim araçlarıyla etkileşimli çalışmalar yapmayı önemsemektedirler.

Kamu yönetiminde halkla ilişkiler, kurumun çalışmaları ile ilgili hizmet ettiği kamunun onaylamasını amaçlayan çalışmaların yanı sıra onlarla etkileşim kurarak bu çalışmaları yapmayı ve böylece kendiliğinden oluşan bir onay elde etmenin gerekliliğini vurgulamaktadır. Bu nedenle halkla ilişkiler birimlerinin bu amaçlara yönelik olarak örgütlenmesi ve çalışanlarının da uzman kişilerden oluşması gerekmektedir (Mert, 2016: 141).

Uygun (2018: 27-29), kamu yönetiminde ortaya çıkan sorunları altı başlıkta özetlemektedir:

- Halkın kamu kurumlarının çalışmalarından habersiz oluşu.
- Kamu kurumlarının halkın isteklerinden habersiz oluşu.
- Kamu kurumlarında halkla ilişkilerin öneminin yeterince anlaşılabilmesi.
- Kurum içi halkla ilişkilerin sağlanabilmesi.

- Örgütlenme ve personel sorunu.
- Halkın yanlış kamu kurumlarına müracaat etmesi.

Uygun'un altı maddede özetlediği bu sorunların çözümü için günümüzde devletler ve kurumlar, kamunun ilgisini çekmek ve görünür olmak adına halkla ilişkiler, pazarlama, markalama strateji ve taktiklerini benimsemişlerdir (Boztepe Taşkiran, 2013: 42). Kamuya yönelik yürütülen çalışmalar hakkında bilgi vermek ve beklentileri anlamak için gelişen teknolojiden yararlanılmaktadır (Doğan, 2020: 380). Özellikle sosyal medya ve dijital platformlar bu alanda bilgi aktarmak, güven kazanmak ve olumlu bir imaj yaratmak için etkili şekilde kullanılmaktadır.

2. KAMUSAL HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN MODELLER

Kamu kurumlarında daha çok tek yönlü iletişim modeli ile sadece mesajı iletmek üzere çalışmalar yapılırken, zaman içinde bunun yetersiz kaldığı ve halkla ilişkiler çalışmalarında çift yönlü simetrik modelin kullanılmasının daha uygun olacağı anlaşılmıştır.

Liu ve Horsley (2007), kamu sektöründeki halkla ilişkiler modeli için yeni bir teorik yaklaşım gerektiğini vurguladıkları çalışma ile kamusal halkla ilişkiler için “Kamusal İletişim Karar Halkası” modelini önermektedirler. Bu model önerisi öncesinde, kamusal halkla ilişkilere uyabilme dereceleri bakımından en baskın beş halkla ilişkiler modelini analiz etmektedirler. Modellerden ikisi, özel olarak devlet iletişimi için geliştirilmiş olan; kamusal iletişim süreci modeli ve kriz iletişimi için

sentez modelidir. Diğer üç model, genel halkla ilişkiler için geliştirilmiş olan; halkla ilişkiler süreç modeli, iki yönlü simetrik model ve beklenmedik durum teorisi modelidir. Tüm bu modeller, kendi içerisinde sınırlılıklara sahiptir. Aynı zamanda yönetim yapısı federalizm prensiplerine dayanan ülkeler için daha çok uygulanabilir durumdadır.

Eleştirel bir yaklaşımla farklı bir model öneren çalışmalar olmasına rağmen, aslında kamu kurumları açısından halkla ilişkiler modellerinden en fazla kamuoyu bilgilendirme modelinin tercih edildiği görülmektedir. Ülkemizden bir örnek vermek gerekirse, T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı ile Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Fonu (FAO) iş birliğinde başlatılan “Gıdanı Korumaya Sahip Çık” kampanyası ele alınabilir. Bu kampanyanın ilk altı aylık iletişim faaliyetlerinin incelendiği çalışmada kamu kurumunun kamuoyunu bilgilendirici şekilde tek yönlü iletişim kullandığı tespit edilmiştir (Ernek Alan, 2020). Ancak hizmet verdiği kamunun düşüncesini önemseyen, karşılıklı yarar ve güven ilişkisini oluşturmak isteyen ve geri bildirim için açık olan kamu kurumlarının daha başarılı olacağı gerçeği unutulmamalıdır.

Nayyar (aktaran Boztepe Taşkırın, 2013: 53-54), kamu kurumlarının hizmet ettikleri kamuya ulaşmaları için buldukları yaklaşımları beş maddede ele almaktadır:

- Bilişsel nedenler: Önerilen davranış biçiminin en fazla yarar sağlayacak seçenek olduğunun etkileyici bir biçimde, mantığa uygun tasarlanarak gösterilmesi.
- Duygusal nedenler: Duygu veya hassasiyetlere belirgin bir biçimde başvurulması.
- Yönlendirici nedenler: Mesajın, alıcıyı “Şimdi yap!” şeklinde yönlendirmesine ilişkin emir veya kategorik bir mecburiyet içermesi.
- Geçerli bir bakış açısı ile ikna edilmiş, örgütlenmiş gruplara ve örgütlenmemiş, ikna edilmemiş gruplara fikir değiştirmeyi önerme ve onları fikir değiştirmeye güdüleme.
- İki karşıt grup arasında karşılıklı tatmine yönelik ilişki veya anlaşma niyetinin önerilmesi ve sağlanması.

Kamu sektörünün özel sektörden ayrılan kilit unsurları; daha karmaşık ve kararsız ortam, ek yasal ve resmî kısıtlamalar, daha katı prosedürler ve ürün/hizmet çeşitliliğinin fazlalığı olarak belirtilmektedir (Gelders vd., 2007: 329). Cutlip ve diğerleri (aktaran Boztepe Taşkiran, 2013: 56), kamusal halkla ilişkilerin temel hedeflerinin; yönetim biçimine, kapsamına ve seviyesine bakılmaksızın en az yedi sorumluluğu yerine getirmek olduğunu belirtmektedir:

- Kamusal halkla ilişkiler uygulayıcılarının ilk görevi olan bilgilendirmek.
- Kamu kurumlarının faaliyetlerindeki çalışmaların yasal düzenlemelerle işbirliğini gözetmek. Aynı zamanda hizmet ettiği kamunun aktif katılımını sağlamak.

- Kamu kurumlarının uygulamalarını halka iletmelerinin yanı sıra halkın da kamu yetkililerine kolay ulaşımını sağlamak.
- Kamu kurumlarındaki kurum içi iletişimin doğru şekilde yönetilmesi, dış hedef kitle kadar iç hedef kitlenin de önemini farkında olmak.
- Kurum çalışmalarının medyaya doğru şekilde servis edilmesini sağlayarak kamuoyunu bilgilendirmek.
- Devlet tarafından desteklenen diğer kuruluşlarının yürüttükleri çalışmalardan haberdar olarak birbirlerinin gelişmesine destek olmak.

Bu sorumlulukların yerine getirilmesine yönelik ihtiyaç, “vatandaş odaklı yönetim anlayışını, kamudaki yönetim kalitesinin artırılmasını, hesap verme mekanizmalarının güçlendirilmesini, kamusal hizmetlerin sunumunda saydamlığın sağlanmasını, işyerlerini ve sivil toplum kuruluşlarını da içerecek biçimde vatandaşın hem politika oluşturmada, hem de uygulamada doğrudan doğruya devreye alınmasını, devlete duyulan güvenin ve idarenin saygınlığının geliştirilmesini ve hizmet kalitesinin iyileştirilmesi gibi konulardaki endişeleri giderecek girişimleri ön plana getirmektedir” (Doğan ve Göker, 2011: 241). Teknolojinin gelişmesiyle birlikte ise bilgi akışının hızlanması kamu yönetiminde köklü değişiklikler yaratmış ve elbette bu durum halkla ilişkiler uygulamalarına da yansımıştır (Mert, 2016: 137).

3. KAMUSAL HALKLA İLİŞKİLERİN TÜRKİYE’DEKİ KİLOMETRE TAŞLARI

Türkiye’deki kamu kurumları, halkla ilişkiler anlayışlarını ortaya koymak üzere geçmişten günümüze, geleneksel ve dijital pek çok iletişim pratiğini hayata geçirmişlerdir. Bıçakçı ve Hürmeriç’e (2013) göre halkla ilişkilerin Türkiye’deki gelişimi aşağıda belirtilen üç ana döneme ayrılmaktadır:

1. Öncül (hazırlayıcı) dönem
 - a. Tek parti dönemi (1920 – 1946)
 - b. Çok partili dönem (1946 – 1960)
2. Ortaya çıkış dönemi (1961 – 1980)
3. Gelişim dönemi
 - a. Liberal ekonomi dönemi (1981 – 1992)
 - b. Uluslararası rekabet dönemi (1992 – 2001)
 - c. Entegrasyon dönemi (2002 – devam ediyor)

1920 yılında Anadolu Ajansı’nın kurulması, Türk halkla ilişkiler tarihinin ilk ve en önemli dönüm noktasını oluşturmaktadır. Anadolu Ajansı’nın kurulması, halkın bilgiye erişimini artırmış ve halkla ilişkilerin gelişimi için gerekli olan demokratik toplumun inşasında önemli bir adım olarak kabul edilmiştir. Tek parti döneminde temel amaç “ulusal imaj inşası” ve “kamu iknası” iken çok partili döneme geçişle birlikte halkla ilişkilerin, devlet tekelindeki propaganda yerine seçimlere yönelik çok partili propaganda için kullanılması amaçlanmıştır. Halkla ilişkilerin bir meslek olarak ortaya çıktığı dönem

ise 1960 yılında Devlet Planlama Teşkilatı'nın (DPT) kurulmasıyla başlamıştır. 1980'lerden itibaren başlayan gelişim döneminde halkla ilişkiler, bir meslek ve akademik çalışma alanı olarak önem kazanmıştır. Liberal ekonomi döneminde kamuyu bilgilendirme modeli ve çift yönlü asimetrik uygulamalar hayata geçirilirken, uluslararası rekabet döneminde halkla ilişkilere yönelik bilimsel araştırmalar hızlanmıştır. 2000'li yılların başından itibaren yaşanan teknolojik gelişmeler ise Türk halkla ilişkiler sektörünün dünya ile entegrasyonunu kolaylaştırmıştır (Bıçakçı ve Hürmeriç, 2013: 99).

3.1 Devlet Planlama Teşkilatı'nın (DPT) Kurulması

5 Ekim 1960 tarihinde kurulan (Resmî Gazete, 1960) DPT'nin ilk çalışması, kalkınma hedeflerinin ve stratejilerinin belirlenerek sosyal adaleti hayata geçirmek üzere 1963-1967 yılları arasına ilişkin birinci beş yıllık kalkınma planının hazırlanması olmuştur (Devlet Planlama Teşkilatı, 1963). Belirlenen hedeflere ulaşılabilmesi için idarenin halkla geniş ve anlayışlı ilişkiler geliştirmesi gerektiği de kalkınma planında vurgulanmıştır. Bu ilişkilerin tesisine katkı sağlayan birim ise DPT bünyesinde kurulan Yayın ve Temsil Şube Müdürlüğü olmuştur (Ertekin, 1983, s. 23). Bu dönemde, sağlık tedbirleri ve koruyucu hekimlik gibi konularda kitle iletişim araçlarını kullanarak başarılı halkla ilişkiler çalışmaları yapan bir başka kurum ise Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı bünyesinde kurulan Tıbbî İstatistik ve Propaganda Genel Müdürlüğü'dür (Asna, 1969: 102).

Birinci beş yıllık kalkınma planında yer verilen nüfus planlamasına ilişkin çalışmalar ise Türkiye'deki ilk halkla ilişkiler projesi olarak kabul edilmektedir (Sönmez ve Aydeniz, 2021: 693). Nüfus artışı ile kalkınma arasındaki ilişki göz önünde bulundurularak nüfus planlamasının gerekliliği kalkınma planında belirtilmiş ve bir halkla ilişkiler çalışması olarak nüfus planlaması projesi, Nüfus Planlaması Genel Müdürlüğü bünyesinde kurulan Eğitim ve Tanıtma Şubesi marifetiyle gerçekleştirilmiştir. Bu birim, toplumun çeşitli kesimlerinde başlangıçta büyük tepkiyle karşılanan doğum kontrolü konusunun, sistemli araştırma ve tanıtım faaliyetleriyle kamuoyuna mal edilmesini sağlamıştır (Asna, 1969: 102).

Türkiye'de halkla ilişkiler alanına yönelik akademik çalışmaların önünü açan ve halkla ilişkiler uzmanı yetiştirme görevini üstelenen kurum ise 1965 yılında Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesine bağlı olarak kurulan Basın ve Yayın Yüksekokulu olmuştur (Mert, 2016: 142). Bu yıllarda başta bakanlıklar olmak üzere Türk Standartları Enstitüsü, Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü (TODAİE), Devlet İstatistik Enstitüsü, İller Bankası, Maden Tetkik ve Arama Enstitüsü, Orta Doğu Teknik Üniversitesi gibi kamu kurumları ile kamu iktisadî kuruluşları (Sosyal Sigortalar Kurumu, İş ve İşçi Bulma Kurumu, TRT, Sümerbank vb.), meslek kuruluşları (Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu, Ticaret ve Sanayi Odaları ve Borsaları Birliği, Türk Kooperatifçilik Kurumu vb.) ve sosyal derneklerin (Kızılay, Yardımsevenler Derneği, Çocuk Esirgeme Kurumu vb.) örgütlenmesinde halkla ilişkiler birimine yer verilmeye ve sınırlı da

olsa halkla ilişkiler çalışmaları yürütülmeye başlanmıştır (Asna, 1969: 103-114).

3.2 Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırma Projesi (MEHTAP)

Kamu kurum ve kuruluşlarındaki yukarıda bahsedilen örgütlenmelere zemin oluşturan çalışma, 1963 yılında yayınlanan Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırma Projesi (MEHTAP) Yönetim Kurulu Raporudur. MEHTAP, Başbakanlığın talimatıyla hazırlanan ve kamuda idari reformu amaçlayan bir projedir. Sonraki benzer çalışmaların da öncüsü olan MEHTAP'ın Yönetim Kurulu Raporu, DPT'nin talebi üzerine TODAİE tarafından hazırlanmıştır (TODAİE, 1966).

DPT, yalnızca kalkınma planlarının hazırlanmasından sorumlu bir teşkilat olarak kurulmamıştır. İlgili kanun, kalkınma planlarının başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için gerek merkezi idare gerekse mahalli idarelerin kuruluş ve işleyişleriyle ilgili tavsiyelerde bulunma görevini de DPT'ye vermiştir. Bu nedenle DPT, kamudaki mevcut idari mekanizmaların kalkınma planlarındaki hedeflerle tam anlamıyla uyumlu olmadığını görmüş ve TODAİE'den idari reform ve yeniden organizasyon konusunda bir rapor hazırlamasını istemiştir (Sürgit, 1968).

Türk kamu yönetiminin halkla ilişkiler sistemindeki mevcut aksaklıkları, bozukları ve eksiklikleri düzeltecek idari reform ihtiyacı ve “Türk idaresinde çeşitli kademelerde, her kurumun bünyesine uygun olarak, halkla temas ve dinleme usulleri kurmanın gerekliliği” de ilk defa bu raporda vurgulanmıştır (Sevinç, 2014). Kamu kurum ve

kuruluşlarında hayata geçirilmesi amaçlanan örgüt ve yasalar, raporda dört maddede toplanmış ve bir madde de halkla ilişkiler örgütlenmesine ayrılmıştır.

Sevinç'e (2014) göre rapordaki halkla ilişkiler örgütlenmesine yönelik ifadeler, otoritenin ortak kullanılması/birlikte yönetmek anlamına gelen ve etkileşim/iletişim kavramlarını içinde barındıran "yönetişim" kavramını tanımlamakta ve kendi zamanı için oldukça ileri görüşlü bir yönetim anlayışını ortaya koymaktadır. Benzer şekilde, kamu kurum ve kuruluşları ile kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının faaliyetlerinde uygulanan ve kişilerin bilgi edinme haklarını garanti altına alan 4982 sayılı Bilgi Edinme Hakkı Kanunu'nun 2003 yılında yürürlüğe girdiği düşünüldüğünde, raporda yer verilen bu tavsiyelerin kendi zamanının çok ötesinde olduğu görülmektedir.

3.3 İdari Danışma Merkezinin Kurulması

Türkiye'de hayata geçirilen bir başka önemli kamusal halkla ilişkiler uygulaması, 1966 yılında Başbakanlığa bağlı olarak kurulan ve 1972 yılına kadar faaliyetlerini yürüten İdari Danışma Merkezi'dir.

Kamusal halkla ilişkiler, bir başka ifadeyle kamu yönetimine özgü halkla ilişkiler, 1955'ten sonra Fransa'da ortaya çıkmış, 1959 yılında ise kamu idaresinin halkla olan ilişkilerini iyileştirmek amacıyla Bakanlıklararası İdari Danışma Merkezi kurulmuştur. Türkiye'deki Merkezin, Fransa'daki bu örnekten esinlenilerek kurulduğu düşünülmektedir (Kazancı, 1972: 15). Merkezde, Bakanlıkları temsilen 11 ve Ankara Belediyesini temsilen bir kişi olmak üzere toplam 12

personel görev yapmıştır (Mert, 2016: 143). TODAİE bünyesinde görev yapan İdari Danışma Merkezi, “vatandaşların yönetimle ilgili başvurularının telefonla cevaplandırılması ve kırtasiyeciliğin azaltılması, yönetimin geliştirilmesi çalışmalarında başarılı hizmetler vermiştir.” (Acar, 1994: 52). Ancak, vatandaşların talep ve beklentilerinin sadece telefonla alınmasının yanı sıra Merkezin yönetsel yapısı, görev alan uzmanların kadrolarının başka kurumlarda olması ve mevzuata dayalı sorunlar nedeniyle Merkez bir süre sonra işlevsiz kalmıştır (Çeliksoy, 2020: 716).

Kazancı’ya (1972) göre İdari Danışma Merkezi uygulaması, Fransa’nın kendi yönetim yapısı ve sosyal koşullarına göre geliştirilmiş bir yapıydı ve ülkenin altı farklı şehrinde faaliyet gösteriyordu. Yani Fransız yönetimi bu yapıdan azami ölçüde faydalanıyordu. Türk kamu yönetimi ise dışardan getirdiği bu yapının önemini tam olarak kavrayamadığı için Merkez’den sınırlı bir şekilde faydalanabilmiştir. İdari Danışma Merkeziyle ilgili yapılan en önemli değerlendirmelerden bir başkası ise vatandaşların yalnızca telefonla başvuru yapabiliyor olmalarıdır. O yıllardaki şartlar göz önünde bulundurulduğunda, Anadolu’da pek çok vatandaşın telefon imkanına sahip olmaması, vatandaşın sorunlarını muhatabıyla yüz yüze çözmek istemesi ve yazılı süreci tamamen devre dışı bırakması sebebiyle, Merkez’e yalnızca sınırlı bir kitle başvurularını iletebilmiştir. Ancak yine de Başbakanlık İletişim Merkezi (BİMER) veya Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi (CİMER) gibi yakın dönem halkla ilişkiler uygulamalarının ilk örneklerinden biri

olması ve “bu uygulamalara zemin hazırlaması anlamında önemli bir çaba olarak görülmelidir” (Mert, 2016: 143).

3.4 Kamu Yönetimi Araştırma (KAYA) Projesi

Yukarıda bahsedilen gelişmeler paralelinde kamu kurum ve kuruluşlarının örgütlenmelerinde yer verilmeye başlanan halkla ilişkiler birimlerinin vatandaşla tek yönlü iletişim sağlayarak kamuyu bilgilendirme modeli çerçevesinde faaliyetlerini yürüttükleri görülmektedir. 1980’lerden itibaren ise kamu yönetiminde liberal politikaların ve serbest piyasa ekonomisinin benimsenmesiyle birlikte, yaşanan bu değişimin halka iyi anlatılması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda, yeni ekonomik sistemle birlikte ortaya çıkan katma değer vergisi (KDV) başta olmak üzere çeşitli konular hakkında halkı bilgilendirmeye yönelik hazırlanan kamu spotları ve vatandaşla samimi ilişkiler kurmayı seven Başbakan Turgut Özal’ın icraatlarını anlattığı programlar televizyonda yayınlanmıştır. 1990’larda artan ticari rekabet ise halkla ilişkilerin gelişimini ve profesyonelleşmesini hızlandırmış, kamuyu bilgilendirme ve iki yönlü asimetrik modeller hâkim olmaya başlamıştır (Bıçakçı ve Hürmeriç, 2013: 96-97).

Karma ekonomi yerine özelleştirmelerin ve serbest piyasanın ön planda olduğu bu yeni rejime geçişle birlikte, kamu yönetimini yeniden düzenleme yönündeki bir başka girişim olan Kamu Yönetimi Araştırma (KAYA) Projesi hazırlanmıştır. KAYA projesi de MEHTAP gibi TODAİE tarafından hazırlanmış ve 1991 yılında yayınlanan bir raporla kamuoyuna duyurulmuştur. Sevinç, projenin amaçlarını şu şekilde

sıralamaktadır: “Merkezi ve yerel yönetim arasındaki iletişim ve işlemleri hızlandırmak, kamu yönetimini çağın ruhuna uygun hale getirmek, kamu kuruluşlarının işleyişleri ile ilgili gerekli düzenlemeleri yapmak, haberleşme ve halkla ilişkilere yönelik yaşanan sorunları belirleyerek çözümleri için öneriler getirmek” (aktaran Sönmez ve Aydeniz, 2021: 706-707).

Görüldüğü gibi halkla ilişkilere yönelik sorunların belirlenmesi ve çözüm üretilmesi projenin ana amaçlarından birini oluşturmaktadır. Proje raporuna göre tespit edilen ilk sorun, kamu kurumlarında yürütülen halkla ilişkiler faaliyetlerinde eşgüdümün olmamasıdır. Mert’e (2016) göre bunun nedeni, halkla ilişkiler alanında kurumlar arası eşgüdümü ve birlikteliği sağlayacak bir yapının olmamasıdır. Raporunda tespit edilen bir diğer sorun ise kurumlarda görev yapmak üzere yeterli sayıda ve tecrübede insan kaynağının olmayışıdır. Raporunda bu sorunlara yönelik getirilen çözüm önerileri ise temel bir halkla ilişkiler politikası oluşturularak kamu kurumlarındaki halkla ilişkiler birimlerinin yeniden kurgulanması, bu birimlerde görev alacak personele yönelik istihdam politikalarının geliştirilmesi ve toplumun tüm kesimleriyle saydam, açık ve sağlıklı bilgi akışının sağlanması şeklindedir (Mert, 2016: 144).

3.5 Bilgi Toplumuna Dönüşüm Süreci ve E-Devlet Kapısı Projesi

1990’lardan itibaren bilgisayar ve internet teknolojilerinin yaygınlaşmasına paralel olarak artan elektronik ticaret işlem hacmi, özel sektörün bilgi tabanlı ekonomiyi güçlendirecek dijital

uygulamalara daha fazla yatırım yapmasını teşvik etmiştir (Şahin ve Örselli, 2003). Ayrıca bu süreçte şirketler, halkla ilişkiler çalışmaları için geleneksel kanalların yanı sıra dijital kanalları yoğun biçimde kullanmaya başlamışlardır. Sonraki süreçte kamu sektörü de bu gelişmelerden etkilenmiş ve gerek kamu hizmetlerinin sunumunda gerekse vatandaşla olan iletişim süreçlerinde kurumsal web siteleri, sosyal medya ve e-devlet gibi dijital uygulamalar kamu kurumlarınca kullanılmaya başlanmıştır.

İnternet ve bilgi tabanlı ekonominin yaratacağı fırsatlardan yararlanmak üzere tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de 1990’ların ikinci yarısından itibaren bilgi toplumuna geçiş için çeşitli çabalar ortaya konmuştur. Bilişim ve Ekonomik Modernizasyon Raporu (1993), Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapısı Anaplanı (TUENA) Sonuç Raporu (1999), e-Ticaret Koordinasyon Kurulunun Oluşturulması (1998-2002), KamuNET projesi (1998-2002), e-Türkiye Girişimi (2001), e-Dönüşüm Türkiye Projesi (2002-...) ve 2015-2018 Bilgi Toplumuna Stratejisi ve Eylem Planı bunlardan en önemlileridir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, t.y.). Bu çalışmalardan e-Türkiye Girişimi, Türkiye’nin “e-Avrupa +” sürecindeki sorumluluklarını yerine getirmek üzere TÜBİTAK öncülüğünde 2001 yılında başlatılmıştır. Dışişleri Bakanlığı, Avrupa Genel Sekreterliği ve TÜBİTAK temsilcilerinin katıldığı toplantılarda, e-Türkiye’nin hayata geçirilmesi için Avrupa Birliğine taahhüt olarak verilecek tarihler belirlenmiştir (Şahin ve Örselli, 2003: 352). 2006 yılında ise “e-devlet kapısı” projesi resmi olarak tamamlanmış ve projenin idaresi, Ulaştırma

Bakanlığının koordinasyonunda Türksat A.Ş.'ye verilmiştir. Kamu kurumları, e-devlet hizmetlerini iki yıl boyunca kendi kurumsal web siteleri üzerinden sunmuşlardır. 18 Aralık 2008 tarihinde ise kamu kurumlarının tamamı hizmetlerini “www.turkiye.gov.tr” adresi üzerinden sunmaya başlamışlardır (Çeliksoy, 2020: 720). Halen e-devlet kapısının kurulması ve yönetilmesi görevi Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi Başkanlığınca, sistemin geliştirilmesi ve işletilmesi ise Türksat A.Ş. tarafından yapılmaktadır (turkiye.gov.tr, 2022).

Yönetişim paradigmasının benimsenmesiyle birlikte önem kazanan katılımcılık, şeffaflık, hesap verebilirlik gibi ilkelerin korunmasına imkân sağlayan ve halkı merkeze alan yapısı nedeniyle e-devleti bir tür kamusal halkla ilişkiler aracı olarak değerlendirmek mümkündür. Boztepe Taşkıran'a (2013) göre e-devletten beklenen amaçlardan bazıları, kamusal hizmetlere ilişkin; çift yönlü iletişimin gerçekleşmesi, erişilebilirliğin artırılması, şeffaflığın, katılımcılığın, sürekliliğin ve hızlılığın sağlanması ve maliyetlerin azalmasıdır. Bu amaçlar gerek yönetim anlayışına gerekse kamusal halkla ilişkilere katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla bu amaçlara ulaşılması hem yönetim hem de kamusal halkla ilişkiler için büyük önem taşımaktadır.

3.6 Bilgi Edinme Hakkı Kanunu'nun Yayımlanması

1990'lardan itibaren kamu yönetiminde gerçekleşen paradigma değişimi, katılımcı demokrasi ve yurttaşlık anlayışının da gelişmesini desteklemiştir. Yönetişim kavramını merkeze alan bu yeni yönetim

anlayışında halkla şeffaf ve hesap verebilir ilişkilerin geliştirilebilmesi, vatandaşın kamu idaresince yürütülen işlemler hakkında bilgi sahibi olmasını gerektirmektedir. Vatandaşın bu tür bilgi edinme talepleri, kamu idarelerince keyfiyetten uzak ve bürokratik hantallığa takılmadan karşılanmalıdır. Bunun gerçekleşebilmesi ise konu hakkındaki usul ve esasların net olarak belirlendiği yasal düzenlemelerin hayata geçirilmesiyle sağlanabilir. Her kurumun aynı standartlarda vatandaşa hizmet sunması ve uygulamada kamu kurumları arasında birliktelik ve eşgüdümün sağlanması buna bağlıdır. Türkiye’de kamusal halkla ilişkilerin gelişmesini sağlayan ve kamu yönetiminde vatandaş merkeze alan bu uygulamalara zemin oluşturan yasal düzenleme ise bilgi toplumuna dönüşüm sürecini desteklemek üzere 2003 yılında hayata geçirilmiştir.

24/10/2003 tarih ve 25269 sayılı Resmî Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Bilgi Edinme Hakkı Kanunu’nun amacı, birinci maddede şöyle belirtilmektedir: “Bu Kanunun amacı; demokratik ve şeffaf yönetimin gereği olan eşitlik, tarafsızlık ve açıklık ilkelerine uygun olarak kişilerin bilgi edinme hakkını kullanmalarına ilişkin esas ve usulleri düzenlemektir”. Kanun, devlet sırrı ve diğer istisnalar dışındaki her türlü bilgi ve belgeyi vatandaşın hizmetine sunmuş ve herkesin bilgi edinme hakkını garanti altına almıştır. Kamu kurumlarının halkla ilişkiler birimlerine ise “sorumluluk alanlarına giren konularda yapılmış kişisel ve kurumsal bilgi edinme başvurularını değerlendirip, yönlendirme ve raporlaştırma sorumluluğu vermiştir. Bu sorumluluk, kurumun kamularından gelen taleplerin değerlendirilmesi

olarak anlaşılmalı ve halkla ilişkilerin kurum ve çevresi arasında aracılık yaptığı iki yönlü iletişim faaliyeti çerçevesinde düşünülmelidir” (Boztepe Taşkiran, 2013: 67). Görüldüğü gibi eşitlik, tarafsızlık, açıklık gibi ilkeleri sağlamak üzere hazırlanan Kanun, bir taraftan demokratik ve şeffaf bir yönetim için gerekli olan zihniyet değişimini teşvik etmekte bir taraftan da merkeze aldığı bu ilkeler bakımından vatandaş nezdindeki olumlu devlet imajını güçlendirerek kamusal halkla ilişkileri desteklemektedir.

Taslak’a (2021) göre Kanununun şeffaflık ve açıklık ilkelerini garantiye alması, vatandaşın kamu kurumları ve yürüttükleri faaliyetler hakkında bilgi sahibi olmasını sağlarken kurumlar da halkın talep ve beklentilerini öğrenerek paydaşını daha iyi tanımaktadır. Böylelikle iki yönlü bilgi akışı sağlanmış olmaktadır. İki yönlü bu bilgi akışı aynı zamanda vatandaşın devlet karşısındaki konumunu ve halkın yönetim sürecine katılımını da güçlendirmektedir. Halkın giderek daha etkin olduğu böyle bir yönetim ortamında ise devleti yönetenlerin halkın desteğine olan ihtiyaçları artmaktadır. Bu bakımdan kamu idareleri, halkı dinlemeye ve vatandaş karar alma süreçlerine dahil etmeye yönelik süreçler tasarlamalıdır. Bilişim teknolojilerinin gelişmesi ve dijitalleşme ise e-devlet başta olmak üzere BİMER (yeni adıyla CİMER), kurumsal internet siteleri ve sosyal medya gibi bu süreçleri kolaylaştıracak uygulamaların devreye alınmasını sağlarken Bilgi Edinme Hakkı Kanunu da bu uygulamalara yasal zemin oluşturmaktadır.

3.7 Başbakanlık İletişim Merkezi'nin (BİMER) ve Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi'nin (CİMER) Kurulması

Bilgi edinme hakkı, yönetişimi merkeze alan yeni kamu yönetimi anlayışında yukarıda özetlenen fonksiyonları bakımından vatandaş ve devlet arasındaki bilgi alışverişini yasal zemine oturtan önemli bir düzenlemedir. Diğer taraftan, bu bilgi paylaşımının kolay bir şekilde gerçekleştirilmesi ve vatandaşın devlete kolayca ulaşabilmesini sağlamak üzere gerekli olan teknik altyapının da yasal düzenlemeler paralelinde oluşturulması, buna yönelik iletişim ve bilişim sistemlerinin tasarlanması gerekmektedir.

BİMER (diğer adıyla “Doğrudan Başbakanlık”) uygulaması, bu ihtiyacı gidermek üzere 24 Şubat 2006 tarihinde uygulanmaya başlanan önemli bir kamusal halkla ilişkiler projesidir. 20 Ocak 2006 tarih ve 26055 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan Başbakanlık Genelgesinde, kamu kurum ve kuruluşlarının halkla ilişkiler uygulamalarına ilişkin yeni bazı düzenlemelerin yapılması gerektiği şu şekilde belirtilmiştir:

“Günümüzde kamu yönetimi literatüründe ‘Yönetişim’ ve ‘Yönetime katılma’ kavramları ön plana çıkmıştır. Yönetim tekniği olduğu kadar bir değeri de ifade eden bu kavramların hayata geçirilebilmesi için yurttaşların yönetime ilişkin şikâyet, talep, görüş ve önerilerini kolayca iletebilmelerine yönelik iyi işleyen, hızlı ve etkin bir sistemin kurulması, yönetimin başarısı için olduğu kadar, demokrasinin sağlıklı bir biçimde işlemesi açısından da vazgeçilmez bir gerekliliktir. Bu şikâyet, talep, görüş ve önerilerin derhal işleme alınıp

değerlendirilmesi, sonuçlandırılması ve ilgisine süratle cevap verilmesi de aynı derecede önem taşımaktadır.” (Resmî Gazete, 2006)

BİMER, Türkiye'nin bilgi toplumuna dönüşümünü ve e-devletin işleyişini hızlandırmak amacıyla, 32.068 kullanıcı ve 25.738 kurum/kuruluşun alt birimlerinde hizmete sunulmuştur. BİMER uygulaması, kamusal iletişimde coğrafi uzaklığı ve yönetimsel etkileşimi “anlık” veya “günlük” mesafeye indirmiş, devletin hizmet sunumunda “vatandaş odaklı” duyarlılığı da ön plana çıkarmıştır (Başbakanlık Ocak 2010 Faaliyet Raporundan aktaran Turan vd., 2015: 219). Merkez sayesinde, tüm yurt sathında Başbakanlığa doğrudan başvuru yapılması, ayrıca bakanlıklara ve valiliklere yapılan başvuruların da Başbakanlıktan takip edilmesi amaçlanmıştır. Bu sayede başvuruların hızlı bir şekilde ilgili kamu kuruluşuna ulaştırılmasının, en kısa sürede cevap verilmesinin, gecikmelerin takip edilerek ilgili birimlerin uyarılmasının, bütün sürecin bilişim sistemiyle yürütülerek istatistiksel raporların alınmasının ve Başbakanlık tarafından denetlenmesinin sağlanacağı genelgede belirtilmektedir (Resmî Gazete, 2006). Başvuruların yüz yüze, telefonla veya BİMER web sayfası aracılığıyla yapılabilmesi için kamu kurumlarınca alınması gereken tedbirler ise genelgede şu şekilde sıralanmıştır: Bakanlıklarda erişimi kolay bir noktada fiziki olarak halkla ilişkiler müracaat bürosunun kurulması, bu bürolarda halkla ilişkiler konusunda hizmet verebilecek nitelik ve nicelikte personel istihdamının sağlanması, tüm kamu kurumlarına tek bir numaradan ulaşmak üzere Türkiye genelinde

“150” telefon hattının devreye alınması ve gerekli bilişim sisteminin kurulması.

BİMER bilişim sistemi, kullanımda olduğu 12 yıllık süre zarfında ortaya çıkan yeni ihtiyaçlar doğrultusunda iki kere revizyondan geçmiştir. İlk güncelleme 2011 yılında yapılmış ve 2016 yılına kadar güncellenen bu sürüm devrede kalmıştır. 2015-2016 arasında ise başvurular, Cumhurbaşkanlığı internet sitesindeki “Cumhurbaşkanına yazın” bağlantısı üzerinden BİMER’e iletilmiştir. Ancak bu sistemin mail yoluyla çalışması ve gelen başvuruların önce Cumhurbaşkanlığı’ndaki görevliler tarafından incelenip sonra BİMER personeline iletilmesi bazı aksaklıklara yol açmıştır. Vatandaşlardan gelen görüş ve önerilerin de giderek artması sonucunda 2016 yılında elektronik başvuru sistemiyle ilgili geniş çaplı bir güncelleme çalışması yapılmıştır. Tecrübeli kamu personelinin yanı sıra akademiden de katılım sağlanarak sistemdeki revizyon ihtiyacı hem teknik hem de sosyolojik boyutlarıyla ortaya konmuş ve BİMER bu belirlemeler paralelinde sürekli güncel tutulmuştur. 2018 yılında Cumhurbaşkanlığı hükümet sistemine geçilerek Başbakanlığın kaldırılmasıyla birlikte ise BİMER’in adı Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi (CİMER) olarak değiştirilmiştir (Selvi vd., 2019: 25). CİMER halen Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Halkla İlişkiler Dairesi Başkanlığı’nın sorumluluğunda yürütülmektedir.

Kamusal halkla ilişkiler için oldukça önemli bu merkezler, devletin daha katılımcı, şeffaf ve demokratik bir yapıya ulaşmasını desteklemiştir. Gerek BİMER gerekse CİMER, vatandaşların talep,

öneri ve şikayetlerini iletebilecekleri ve bunlara kısa sürede yanıt alabilecekleri bir yapı oluşturarak önemli bir boşluğu doldurmuştur (Yağmurlu, 2013: 239). BİMER, 12 yıl boyunca milyonlarca vatandaş tarafından kullanılmış ve zamandan tasarruf sağlayarak devlet ve halk arasındaki bilgi akışını hızlandırmıştır (Selvi vd., 2019: 13). CİMER ise 2018 yılından itibaren devlet ve halk arasındaki ilişkinin güçlendirilmesi vizyonuyla vatandaşların istek, öneri ve şikayetlerini yönetime ulaştırmalarına aracılık etmektedir. Bu sayede halkın öncelikleri dikkate alınarak daha rasyonel kamu politikalarının oluşturulması sağlanabilmektedir. CİMER elektronik platformunun doğrudan Cumhurbaşkanlığı'na bağlı olarak çalışması, halkın kamu kurum ve kuruluşlarına yönelik şikâyet, istek ve görüşlerinin daha hızlı toplanmasını ve çözüme kavuşturulmasını sağlamaktadır. Bu sayede kamu idarelerince yürütülen işlemler hakkındaki demokratik denetim mekanizmaları güçlenmektedir (İletişim Başkanlığı, t.y.).

SONUÇ

Toplumsal yapıyı oluşturan ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel alanda gerçekleşen dijitalleşme, bireylerin yanı sıra kurum/kuruluşları da etkilemiş ve yeni yönetim anlayışlarının doğmasına sebep olmuştur. Bu doğrultuda, birlikte yönetmek anlamına gelen ve etkileşim unsurunu içinde barındıran “yönetişim” kavramı, 1990’lı yıllardan itibaren yönetimde yeni bir paradigma olarak ön plana çıkmıştır. Yönetim tekniğinin ötesinde, bir değeri ifade eden bu anlayışın kamu kurumlarında uygulanabilmesi için halkın her türlü görüş, öneri ve şikâyetlerini yönetime kolayca iletebilmeleri ve yönetimin de bunları

dikkate alıp, değerlendirip, halka geribildirim vermesi gerekmektedir. Katılımcı demokrasiyi ve yurttaşlık bilincini de güçlendiren bu yönetim anlayışında, halkla ilişkiler önemli bir yönetim fonksiyonu üstlenmektedir.

Kamu yönetiminde hakla ilişkiler anlayışını ortaya koymak ve geliştirmek üzere Türkiye’de geleneksel ve dijital pek çok uygulama hayata geçirilmiştir. 1960 yılında Devlet Planlama Teşkilatının kurulmasıyla başlayan ve kamu kurumlarında halkla ilişkiler birimlerinin örgütlenmesini öngören düzenlemeleri, sonraki yıllarda hazırlanan kalkınma planları ve araştırma projeleri ile idari danışma merkezi gibi yapıların oluşturulması takip etmiştir. Bu uygulamaları yasal zemine oturtacak hukuki düzenlemeler ise bilgi toplumuna dönüşüm sürecini desteklemek üzere 2003 yılında hayata geçirilmiştir.

Özellikle 2000’li yıllardan itibaren dijitalleşmenin hızlanması ise devlet ve halk arasındaki ilişkiye yeni bir boyut kazandırmıştır. Kamu kurumları, vatandaşa ulaşmak için mektup, faks, yüz yüze görüşme gibi geleneksel yöntemlerin yanı sıra e-devlet başta olmak üzere BİMER, CİMER, kurumsal internet siteleri ve sosyal medya gibi halkla ilişkiler araçlarını kullanmaya başlamışlardır. Kamu kurumlarının bu tür dijital uygulamaları kullanmaları bir taraftan geleneksel yöntem ve araçlardaki tek yönlü iletişim sürecini çift yönlü hale getirirken diğer taraftan da hem iletişim sürecinin hem de halkla ilişkilerin tanıma ve tanıma fonksiyonlarının etkileşimli ve hızlı bir şekilde gerçekleşmesini sağlamıştır. Bu sayede oldukça kısa sürelerde, geleneksel iletişim

araçlarıyla ulaşılması mümkün olmayan kitleler ile diyalojik iletişim sağlamak mümkün hale gelmiştir.

KAYNAKÇA

- Acar, M. (1994). *Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Araştırması*. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı.
- Asna, M. A. (1969). Türkiye'de Kamu Kuruluşlarının Halkla İlişkileri. *Amme İdaresi Dergisi*, 2(3), 101-115.
- Asna, M. A. (2006). *Kuramda ve Uygulamada Halkla İlişkiler*. İstanbul: Pozitif Yayınları.
- Aydın, A. & Taş, İ. (2016). *Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Kavramlar-Kurumlar-Uygulamalar* (2. Baskı b.). Ankara: Seçkin.
- Bıçakçı, A. B. & Hürmeriç, P. (2013). Milestones in Turkish public relations history. *Public Relations Review*, 39, 91-100.
- Boztepe Taşkıran, H. (2013). Kamusal Halkla İlişkiler: Türkiye'de Bakanlıklar Tarafından Gerçekleştirilen Halkla İlişkiler ve İletişim Kampanyalarına Yönelik Bir Araştırma. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Anabilim Dalı Doktora Tezi*. İstanbul.
- Broom, G. M. & Sha, B.-L. (2013). *Cutlip and Center's Effective Public Relations* (11. Baskı). Edinburg: Pearson.
- Çakmak, A. F. & Kilci, S. (2011). Kamu Yönetiminde halkla İlişkilerin Yeri ve Önemi. *Kamu-İş*, 11(4), 219-270.
- Çeliksoy, E. (2020). Türkiye'de Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve E-Devlet. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 9(27), 709-728.
- Devlet Planlama Teşkilatı. (1963). *Kalkınma Planı (Birinci Beş Yıl) 1963-1967*. https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/12/Birinci_Bes_Yillik_Kalkinma_Planı-1963-1967.pdf adresinden alındı
- Doğan, A. (2020). Kamusal Halkla İlişkiler ve Kriz Yönetimi: Maden ilçesi Örneğinde Bir Alan Araştırması. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 30(2), 377-390.

- Doğan, A. & Göker, G. (2011). Kamu Kurumlarında Bir Halkla İlişkiler Çalışması Olarak Vatandaş Memnuniyeti Ölçümü. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(2), 236-260.
- Ernek Alan, G. A. (2020). Kamuoyunda Farkındalık Yaratmak: Davranışsal Halkla İlişkilerin Kullanımı “Gıdanı Koru-Sofrana Sahip Çık” Kampanyası. *International Marmara Social Sciences Congress (Imascon 2020 – Autumn)*, (s. 187-194). Kocaeli.
- Ertekin, Y. (1983). Başbakanlık ve İçişleri Bakanlığı'nda Halkla İlişkiler Uygulaması. *Amme İdaresi Dergisi*, 16(1), 23-45.
- Gelders, D., Bouckart, G. & Van Ruler, B. (2007). Communication management in the public sector: Consequences for public communication about policy intentions. *Government Information Quarterly*, 24, 326–337.
- İletişim Başkanlığı. (t.y.). 50 Soruda CİMER. https://www.cimer.gov.tr/50_sorudacimer.pdf adresinden alındı
- Kazancı, M. (1972). Halkla İlişkiler ve İdari Danışma Merkezleri. *Amme İdaresi Dergisi*, 5(2), 11-24.
- Kazancı, M. (2007). *Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler* (7. baskı b.). Ankara: Turhan Kitabevi.
- Liu, B. F. & Horsley, J. S. (2007). The Government Communication Decision Wheel: Toward a Public Relations Model for the Public Sector. *Journal of Public Relations Research*, 19(4), 377-393. doi:10.1080/10627260701402473
- Mert, Y. L. (2016). Kamu Kurumlarının Halkla İlişkiler Bölümlerinde Örgütlenme Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Akademia*, 4(4), 136-154. doi:10.17680/akademia.09655
- Metin, H. & Altunok, M. (2002). Karşılaştırmalı Bir Yaklaşımla Kamu Yönetimi ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(1), 79-99.
- Resmî Gazete. (1960). <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/10621.pdf> adresinden alındı
- Resmî Gazete. (2006). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/01/20060120-5.htm> adresinden alındı

- Selvi, Ö., Ulucan, M. & Coşgun, A. E. (2019). Halkla İlişkiler ve Bir E-Devlet Uygulaması Olarak CİMER. *Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*(75), 13-37.
- Sevinç, H. (2014). Değişim ve Kurumsal Yapılandırma Süreci: Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırma Projesi (MEHTAP). *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(35), 730-747.
- Sönmez, G. & Aydeniz, H. (2021). Türkiye'de Kamu Yönetiminin İletişim ve Halkla İlişkiler Anlayışına İlişkin Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*, 9(2), 693-724.
- Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (t.y.). *Ülkemizde Bilgi Toplumuna Dönüşüm*. <http://www.bilgitoplumu.gov.tr/bilgi-toplumu/ulkemizde-bilgi-toplumuna-donusum/> adresinden alındı
- Summak, M. (2020). *Özel ve Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler*. Ankara: İKSAD Yayınevi.
- Sürgit, K. (1968). Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırma Projesi (MEHTAP) Yönetim Kurulu Raporu ve Uygulanışı. *Amme İdaresi Dergisi*, 1(2), 1-10.
- Şahin, A. & Örselli, E. (2003). E-Devlet Anlayışı Sürecinde Türkiye. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(9), 343-356.
- Şahin, F. (2019). Yönetime İlişkin Temel Kavramlar ve Eğitim Yönetimi. N. v. Cemaloğlu içinde, *Eğitim Yönetimi* (s. 1-16). Ankara: Pegem.
- Taslak, E. K. (2021). Kamusal Halkla İlişkiler ve Dijital İletişim Uygulamaları: İstanbul İlçe Belediyeleri Üzerine Bir Araştırma. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- TODAİE. (1966). *Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırma Projesi Yönetim Kurulu Raporu* (2. Baskı b.). Ankara: TODAİE.
- Turan, E., Aydılek, E. & Şen, A. T. (2015). "BİMER" Uygulaması ve Türk Kamu Yönetimi Sistemine Etkileri. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(8), 215-225.
- türkiye.gov.tr. (2022). <https://www.turkiye.gov.tr/bilgilendirme?konu=siteHakkında> adresinden alındı

- Uygun, S. V. (2018). Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Kavramının Konumu: Anlayış, Uygulama ve Karşılaştırma. *Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 1(3), 20-36.
- Yağmurlu, A. (2013). İdari Danışma Merkezi'nden Başbakanlık İletişim Merkezi'ne Devlet-Vatandaş İletişimi. M. A. Yamanoglu, & B. P. Özdemir içinde, *Halkla İlişkilerin KAZANCI* (s. 223-241). Ankara: DeKi Yayınları.
- Yalçındağ, S. (1987). Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler. *Halkla İlişkiler Sempozyumu-87* (s. 55-84). Ankara: Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu Yayınları.
- Yörük, B. (2019). Güçlü Demokrasi ve Katılımcı Yurttaşlık: Benjamin Barber Üzerine Bir İnceleme. Bartın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.

BÖLÜM 10

DİYARBAKIR METROPOL İLÇELERİNDE HİDROGRAFİK ÖZELİKLERİN TARIMSAL ARAZİ KULLANIMINA ETKİSİ

Arş. Gör. Dr. Mehmet ÖZCANLI¹

¹ Harran Üniversitesi Coğrafya Bölümü, Fen-Edebiyat Fak. Coğrafya Bölümü, email: mehmetozcanli@harran.edu.tr Orcid:0000 0003 2223 8298

GİRİŞ

Su; canlıların yaşamalarını, sosyal ve ekonomik bütün faaliyetlerini sağlıklı bir şekilde sürdürebilmeleri açısından en önemli doğal kaynaklardan biri olup, hayati bir öneme sahiptir. İnsanlık yaşamını sürdürebilmek için suyu kullanmak ve kontrol altına almak zorunda olduğunun farkında olup, tarihi boyunca suyu kontrol altına alabileceği yapılar inşa etmiş ve medeniyetler geliştirmiştir. Bu nedenle su insanlık için hayati öneme sahip bir “*kontrol edilen ve kontrol eden*” bir faktör olmuştur. Su insanlar için olduğu kadar hayvanlar ve bitkiler içinde önemli bir faktör olup tarımsal ürünlerin yetiştiriciliğinde ana etkenlerden biridir (Berbel ve Exposito, 2022).

Aynı zaman da nüfus artışı, kentleşme, doğal kaynakların kirlenmesi ve iklim değişikliğinin etkileri nedeniyle son yıllarda su ve arazi yetersizliği önemli problemler olarak karşımıza çıkmıştır (Aalirezai, Khan, Kabir ve Ali, 2021 ; Mo ve diğerleri, 2021). İnsanlığın bu sınırlı kaynakları kullanarak 2050 yılında tahmini on milyar nüfusu doyurmak için %60'tan daha fazla tarımsal ürün üretmesi gerekmektedir (Birleşmiş Milletler, 2020).

İnsanlığın yoksulluk açlık ve sağlık sorunları ile karşılaşmaması için mevcut kaynaklardan en önemlisi olan tarımsal üretimin artırılması şarttır (Berbel ve Exposito, 2022). Bu nedenle, mevcut su ve arazi kaynakları, çiftlik üretimini ve gelirini en üst düzeye çıkarmak için optimize edilmelidir (Ogbolumani ve Nwulu, 2022). Tarımsal üretimde gelişmiş ülkelerin optimizasyon modelleri ile optimal kaynak tahsisi yapılabilir (Musa, 2021 ; Li, 2020).

Kültür bitkilerinin toprağa tutunabilmesi, gelişimini sürdürmesi, ürün verebilmesi için belli oranda suya ihtiyaçları bulunmaktadır. Bu nedenle su temini tarımsal üretimin verimli bir şekilde olabilmesi için temel bir kaynaktır. Dünyada kuru tarım yöntemleri geliştirilmeye çalışılsa da, ne yazık ki birim alandan elde edilen ürün miktarı sulamalı tarımla elde edilen ürün miktarına yaklaşılamamıştır. Sulu tarım sayesinde hem üretilen ürün çeşidi çoğalmış hem de birim alandan elde edilen ürün miktarında artış gerçekleşmektedir. Ülkemizin ve dünyanın nüfusunun artması dolayısıyla besin maddelerinin üretimindeki artışında gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Şu anki bilimsel bilgi birikimine göre bu artışı sağlamanın en önemli yollarından biri sulama sistemlerinin verimli bir şekilde geliştirilmesi ve kullanılmasıdır (Özgen ve Özçağlar 2017).

Tarım, Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'ya (GSYİH) önemli ölçüde katkıda bulunduğu ve gıda güvenliği sağladığı için dünyadaki çoğu ekonominin bel kemiğidir (Dünya Bankası, 2020a). Tersine, tarım, dünyadaki ekili alanların %25'ini sulamak için dünyadaki tatlı su kaynaklarının %70'ini kullandığı için önemli bir su kullanıcı sektörü olarak kabul edilmiştir (FAO, 2020a , FAO, 2017a , Khokhar, 2017). İklim değişikliği ve artan nüfus, tarımsal üretim için hayati önem taşıyan su mevcudiyeti gibi kaynaklar üzerinde ek baskı oluşturmaktadır. Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) , su verimliliğinin artması koşuluyla, 2050 yılına kadar sulu gıda üretiminde %50'den fazla artış olacağını ve bunun tarım için ayrılan suda %10'luk bir artış gerektireceğini tahmin ediyor (FAO, 2020a). Gıdanın ekildiği arazi genişlemiyor, bu da tarımsal ürün

sistemlerinin gelecekteki nüfusu beslemek için mevcut su ve arazi kaynaklarını verimli bir şekilde kullanması gerektiği anlamına geliyor. Su kullanım verimliliğini artırabilecek ve önemli su tasarrufu ve daha yüksek verim ile sonuçlanabilecek mekanizmaları anlamak bu nedenle çok önemlidir.

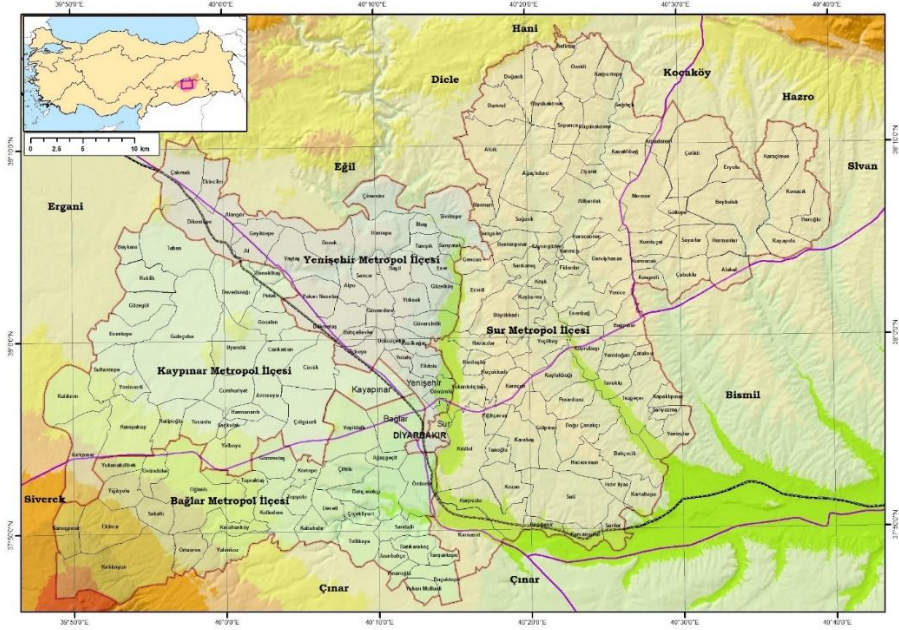
Tarımsal faaliyetler açısından önemli olan su bitkilerin çimlenmesi ve gelişmesi açısından gereklidir. Yağışların yeterli olduğu dönemlerde bitkilerin su ihtiyacı bu yağışlarla karşılanırken, yağışların yeterli olmadığı dönemlerde yağışlardan karşılanamayan tarım ürünlerinin su ihtiyacı akarsular, göller, barajlar ve yeraltı sularından karşılanmaktadır. Metropol ilçelerde özellikle bitki gelişim dönemlerinde yüksek miktarda su ihtiyacı ortaya çıkmakta ama bu dönemde yağışın olmaması ürünlerin su ihtiyacını sulama ile karşılama zorunluluğunu doğurmaktadır. Bu durum su kaynağına yakın olan veya su kaynağı olan tarım alanları için geçerli olup metropol ilçelerde sulama imkanı bulanmayan birçok tarım alanı bulunmaktadır. Metropol ilçelerde birçok alanda yüksek tarımsal potansiyel bulunmasına rağmen (*Sur ilçesi başta gelir.*) Örneğin Sur metropol ilçesinin kırsal kesiminde su kaynaklarının yetersiz olmasına bağlı olarak tarımsal üretimin büyük bir bölümü kuru tarım yöntemleri ile yapılmaktadır (Foto: 1).

1. Diyarbakır Metropol İlçelerin Yeri ve Sınırları

Büyükşehir belediyesi il statüsünde olan Diyarbakır ilinin yönetsel alanı içinde 17 ilçe bulunmaktadır. Bu ilçelerin 4'ü İlin metropol ilçesini kapsayan, metropol ilçe durumundaki Sur, Yenişehir, Bağlar ve

Kayapınar ilçeleridir (Özgen, 2013). Geriye kalan 13 ilçe (Bismil, Çermik, Çınar, Çüngüş, Dicle, Eğil, Ergani, Hani, Hazro, Kocaköy, Kulp, Lice, Silvan) Diyarbakır idari alanı içinde yer alan diğer büyükşehir ilçeleridir² (Özgen, ve Özçağlar, 2017),.

Diyarbakır metropol ilçeleri (Sur, Yenişehir, Bağlar, Kayapınar) ise aynı adı taşıyan il idari alanı içerisinde kuzeyden Eğil, kuzeydoğudan Hani ve Kocaköy, kuzeybatıdan Ergani, güneyden Çınar, batıdan Siverek (Şanlıurfa) ve doğudan Silvan ilçeleriyle sınırlandırılmış olan saha içerisinde yer almaktadır (**Hata! Başvuru kaynağı bulunamadı.**).



Harita 1 Diyarbakır Metropol İlçelerin lokasyon haritası

² <https://www.e-icisleri.gov.tr/Anasayfa/MulkiIdariBolumleri.aspx> 12.06.2019

Çalışmada kullanılan yer ve akarasu adları harita genel müdürlüğümün 1/100000'lik topoğrafya haritası temel alınarak kullanılmıştır.



Foto: 1 Sur metropol ilçesi suluma imkanı olduğunda verimin önemli derecede artacağı bir kuru tarım arazisi; Tilham mahallesi yakınları

Metropol ilçelerde bulunan hidrografik unsurlardan ekonomik faaliyetlerde en etkili olan akarsulardır. Akarsular, geniş yüzeylerden yağış ve kaynaklar vasıtasıyla, toplanan suları deniz veya göllere ulaştırarak, hidrolojik döngüyü gerçekleştiren unsurlardır. Metropol ilçe arazilerinin tamamı Dicle Nehri havzası sınırları içinde bulunmaktadır. Bu nedenle metropol ilçelerde bulunan sürekli ve mevsimlik akarsuların tamamı Dicle Nehri'nin kolları konumundadır **(Hata! Başvuru kaynağı bulunamadı.)**.

Miyosen tektonizması ile yükselen güneydoğu Toroslar ve Mardin Midyat Platosu gelişen akarsular, daha önceki akarsularla birleşerek, çöken havzaya akmışlardır. Boyuna konsekant akarsu özelliği taşıyan

Dicle nehrinin sahadaki yerini alışıında yapının ve litolojinin etkileri, tektonizmanın ardından ikinci planda kalmıştır. Ancak dentritik ve paralel drenaj ağına sahip Savur, Seyhan, Göksu, Kuru, Pamuk, Salat ve Sinan çaylarında ise jeolojik yapı ve litoloji ön plana çıkmıştır (**Hata! Başvuru kaynağı bulunamadı.**).

2. Diyarbakır Metropol İlçelerinin Hidrografyası

Diyarbakır metropol ilçelerinin doğal ortam koşullarının, temel ekonomik faaliyetler açısından uygun bir alan oluşturan en önemli etkenlerden biri Dicle nehridir. Nitekim Dicle Nehri, su toplama havzası hem coğrafi bir bölüm olan Dicle bölümünün hem de havza sınırı Diyarbakır-Şanlıurfa ilinin sınırını oluşturmaktadır. Diyarbakır metropol ilçelerine hayat veren Dicle nehri, Fırat nehri ile birlikte Güneydoğu Anadolu bölgesinin iki önemli akarsu havzasını oluşturmaktadır. Metropol ilçelerdeki tektonik ve karstik gelişmelerle sahada farklı jeomorfolojik birimlerinin oluşmasına doğrudan etki eden Dicle nehrini besleyen küçük- büyük birçok çay ve dere bulunmaktadır. Ana hatlarıyla *dandritik drenaj* ağına sahip olan bu akarsular yaz mevsiminde aşırı sıcak ve kurak iklim koşullarının etkisiyle akımları/ debileri ciddi oranda azalarak kuruyacak duruma gelmekte, bazıları da tamamen kurumaktadır (Foto: 2).

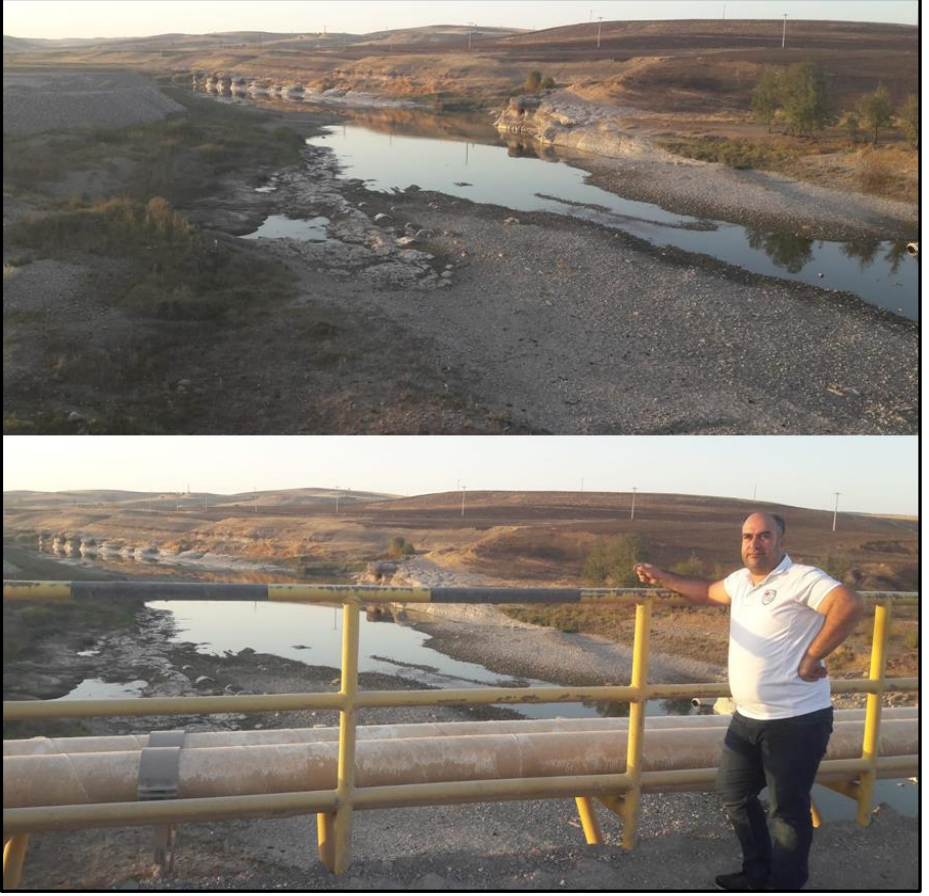


Foto: 2 Dicle nehrinin kuzeyden araştırma sahasına giriş yaptığı alan eylül ayı Eğil barajından çıkan Dicle nehrinin su debisi çok az olduğu bir görüntü.

Diyarbakır metropol ilçeler sınırları içerisindeki en önemli akarsu, Dicle nehridir (Harita:). Metropol ilçelerdeki akarsuların tamamı Dicle nehrini beslemekte olup bağlı kolu durumundadır. Araştırma sınırları içinde akarsuların tamamı Dicle nehrini beslemektedir.

Mezopotamya'yı dünyaya duyuran, birçok kültürün doğmasını ve yaşamasını sağlayan iki ırmaktan biri olan Dicle, Diyarbakır havzasından, Mardin eşliğinden sınırlarımız dışında Zağros dağlarından

birçok kollar alır. Basra körfezine yakın, az eğimli alanda, Fırat nehri ile birbirlerine temas ederek akan Dicle nehri, örgülü drenaj ağı ile hidrografi bir yapı göstermesi nedeniyle adaya benzer geniş bataklıklar oluşturmaktadırlar. Arapçada buna el- Cezire (adalar yöresi) denilmektedir (Özgen, 2007).

Türkiye'deki uzunluğu 523 km olan Dicle nehri; ilk kaynağını Hazar gölünün güneyinde uzanan 2230 m yüksekliğindeki Hazar baba dağı'nın güne eteklerinden alır. Metropol ilçelerin kuzeybatısında bulunan Hazar Gölü yakınlarında Önşepgen köyü civarında çıkan güçlü bir kaynak Dicle nehrinin esas kaynağını teşkil eder. Maden dağlarını dar, derin ve kıvrımlı bir bünye ile geçerek Maden çayı adıyla Eğil ilçesi sınırlarındaki Dibni çayı ile birleşerek Dicle nehri adını alır ve buradan Diyarbakır havzasına uzanır. Başta güneye doğru akan Dicle nehri, Diyarbakır'ın hemen doğusundan geçerek Fabrika köyü civarında doğuya doğru yönelir ve ovayı doğu-batı yönünde kat eder. Dicle nehri, batıdan Devegeçidi (Furtaşko) çayı, Havar çayı ve Fabrika (Dankıran) deresini, güneyden Karasu, Göksu, Seyhan ve Savur çaylarını, kuzeyden ise Ambar çayı, Kuru çay, Pamuk çayı, Salat çayı, ve en önemlisi Batman çayını bünyesine alır.

Metropol ilçe sınırları dışında Avine çayı, Savur çayı ve diğerleri zayıf dereler halinde Dicle nehrine karışır. Bunların bazıları yazın Dicle'ye varmadan kurur, varanlar olsa bile çok azalır. Dolayısıyla bunlar Dicle'nin bu alüvyonlu, sıcak ve kurak ovadaki su kaybını karşılayacak düzeyde değildir. Lakin Dicle'yi Dicle yapan, onu bir nehir haline sokan asıl kollarıdır. Kaynaklarını yüksek ve bol yağışlı Doğu

Toroslar'dan alan bunlar kuvvetli ırmaklardır. Yalnız, bunlardan, başlarını Doğu Toros'un Metropoli sırasına kadar itebilmiş olanlar elbette daha kuvvetli, Ambar çayı, Pamuk çayı, kuru çay ve Salat çayı gibi daha aşağıdaki alçak sıradağlardan doğanları zayıftır ve yaz aylarında kururlar veya kuruyacak duruma gelirler (Foto: 3).



Foto: 3 Dicle nehrinin debisinin en düşük olduğu ekim ayından ve yüksek olduğu nisan ayından birer görünüm

Diyarbakır havzası boyunca yer yer gömük menderesler çizere akan Dicle nehri; mevsimsel yağış ve akım farklılıklarından dolayı bol miktarda malzeme taşımaktadır. Kurak dönemlerde suyun çekilmesiyle birlikte birçok ırmak adası ve terkedilmiş menderes kolları oluşmaktadır. Bu durum, Dicle nehrinin düzensiz rejimi ile ilgilidir (Foto: 3).

Metropol ilçelerin yaklaşık ortasından geçen Dicle nehrinin aylık debi ortalamasını gösteren tablo ve grafiğe göre, nehrin yarı karasal iklim özelliklerini yansıttığı gözlenmektedir. Metropol ilçelerde Dicle nehri ve kolları üzerinde birçok baraj inşa edildiğinden akım kayıtları tutulmamıştır. Buna mukabil özellikle 2013 ve 2017 arası akım grafiğine bakıldığında Dicle nehrinin iklim koşullarından bağımsız istikrarlı bir akış gösterdiğini de göreceksiniz Araştırma alanı içinde olan ve Dicle'nin yan kollarında akarsu akım gözlem istasyonları sınırlı oranda olduğundan, akım kaydı var olan istasyonların verileri kullanılmıştır. Tablo 1 ve Tablo 2 görülen nehrin aylık ve yıllık ortalama akım verileri Kırklardağı ve Ziyaret köyü mevkisinden bulunan rasat istasyonundan alınmıştır. Nehre ait yıllık rejim incelendiğinde, Plüviyal rejimli bir akarsu ünitesi olduğu görülmektedir (Tablo 1-Tablo 2-Grafik 1-Grafik 2). Tablo ve grafikte de görüldüğü gibi 1986 ve 2002 yıllarına ait olan rejimde iklime bağlı salımların daha yoğun hissedildiği 2007 ve 2017 yıllarına ait grafiklerde ise barajların etkisine bağlı olarak, daha kontrollü bir rejimin olduğu görülebilir (Grafik 1-Grafik 2 ve Tablo 1-Tablo 2-Harita:).

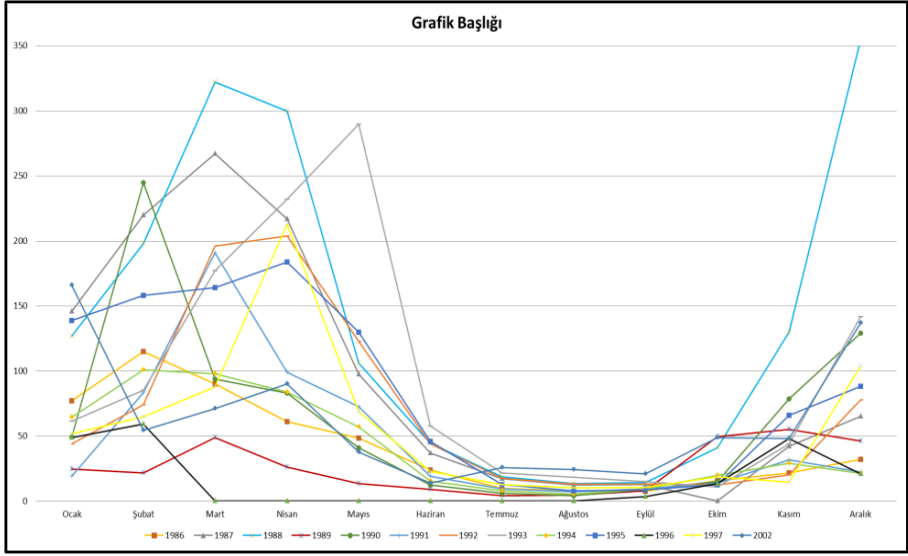


Foto: 4 Dicle vadi tabanında eğim koşulları düşük değerler gösterdiğinden, Dicle nehri menderesler oluşturarak akmaktadır.

Tablo 1 Dicle nehrinin 1986 -1997 arası ve 2002 yıllarına ait aylık akım verileri (Ölçüm 10 Gözlü köprü'nün 250 metre aşağı kısmından yapılmıştır.)

Yıllar	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
1986	77,3	115	90,3	61,2	48,5	24,1	9,9	7,81	7,56	15,8	21,7	32,3
1987	146	220	267	217	97,7	37,1	17,1	12,3	12,8	0	42,3	65,2
1988	127	198	322	300	106	44,3	18,8	13,4	14,2	41	130	355
1989	24,6	21,7	48,9	26,3	13,4	9,24	4,28	4,75	7,95	49,6	55,3	46,2
1990	49,3	245	93,9	83,1	40,9	12,6	6,09	4,26	9,02	15,2	78,6	129
1991	19,2	83,3	191	98,9	72,7	19	9,28	7,24	9,45	13,9	31,9	22,3
1992	43,9	74,2	196	204	123	44	17,6	13,2	13,1	12,3	20,2	77,7
1993	61,5	85,3	177	232	290	57,9	21,8	18,2	15,2	11,1	44,1	142
1994	64,6	101	97,9	83,9	56,9	15,5	7,85	5,42	9,26	20	29,3	21,3
1995	139	158	164	184	130	46	12,8	7,85	8,53	12,9	65,8	88,1
1996	49	59,2	0	0	0	0	0	0	3,6	13,5	48,1	20,9
1997	51,9	64,7	87,9	213	69	22,7	12,7	10,1	10,5	18,8	14,7	104
2002	166	54,4	71	90,1	37,8	14	25,8	24,2	21,1	49	48	137

Kaynak: 1 DSİ 10. Bölge Müdürlüğü havza planlama bölümü

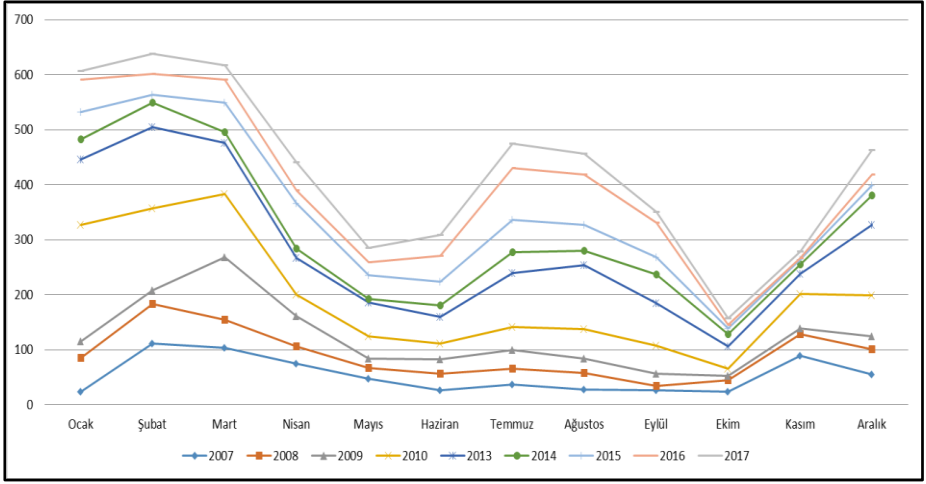


Grafik 1 Dicle nehrinin 1986 -1997 arası ve 2002 yıllarına ait aylık akım grafiği

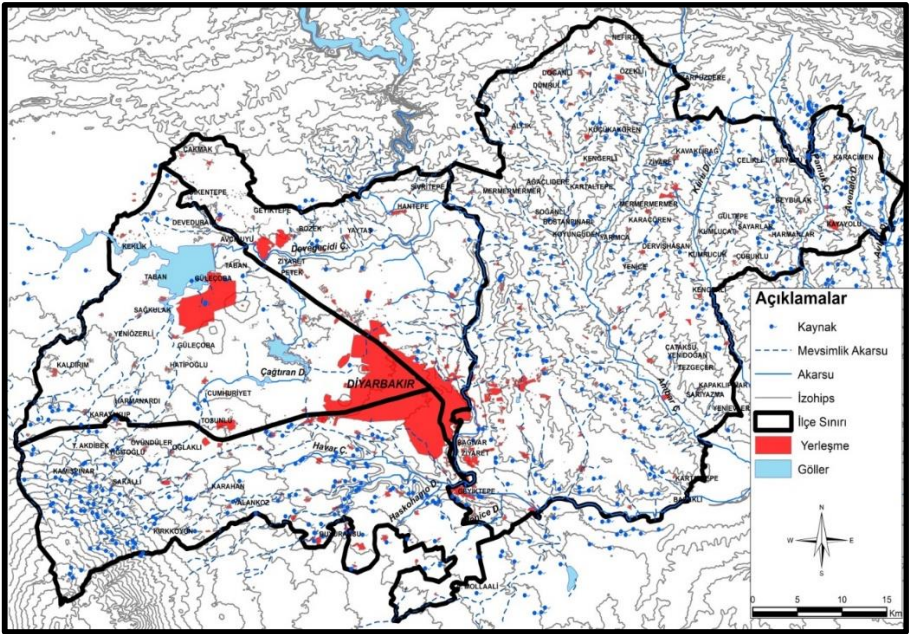
Tablo 2 Dicle nehrinin 2007 -2010 ve 2013 ile 2017 yılları arası yıllık akım verileri M3/sn (Ölçüm 10 Gözlü köprü'nün 8 kilometre güneyinde Ziyaret mevkiinden yapılmıştır.)

Yıllar	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2007	23,6	111	103	74,9	46,7	26,2	37	27	26	23,3	88,4	55,3
2008	61,4	71,9	51,3	30,8	20,6	30,1	27,9	31	7,72	21	39,9	44,9
2009	29,8	25,5	114	54,8	17,1	26,3	34,1	26	22,4	8,65	11	24,2
2010	212	148	115	39,5	39,9	28,2	41,9	53,6	51,4	12,6	62,6	73,8
2013	119	148	92,1	66,7	61,9	48,5	98,2	116	77,1	40,1	36,2	129
2014	36,5	44,7	19,6	17,2	6,6	21,8	37,5	26,8	52,5	23	17,4	53,3
2015	50,1	14,1	53,9	82,6	43,1	43	59,9	46,8	30,6	10,3	8,28	17,9
2016	59,2	38,5	41,8	22,6	22,8	46,4	93,9	91,8	63,6	5,81	3,64	19,6
2017	15	36	26,7	51,7	26,5	38,5	43,9	38	19,4	12,6	11,2	45

Kaynak: 2 DSİ 10. Bölge Müdürlüğü havza planlama bölümü



Grafik 2 Dicle nehrinin 2007 -2010 ve 2013 ile 2017 yılları arası yıllık akım verileri

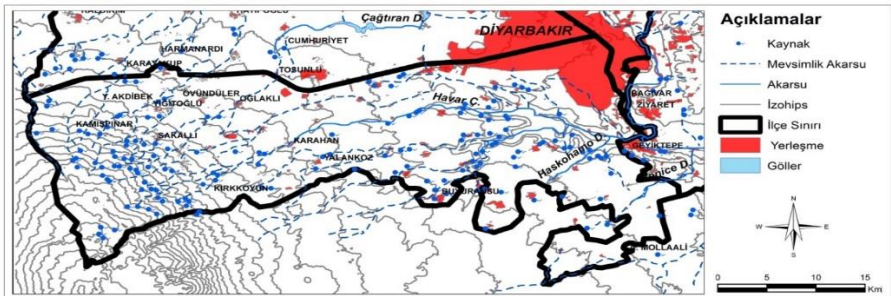


Harita: 2 Diyarbakir metropol ilçeler hidrografya haritası

2.1 Bağlar Metropol İlçesinin Hidrografyası

Bağlar ilçe sınırları içerisinde ana akarsu kolunu Havar çayı oluşturmaktadır. Havar çayı kaynakları yıl boyu aktif olan bir çok bazalt akiferinden kaynağını aldığından sürekli bir akarsudur. Havar çayının su toplama havzası yaklaşık 82 bin hektar olup kaynağı Çınar ilçesinde olan birçok derede bu akarsuya katılmaktadır. Havar çayının DSİ de her hangi bir akım kaydı olmadığından çay hakkındaki bilgiler yerel halktan edinilmiştir. Havar çayı Karacadağ'ın yüksek kesimlerine kadar uzanmakta olup yukarı kesimleri dar ve derin vadileri oluşturmuştur (Harita:).

Karacadağ'a doğru çatallanarak birçok dereye ayrılan Havar çayı asıl gövdesini Kusvar, Hijar, Kanyakosi ve Karapar çaylarının; Batıçanakçı kırsal mahallesi mevkiinde birleşmesi ile alır. Havar çayının debisi mart nisan aylarında en yüksek konumunda olup, debini en düşük olduğu aylar ise Eylül-Ekim aylarıdır. Köylülerden alınan bilgilere göre Bu çay üzerinde 2018 yılında gerçekleşen sel felaketinde yüzlerce koyun telef olmuştur.



Harita: 3 Bağlar metropol ilçesinin hidrografya haritası

Bağlar metropol ilçesinin diğer bir kayda değer çayı Çınar ilçesinin Sarımkesen, Soğansuyu, Alabaş köyleri civarında birçok kaynağın birleşmesiyle ortaya çıkan Heskohemo çayıdır. Bu çay sürekli bir akışa sahip olamayıp dönemlik bir akarsu özelliği göstermektedir. Kasım ayından ağustos ayına kadar akışkanlık göstermektedir. Bu çayın yaklaşık uzunluğu 50 km olup Uzunbahçe, Koyulhöyük, Batıkarakoç çaylarını geçerek Tavşantepe kırsal mahallesinin aşağı kesiminde Havar çayına karışır (Kaynak: Harita 25 bin topog. hariatası).

Yine Havar çayının bir kolu olan ve Havar'ın Dicle nehrine karışmasına yaklaşık 1 km kala Havar çayı ile birleşen Karamuk (Yenice) çayı da yılın bazı dönemlerinde oldukça debisi yüksek olan bir akarsu özelliği göstermektedir. Yerel halktan alınan bilgiye göre bu akarsu aslında yıl boyu aktif olan bir akarsu olup 3-4 yılda bir kuruma eğilimi gösterdiği söylenmektedir (Foto: 5).



Foto: 5 Havar çayı ile Karamuk (Yenice) deresinin birbirine karıştığı alan; Mevki Aşıklar çeşmesi

Bağlar metropol ilçesinde doğal göl bulunmamaktadır. Buna karşın tarımda ve hayvancılıkta kullanılması amacıyla birçok mevsimlik akarsuyun önüne set çekilerek birçok irili ufaklı göletler oluşturulmuştur. Bu göletlerin başlıcaları: Alatosun, Ekince, Eşikdüzü, Karahan-1, Karahan-2, Kırkkoyun göletleridir.

Bağlar metropol ilçesi su kaynağı açısından oldukça zengindir. Bu kaynaklar bazaltların normal bir yer altı su napı olamadığından, damar halindeki bazalt çatlaklarının eklem ve çatlaklarına bağlı olarak yüzeye çıkmaktadırlar.

İlçede birçok yeraltı suyu sondajı bulunmakta olup bu sondajların derinliği 2–10 m arasındadır. Bunun nedeni Şelmo Formasyonu genellikle kili, siltli kumtaşı ve çakıl taşı marnlı seviyelerin ardalaşmasından oluşmuştur. Hakim litoloji kil olup, genelde geçirimsiz bir birim oluşturmuştur. Kuzeyde Deve geçidi deresi, güneyde Havar çayı vadilerinde bazalt örtüsü altında görülmeleri Karacadağ volkanikleri altında sürekli yayıldığını göstermektedir. Bu formasyon az da olsa altı suyu taşımaktadır. Şelmo formasyonunun yer altı su tablasının ortalama statik seviyesi 5–15 m arasındadır ve yer altı su tablası genelde topografyaya uygunluk göstermektedir (Öztürk, M. Çelik, R. 2016). Derin kuyulardan elde edilen yeraltı suları ise akifer esaslıdır. Bu itibarla ana su kaynağı Karacadağ etekleridir denilebilir.

Bağlar metropol ilçesinin yeraltı su potansiyeli oldukça yüksek olup son yıllarda tarımda sulama amacıyla birçok sondaj açılmıştır. Buna bağlı olarak ilçede son 10 yılda sulu tarım alanlarında önemli bir artış gerçekleşmiştir. Bu sondajların bazıları debileri yüksek olduğu için

DİSKİ tarafından şehir şebekesine bağlanmıştır. Bağlar metropol ilçesinde debisi en yüksek olan yeraltı suyu Buçuk tepe köyünde (Hugebuç), Aşağıbeyan mevkinde bulunan kaynak olup debisi saate 5400 litre olan kaynaktır. İlçede 21 kaynak ve sondajdan çıkan sular Diyarbakır şehir şebeke suyuna bağlanmaktadır (Tablo 3).

Tablo 3 Bağlar metropol ilçesinde şehir şebeke suyuna katkıda bulunan kaynak ve sonjaların listesi

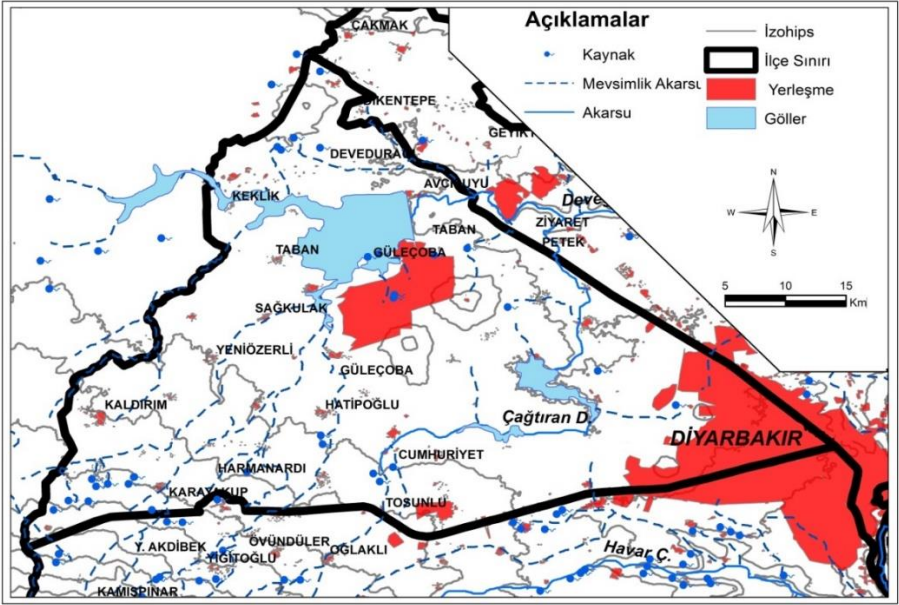
Sıra	Metropol ilçe	Köy	Mezra	Son. Derinliği	S. S. (m)	D. S. (m)	Su (lt/sn)
1	Bağlar	Ağaçgeçit (kırtı)		95			
2	Bağlar	Bağcılar	88 evler	100	20	55	3
3	Bağlar	Batıçanakçı	Yemişalan	KAYNAK			
4	Bağlar	Batıkarakoç		114	12	75	5
5	Bağlar	Batıkarakoç	Karamus	144	28	122	3
6	Bağlar	Buçuktepe (Hıgecug)		195	130	157	2
7	Bağlar	Buçuktepe (Hıgecug)	Aşağıbeyan	68	20	40	15
8	Bağlar	Develi		180	105	130	8
9	Bağlar	Gömmetaş (Sırım)		100	30	74	5
10	Bağlar	Kabahıdır		152	90	140	1
11	Bağlar	Kolludere (kodı)		126	30	50	0,5
12	Bağlar	Kolludere (kodı)	Eğertutmaz	140	100	120	4
13	Bağlar	Kolludere (kodı)	Kaşıkcı	130	25	88	6
14	Bağlar	Kolludere (kodı)	Taşdirek	140	28	70	4,5
15	Bağlar	Körtepe		148	50	108	5
16	Bağlar	Pınaroğlu (Mezrık)		152	64	76	3
17	Bağlar	Sarıdallı (Dırmeşur)		384	10	62	7
18	Bağlar	Topraktaş		98	5	63	10
19	Bağlar	Uzunbahçe (Baluc)		320	190	205	3
20	Bağlar	Uzunbahçe (Baluc)	Balhca	152	80	110	1,6
21	Bağlar	Yukarımollaali (Melealiyajorin)		180	35	100	1,5

Kaynak: 3 DSİ 10. Bölge Müdürlüğü

2.2 Kayapınar Metropol İlçesinin Hidrografyası

Kayapınar metropol ilçesinin tamamı Dicle nehrinin kollarından biri olan Devegeçidi çayı havzasında bulunmaktadır. Devegeçidi çayı yukarı çıkırında Aysat, Hatun, Çay, Şehgür ve birçok küçük akarsuyun şimdiki baraj gölünün var olduğu noktada birleşmesiyle asıl görünümüne kavuşmuştur (Kaynak:Harita topo 25 bin). Yaklaşık 3200 hektar genişliğinde olan baraj gölü ilçenin önemli bir kısmını kaplamaktadır. İlçede alansal olarak geniş göletler bulunmakta olup başlıcaları; Gözegöl, Kaldırım, Kaynaklar göletleridir. Bu göletlerin tamamı Devegeçidi baraj gölü de dahil olmak üzere sulama amaçlıdır. Sulama amacıyla 2009 - 2010 yılları arasında inşa edilen, Devegeçidi kaya gövde dolgu tipi olan baraj 10.600 hektarlık bir alana sulama hizmeti vermektedir (Harita: 41).

İlçede yıl boyu akışa sahip olan Cücük deresi birçok sürekli kaynaktan beslenmekte olup, bu dere üzerinde Kaynaklar ve Gözegöl göletleri bulunmaktadır. Kaldırım sulama göleti ise Hatun deresi üzerinde kurulmuştur. Bu akarsular genel itibari ile temmuz, Ağustos ve eylül aylarında kurudurlar (Harita: 41).



Harita: 41 Kayapınar metropol ilçesinin hidrografya haritası



Foto: 6 Kayapınar metropol ilçesinde bulunan Cücük deresinden bir görüntü. Eylül ayı olduğundan dere kurumaya yüz tutmuş.

Diyarbakır şehrinin içme suyu rezerv alanı olarakta nitelenebilecek olan Kayapınar metropol ilçesi yer altı su potansiyeli bakımından zengindir. İlçede 15 ayrı noktadan sondaj yöntemi ile su çıkarılmakta olup 5m ile 250 m arasında değişmektedir. Bu kuyulardan en fazla su çıkarılan kaynak saatte 61200 litre su ile Cücük kırsal mahallesinin Gırzo mevkinde bulunan su kuyusudur (Tablo 4).

Kayapınar ilçe sınırları içinde doğal göl bulunmamaktadır. Gözegöl göletinin rezervuar yüzeyi 65 ha.'dır. Dengecük, Bücük, Gürzo, Demalan, Cankatran ve Hestiyan yörelerinde 550 hektar alanı sular. Ayrıca büyükbaş hayvanların içme suyu gereksinimini de bu gölet karşılar.

Tablo 4 Kayapınar metropol ilçesinde şehir şebeke suyuna katkıda bulunan kaynak ve sondajların listesi

Sıra	Metropol İlçe	Köy	Mezra	Son. Derinliği	S. S. (m)	D. S. (m)	Su (lt/sn)
1	Kayapınar	Beneklitaş (Hestiya)		28			4
2	Kayapınar	Beneklitaş (Hestiya)	Toprakevler	19	33	35	5
3	Kayapınar	Cankatran		103	6	41	4,5
4	Kayapınar	Cücük	Balpınar(Gırzo)	15			17
5	Kayapınar	Çölgüzeli		36	21	32	5
6	Kayapınar	Çölgüzeli	Serapgüzeli	250			--
7	Kayapınar	Gözalan	Leylek	32			--
8	Kayapınar	Gözegöl (Dengecük)		20	20	38	11
9	Kayapınar	Gözegöl (Dengecük)	Alçak-Taşova	15	10	60	5
10	Kayapınar	Talaytepe (Gırbelk)		50	61	73	8
11	Kayapınar	Uyandık (Sekar)		25	10	55	6
12	Kayapınar	Yolboyu		450	26	96	8
13	Kayapınar	Yolboyu	Çayır	15	72	75	3
14	Kayapınar	Yolboyu	Güldalı (Tilolık)	5	15	58	3,5
15	Kayapınar	Yolboyu	Kuyusırtı	43	1	20	6

Kaynak: 4 DSİ 10. Bölge Müdürlüğü

2. 3 Yenişehir Metropol İlçesinin Hidrografyası

Yenişehir metropol ilçesi Diyarbakır bazalt platosunun Dicle vadisine geçiş yaptığı sahada bulunmaktadır. Dolayısıyla bazalt platosunun kenarı diyebileceğimiz bir alanı içine alan bu kesim üzerinde oluşan birçok derenin kısa bir vadi ağı oluşturarak Dicle nehrine karıştığı bir alan olarakta görülebilir. İlçede bu kenar plato üzerinde oluşarak vadi tabanına doğru akışa geçen birçok dere bulunmaktadır (Harita:).

İlçe sınırları içinde debisi ve vadi ağı en geniş olan akarsu kaynağını Kayapınar ilçesinden alan Devegeçidi çayıdır. Bu çay ilçe sınırları içine girdikten yaklaşık 18 km sonra Dicle nehrine karışır (Foto: 7).



Foto: 7 Yenişehir ilçesinin kuzeyinden Dicle nehrine karışan Devegeçidi çayı; Başil kırsal mahallesi yakınları

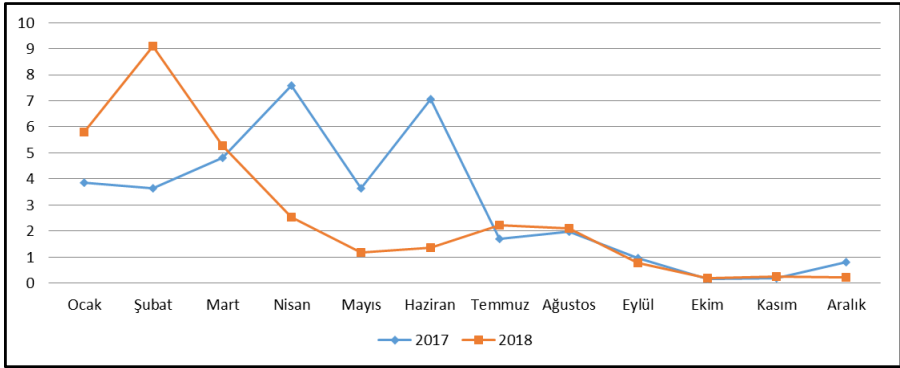
Devegeçidi çayının yukarı çığırları güneydoğu Torosların ön kıvrım dağlarına kadar uzanmaktadır. Dolayısıyla bünyesine bir çok irili ufaklı

dere alan Devegeçidi çayı üzerinde baraj bulunduğundan akımındaki farklılıklar belirlenememektedir. Baraj gövdesinden sonrada bünyesine önemli bir akarsu karışmadığından, barajdan bırakılan suya bağlı olarak akımı oluşmaktadır. Tablo ve grafikte de görüldüğü gibi akım ekim ayında dip yapmakta olup; dere yatağı neredeyse kuru bir hal alır. Bu akarsuyun su toplama havzası ocak, şubat, mart ve nisan aylarında çok fazla yağış aldığından baraj bu dönemde bol miktarda suyu akarsu yatağına salmaktadır (Foto: 7- Tablo 5-Grafik 3).

Tablo 5 Devegeçidi çayının 2017 ve 2018 yılları ait akım verileri M3/sn (Ölçüm Devegeçidi barajı piknik alanı mevkiinden yapılmıştır.)

Yıllar	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2017	3,86	3,63	4,8	7,57	3,65	7,05	1,71	1,97	0,966	0,151	0,204	0,819
2018	5,81	9,1	5,26	2,54	1,17	1,36	2,21	2,1	0,79	0,181	0,238	0,235

Kaynak: 5 DSİ 10. Bölge Müdürlüğü havza planlama bölümü



Grafik 3 Devegeçidi çayının 2017 ve 2018 yılları ait akım verileri akım grafiği

İlçede birçok kaynak bulunmakta olup bu kaynakların bazılarının debileri yüksek olduğundan ilçede bazı dereler yıl boyu sürekli akışa sahiptir. Örneğin Dokuzçeltik kırsal mahlesinin geneyinde ve kuzey

batısında bir çok kaynak bulunmakta olup, buradan doğan kaynaklar Hanbağı ve Köyaltı deresini besler bu dereler aşağı çığırda Yukarıgolan ve Derin dere ile birleşerek, Çarseyda deresini oluşturarak Dicle'ye karışırlar. Bu dere Diyarbakır şehir Metropolinde, Seyrantepe'den Silvan köprüsüne inerken sağ tarafta kalmakta olup şehir yapılarının işgali tehlikesi ile karşı karşıyadır (Kaynak:1/25 binlik topoğrafya).

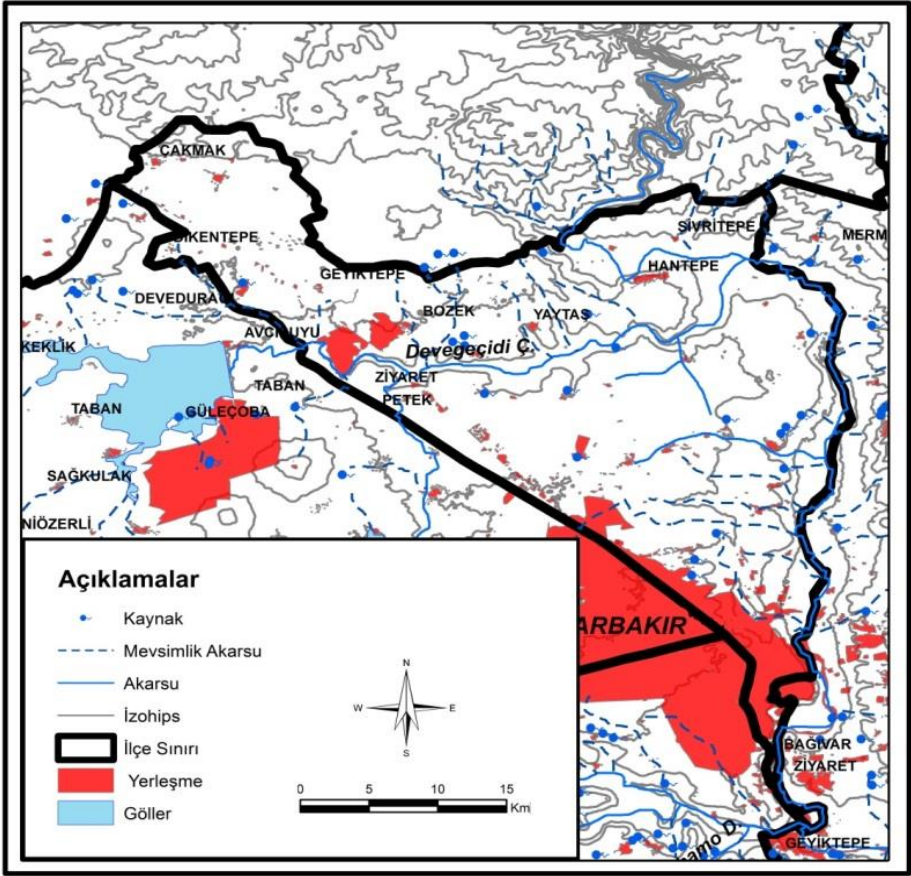
Dicle vadisine bakan dik yamaçlardan bazalt tabakasının altında bulunan Şelmo formasyonun dokanak noktasında bir çok kaynak oluşmaktadır. Bu kaynaklar doğduktan kısa bir mesafe sonra Dicle nehrine karışır (Harita:).

İlçede hiç doğal göl bulunmamaktadır. İlçede sulama amaçlı Gülgöze kırsal mahallesi mevkiinde 45 hektarlık bir gölet bulunmaktadır. İlçe yeraltı suyu açısından zengindir. Diyarbakır şehrine ilk içme suyu amaçlı kuyuların kullanıldığı kulular belediye tarafından bu ilçe alanında açılmıştır. Bu gün üç kuyular mahallesi olarak adlandırılan alan geçmişte içme suyu tedariki için açılan kuyuların bulunduğu mevkidir. Günümüzde bu kuyular hala kullanılmaktadır. İlçede günümüzde aktif olarak kullanılan 14 kuyu bulunmakta olup bu kuyulardan Başıl, Aynetu ve Yukarınasırlar kırsal mahallerindeki kuyular debisi en yüksek olan kuyulardır (Tablo 6).

Tablo 6 Yenişehir metropol ilçesinde şehir şebeke suyuna katkıda bulunan kaynak ve sondajların listesi

Sıra	Metropol ilçe	Köy	Mezra	Son. Derinliği	S. S. (m)	D. S. (m)	Su (lt/sn)
1	Yenişehir	Alpu (Karaveri)		455	32	105	6
2	Yenişehir	Bahçelievler		40	15	30	8
3	Yenişehir	Başıl		412	6	45	10
4	Yenişehir	Dökmetaş (Karakilis)		152	12	102	6
5	Yenişehir	Dökmetaş (Karakilis)	Temsan evleri	85			---
6	Yenişehir	Güvendere (Kamışek)		54	6	41	4,5
7	Yenişehir	Güvercinlik (Aynetu)		28	10	16	10
8	Yenişehir	Güvercinlik (Aynetu)	Harbut	54	28	40	9
9	Yenişehir	Sancar (İğliyan)		150	0	115	3
10	Yenişehir	Tanışık (Harbicin)		168	8	55	8
11	Yenişehir	Üçkuyu		110	18	67	7
12	Yenişehir	Yolaltı (Şilbe)		360	120	280	4
13	Yenişehir	Yukarımasırlar		80	22	70	10
14	Yenişehir	Yüksek(Aynetojorin)		70	15	20	5

Kaynak: 6 DSİ 10. Bölge Müdürlüğü



Harita: 5 Yenişehir metropol ilçesinin hidrografiya haritası

2.4 Sur Metropol İlçesinin Hidrografyası

Hani ve Kocaköy ön kıvrım dağlarından Silvan platosunun Neojen dolgu sahasına girerek oradan Dicle nehrine karışan Ambar, Kuruçay ve Pamuk çayları Sur ilçesinin ana hidrografik unsurlarıdır. Bu çayların vadileri genel itibari ile kuzey- güney doğrultusundadır. Ancak bazı yerlerde yapısal özelliklere bağlı olarak doğu- batı doğrultulu sübsekant vadilerde akışlarını sürdürmektedir. Bu akarsular doğdukları ve

beslendikleri kuzey ve güneydeki yüksek (dağlık) kütlede, başka bir deyişle Hani ve Kocaköy kenar kıvrım zonlarında dar ve derin vadiler içinden akarak neojen plato yüzeyine geçerler. Burada geniş tabanlı ve yavan yamaçlı vadiler oluştururlar. Bu vadiler içinde akarsular (*dağlık bir bölgeden çıktıktan sonra*) önlerinde uzanan Pliyo- Kuvaterner dolguları içinde adeta gömülerek yer yer örgülü drenaj göstererek, yer yer geniş tabanlı vadiler, bazen de kertik yapıları vadiler içinde akışlarını sürdürmektedirler.

İlçede doğudan batıya doğru akarsuları sıralayacak olursak Ambar çayı, Kuruçay ve pamuk çaylarıdır. Ambar çayı; neojen yaşlı depoların kalın bir örtü oluşturduğu Silvan platosuna doğru akan bu çay kaynağını Güneydoğu Torosların kenar kıvrımları kuşağındaki 750m- 1000m yüksekliğindeki dağ ve tepeliklerden alır³.



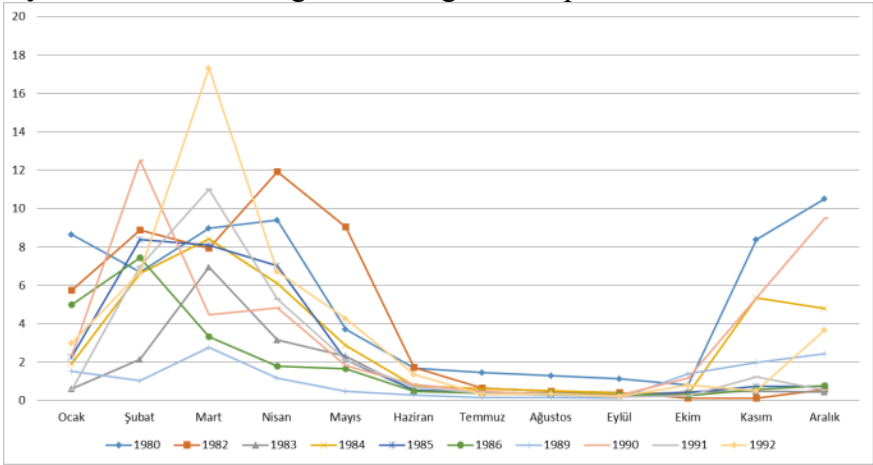
Foto: 8 Neojen dolgu alanları aşındırarak akan Ambar çayından bir görünüm

³ (Hani ilçesinin güneyinde doğu- batı yönünde bulunan Piderbaba Tepesi 770m, Şems Tepesi 789m, Kel Tepesi 969m, Hamo Tepesi ile Telatin dağı)

Tablo 7 Ambar çayının 1980 ve 1992 yılları arası yıllık akım verileri M3/sn (Ölçüm Devegeçidi barajı piknik alanı mevkiinden yapılmıştır.)

Yıllar	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
1980	8,64	6,68	8,96	9,41	3,72	1,68	1,45	1,28	1,13	0,819	8,38	10,5
1982	5,73	8,89	7,92	11,9	9,04	1,73	0,629	0,488	0,427	0,115	0,118	0,581
1983	0,625	2,14	6,95	3,15	2,31	0,521	0,405	0,364	0,33	0,451	0,468	0,46
1984	1,92	6,61	8,42	6,1	2,88	0,775	0,615	0,515	0,394	0,347	5,34	4,79
1985	2,28	8,4	8,09	7,02	2,1	0,534	0,408	0,318	0,247	0,399	0,733	0,725
1986	4,98	7,43	3,33	1,78	1,64	0,466	0,378	0,34	0,33	0,239	0,587	0,782
1989	1,51	1,04	2,75	1,17	0,462	0,28	0,136	0,146	0,119	1,38	1,98	2,45
1990	2,34	12,5	4,48	4,83	1,82	0,851	0,487	0,302	0,283	1,15	5,36	9,51
1991	0,537	6,98	11	5,29	2,1	0,705	0,393	0,284	0,189	0,264	1,22	0,54
1992	3	6,69	17,3	6,73	4,28	1,37	0,315	0,345	0,222	0,808	0,511	3,69

Kaynak: 7 DSİ 10. Bölge Müdürlüğü havza planlama bölümü



Grafik 4 Ambar çayının 1980 ve 1992 yılları arası yıllık akım grafiği

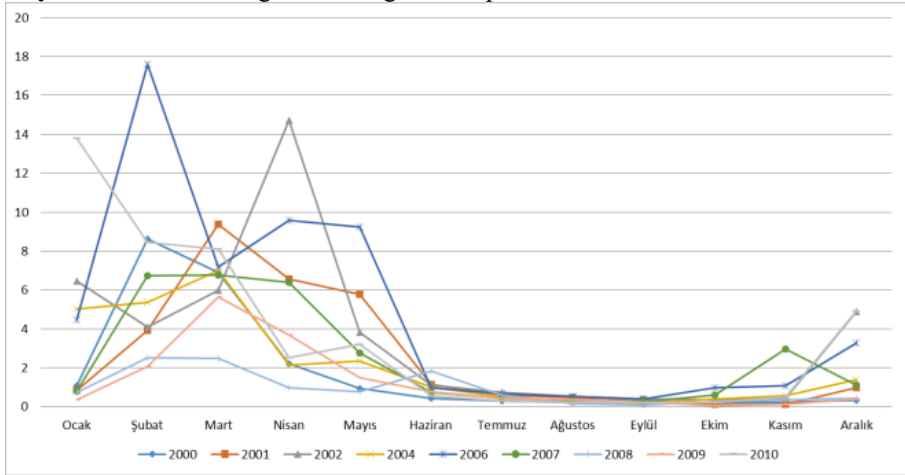
Ambar çayı bu neolen plato üzerinde doğu ve batısındaki dönemlik ve geçici akarsuları da bünyesine katarak dandritik drenaj ağı oluşturarak Sur metropol ilçesinin Bahçecik ve Köşk kırsal mahallelerinin güneydoğusunda, Bismil ilçesinin sınırları içine geçerek Dicle nehrine karışmaktadır. Eylül ve ekim aylarında kuruma meyli gösterse de cılız olarak akmaya devam eden Ambar çayı tarımsal sulamada önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Metropol ilçelerin iklim özelliklerinin bir

yansıması olarak kış ve ilkbahar dönemlerindeki yağışların etkisiyle debisi yükselen Ambar çayı; en yüksek akım değerine genellikle kış sonu ve ilkbahar başlarında ulaşmaktadır (Foto: 8- Harita:). Kasım ayının başı itibari ile debisi artmaya başlayana Ambar çayının debisinin ek yüksek sabite seyrettiği dönem şubat ve nisan ayı aralığıdır (Tablo 7-Tablo 8-Tablo 9-Grafik 4-Grafik 5-Grafik 6).

Tablo 8 Ambar çayının 2000 ve 2010 yılları arası yıllık akım verileri M³/sn (Ölçüm Devegeçidi barajı piknik alanı mevkiinden yapılmıştır.)

Yıllar	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mays	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2000	1,07	8,62	6,91	2,21	0,932	0,438	0,293	0,206	0,141	0,211	0,211	0,31
2001	0,844	3,93	9,38	6,55	5,76	1,16	0,59	0,466	0,366	0,118	0,125	0,982
2002	6,45	4,11	5,97	14,7	3,83	1,13	0,747	0,517	0,401	0,375	0,415	4,89
2004	5,01	5,37	6,99	2,14	2,36	1,02	0,482	0,209	0,188	0,381	0,549	1,4
2006	4,47	17,6	7,18	9,58	9,23	0,965	0,668	0,521	0,408	0,993	1,07	3,27
2007	0,805	6,73	6,77	6,38	2,75	0,737	0,443	0,337	0,263	0,613	2,97	1,11
2008	0,739	2,53	2,47	0,96	0,757	1,85	0,613	0,168	0,098	0,271	0,343	0,419
2009	0,358	2,07	5,64	3,68	1,49	0,77	0,435	0,362	0,209	0,068	0,117	0,408
2010	13,8	8,44	8,09	2,51	3,22	0,563	0,285	0,226	0,226	0,235	0,514	4,92

Kaynak: 8 DSİ 10. Bölge Müdürlüğü havza planlama bölümü

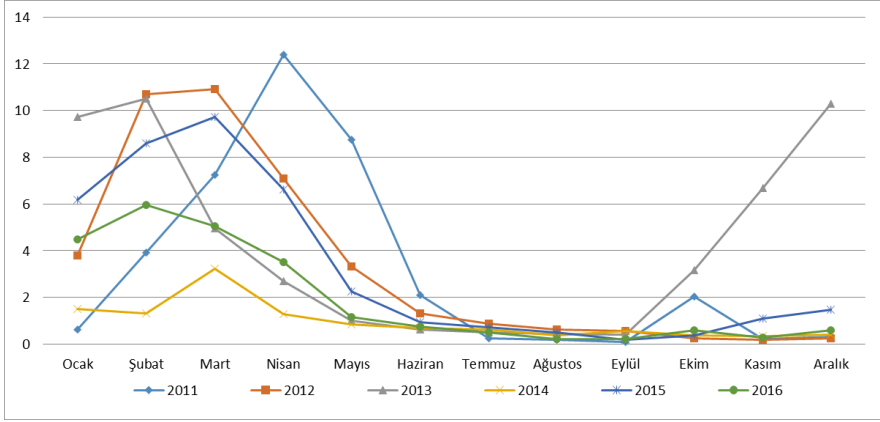


Grafik 5 Ambar çayının 2000 ve 2010 yılları arası yıllık akım grafiği

Tablo 9 Ambar çayının 2011 ve 2016 yılları arası yıllık akım verileri M3/sn (Ölçüm Devegeçidi barajı piknik alanı mevkiinden yapılmıştır.)

Yıllar	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2011	0,627	3,93	7,24	12,4	8,76	2,1	0,249	0,189	0,094	2,03	0,226	0,329
2012	3,78	10,7	10,9	7,1	3,34	1,33	0,894	0,615	0,56	0,24	0,192	0,263
2013	9,73	10,5	4,95	2,71	1,01	0,629	0,487	0,431	0,405	3,17	6,69	10,3
2014	1,51	1,31	3,24	1,28	0,837	0,693	0,642	0,385	0,575	0,368	0,349	0,423
2015	6,17	8,6	9,72	6,63	2,27	0,949	0,73	0,505	0,175	0,372	1,09	1,46
2016	4,49	5,95	5,06	3,5	1,15	0,739	0,508	0,227	0,227	0,599	0,278	0,605

Kaynak: 9 DSİ 10. Bölge Müdürlüğü havza planlama bölümü



Grafik 6 Ambar çayının 2011 ve 2016 yılları arası yıllık akım grafiği

Güneydoğu Toros dağlarının kenar kıvrımları kuşağından kaynağını alan Kuruçay Kocaköy ilçe merkezinin bulunduğu 1000-1200m yüksekliğindeki ön kıvrım zonundan kaynağını almaktadır. Özellikle ağustos, eylül ve ekim aylarında kuru denebilecek şekle bürünür. Vadi tabanı ve yamaçlarında bulunan debisi düşük kaynakların sayesinde cılız bir akış göstermektedir. Kuzeyindeki dağlık silsileye çok fazla girinti yapamayan Kuruçay; Sıcaklığın arttığı kurak yaz aylarında kurduğu için bu ad ile anılmaktadır (Foto: 9).

Sur metropol ilçesinde yaklaşık kuzeyden güneye 18 km'lik bir uzunluğa sahip olan Kuruçay, Aşağıkengerli kırsal mahallesi mevkiinde Bismil ilçe sınırlarına geçer. Bismil İlçe sınırlarında Işıklar, Ataköy, Yasince köy sınırlarından geçerek Dicle nehrine karışır. Kuruçayı idame ettiren ve özellikle yaz aylarında az da olsa yüzeysel akışa devam etmesini sağlayan kaynakların çoğu yamaç ve tabaka kaynaklıdır.

Özellikle ocak, şubat, mart ve nisan aylarında debisinde ani artışların olabildiği bu çay sel rejimli bir akım grafiği de sergilemektedir. 1965 yılından 1985 yılına kadar yıllık toplam akım değişimine bakıldığında 1966 ve 1972 yılları arasında bu günkü seyrinin neredeyse üç katı bir akım gösteren Kuruçay 1972 ve 1975 yılları arasında adeta kuru bir evre yaşamıştır. Bu durum dönemin iklimsel parametrelerinin değişimi hakkında önemli bilgilerde vermektedir (Tablo 10-Grafik 7-Grafik 8).

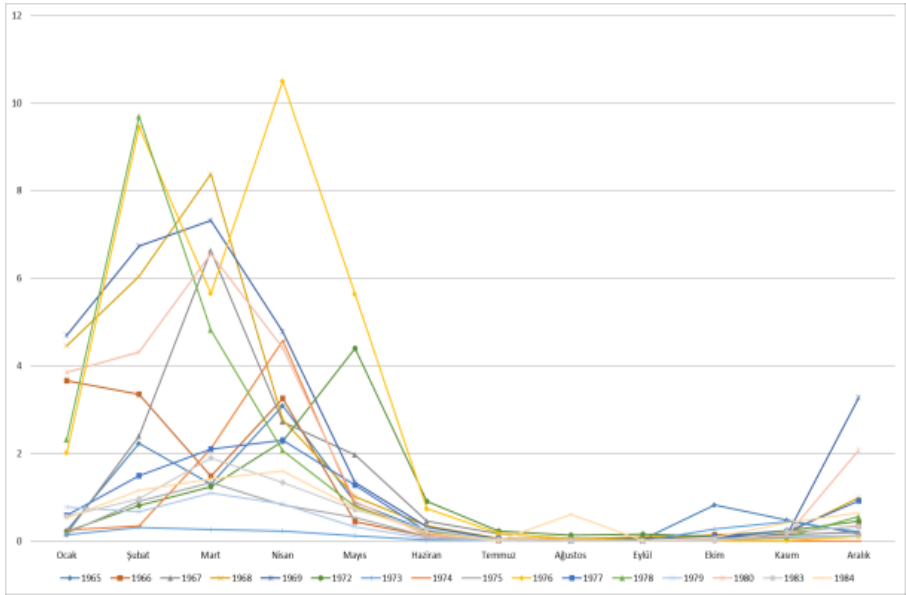


Foto: 9 Kaynağını Kocaköy dağlarından alan Kuruçay'ın eylül ayından bir görüntüsü

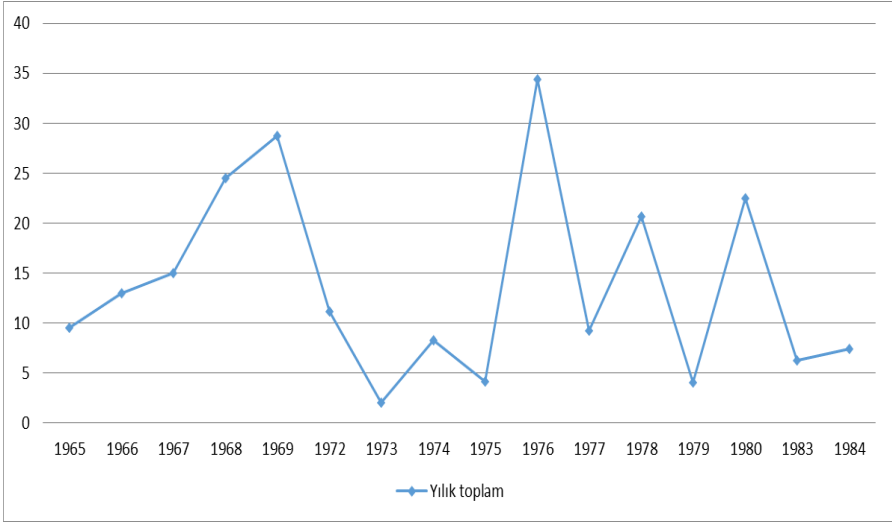
Tablo 10 Kuruçay'ın 1965 ve 1984 yılları arası yıllık akım verileri
M3/sn (Ölçüm Bismil'e 14 km mesafedeki Yasince Köyü mevkiinden yapılmıştır.)

Yıllar	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
1965	0,234	2,23	1,3	3,08	0,875	0,24	0,052	0,02	0,032	0,824	0,474	0,167
1966	3,66	3,35	1,48	3,25	0,443	0,101	0,017	0,011	0,011	0,145	0,188	0,343
1967	0,162	2,39	6,62	2,71	1,97	0,455	0,163	0,054	0,061	0,107	0,148	0,202
1968	4,45	6,04	8,37	2,76	1,01	0,35	0,057	0,042	0,092	0,131	0,183	0,983
1969	4,69	6,73	7,31	4,78	1,33	0,322	0,05	0,007	0,053	0,073	0,143	3,28
1972	0,211	0,809	1,24	2,27	4,39	0,906	0,23	0,131	0,159	0,105	0,242	0,448
1973	0,146	0,312	0,262	0,22	0,113	0,023	0,008	0,004	0,002	0,276	0,442	0,208
1974	0,255	0,349	2,11	4,57	0,815	0,161	0,03	0,002	0,012	0,002	0,002	0,004
1975	0,181	0,907	1,33	0,817	0,537	0,102	0,022	0,002	0,002	0,027	0,073	0,13
1976	2,01	9,45	5,65	10,5	5,64	0,738	0,182	0,048	0,029	0,001	0,012	0,102
1977	0,586	1,49	2,1	2,3	1,28	0,217	0,042	0,003	0,001	0,101	0,21	0,916
1978	2,31	9,69	4,81	2,06	0,788	0,201	0,049	0,019	0,02	0,034	0,1	0,554
1979	0,773	0,666	1,1	0,843	0,325	0,056	0,006	0,006	0,003	0,051	0,105	0,116
1980	3,85	4,31	6,55	4,41	0,906	0,123	0,051	0,019	0,015	0,023	0,132	2,07
1983	0,563	0,959	1,89	1,33	0,72	0,259	0,021	0,003	0,005	0	0,211	0,334
1984	0,526	1,16	1,42	1,59	0,751	0,191	0,016	0,607	0,015	0,086	0,416	0,642

Kaynak: 10 DSİ 10. Bölge Müdürlüğü havza planlama bölümü



Grafik 7 Kuruçay'ın 1965 ve 1984 yılları arası yıllık akım grafiği



Grafik 8 Kuruçay'ın 1965 ve 1984 yılları arası toplam yıllık akım grafiği

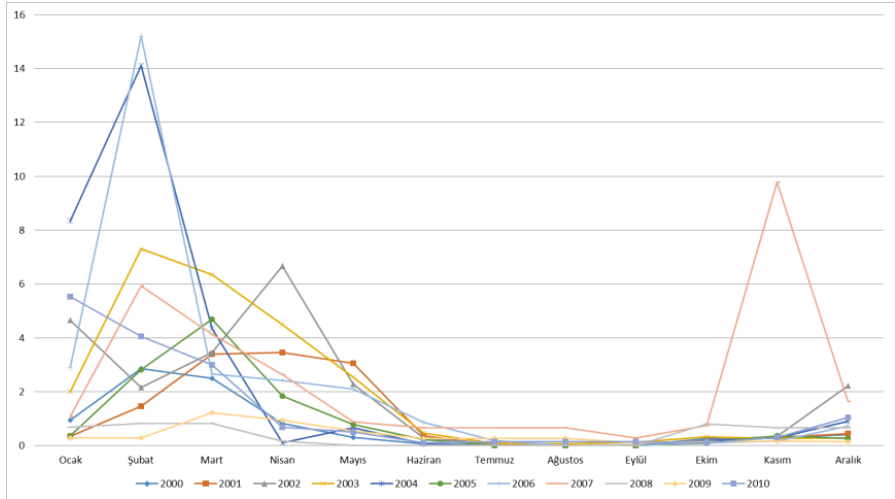
Pamuk çayı; Lice depresyonunun (Fis ovası) güneyinde uzanan ve Güneydoğu Toros dağlarının ön kıvrımını teşkil eden dağlık alanların güney eteklerinden kaynağını almaktadır⁴. Bu dağlık alanlardaki küçük derelerin biraraya gelmesi ile (Verto Deresi, Ziltek Deresi, Derun Deresi) Mafetya ve Memediyen çayları meydana gelir. Yer şekillerinin genel eğimi doğrultusunda Silvan platosunun neojen dolgu alanlarına yönelen bu iki akarsuda birleşerek, Pamuk çayını oluştururlar. Araştırma alanı sınırları içinde yaklaşık 14 km olan bu çay üzerinde Pamuk çayı barajı inşaatı sürmekte olup bu barajın sulama ve enerji amacıyla kullanılması planlanmaktadır.

⁴ Zark ve Goçkar dağları ile Hazankilise T.(1409m), Vahtit T., Kanderhalkaya T., Ajikan T., Akrinik T..gibi

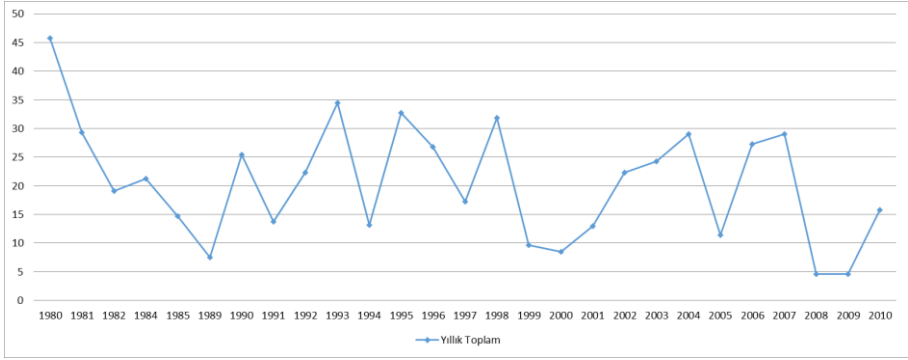
Tablo 11 Pamuk çayının 1980 ve 2010 yılları arası yıllık akım verileri M3/sn (Ölçüm Silvan yolu üzerinde Pamuk çayı köprüsü mevkiinden yapılmıştır.)

YILLAR	Ekim	Kasım	Aralık	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Yıllık Toplam
1980	1,04	2,49	5,08	6,96	6,97	12	8,53	2,06	0,54	0,081	0,04	0,02	45,811
1981	0,039	0,524	1,61	5,02	7,26	8,19	4,26	1,58	0,422	0,07	0,012	0,375	29,362
1982	0,289	0,421	0,8	0	0	0	9,97	4,24	1,46	0,727	0,603	0,637	19,147
1984	0	0	4,74	1,43	2,99	3,57	3,38	3,25	1,15	0,722	0,002	0,024	21,258
1985	0,362	0,205	0,184	0,523	4,64	4,22	3,16	0,535	0,293	0,213	0,171	0,171	14,677
1989	0,894	1,1	1,25	0,877	0,731	1,21	0,848	0,415	0,11	0,029	0,018	0,007	7,489
1990	0,365	1,71	5,18	3,15	9,36	2,67	2,18	0,806	0,055	0	0	0	25,476
1991	0,164	0,43	0,439	0,685	3	6,27	1,92	0,743	0,053	0,004	0	0,001	13,709
1992	0,228	0,288	0,895	1,35	9,47	6,7	2,04	1,19	0,114	0	0	0	22,275
1993	0,131	0,675	1,43	2,54	5,95	10,6	3,45	8,71	0,833	0,143	0,024	0,023	34,509
1994	0,108	0,271	0,23	1,02	5,31	2,89	2,41	0,635	0,132	0,057	0,039	0,064	13,166
1995	0,196	1,18	3,51	5,51	6,49	5,54	6,22	3,09	0,833	0,06	0	0,087	32,716
1996	0,543	0,583	0,491	1,67	3,17	10,8	6,58	1,64	0,718	0,366	0	0,224	26,785
1997	0,269	0,251	0,853	1,48	3,72	4,34	5,46	0,84	0,02	0,004	0,001	0,014	17,252
1998	0,313	0,191	1,37	3,41	6,1	6,89	8,72	3,58	0,98	0,152	0,068	0,075	31,849
1999	0,411	0,426	0,681	0,602	1,57	1,31	4,08	0,394	0,129	0,07	0,013	0	9,686
2000	0,266	0,304	0,41	0,94	2,86	2,49	0,827	0,302	0,066	0,003	0	0	8,468
2001	0,131	0,311	0,449	0,339	1,47	3,4	3,45	3,05	0,361	0,032	0	0	12,993
2002	0,204	0,341	2,21	4,65	2,16	3,46	6,67	2,27	0,285	0,061	0,008	0,026	22,345
2003	0,32	0,261	0,282	2	7,31	6,34	4,5	2,53	0,467	0,075	0,06	0,117	24,262
2004	0,179	0,293	0,904	8,33	14,1	4,36	0,104	0,672	0,074	0	0	0	29,016
2005	0,08	0,365	0,265	0,359	2,81	4,69	1,84	0,79	0,218	0	0	0	11,417
2006	0,11	0,174	0,715	2,89	15,2	2,66	2,41	2,1	0,853	0,192	0	0	27,304
2007	0,749	9,78	1,64	1,08	5,92	4,14	2,63	0,875	0,66	0,66	0,66	0,286	29,08
2008	0,794	0,66	0,66	0,675	0,82	0,82	0,155	0,005	0	0	0	0	4,589
2009	0,14	0,172	0,144	0,279	0,288	1,23	0,951	0,539	0,26	0,26	0,26	0,102	4,625
2010	0,095	0,31	1,05	5,52	4,06	3	0,674	0,51	0,11	0,135	0,14	0,14	15,744

Kaynak: 11 DSİ 10. Bölge Müdürlüğü havza planlama bölümü



Grafik 9 Pamuk çayının 2000 ve 2010 yılları arası yıllık akım grafiği



Grafik 10 Pamuk çayının 1980 ve 2010 yılları arası toplam yıllık akım grafiği

Özellikle ağustos ve eylül aylarında su debisi büyük ölçüde azalarak cılız bir hale gelen Pamuk çayının, debisini çok sayıda kaynak beslemektedir. Tabaka ve yamaç kaynakları biçiminde ortaya çıkan bu suların çoğu yaz mevsiminde kurumakta veya kuruyacak duruma gelmektedir. Erler, Güroluk, Cumhuriyet, Tatlıçayır, Serçeler, Çavuşlu, Başpınar, Aşağı Dolay ve Of köylerinin idari sınırları aşağı yukarı, Pamuk çayının ana mecrasına/ yatağına göre belirlenmiştir. Bu köylerden geçerek Dicle nehrine katılan Pamuk çayı su toplama havzasının geniş olmasından dolayı önemli oranda alüvyal taşımaktadır. İlçe Metropolinin doğusunda ve Korukçu Köyü civarında Dicle nehrine katılan Pamuk çayının su potansiyeli, yöre ve bölgenin iklim koşullarına bağlı olarak özellikle ilkbahar mevsiminde önemli seviyelere ulaşmaktadır (Tablo 11-Grafik 9-Grafik 10).

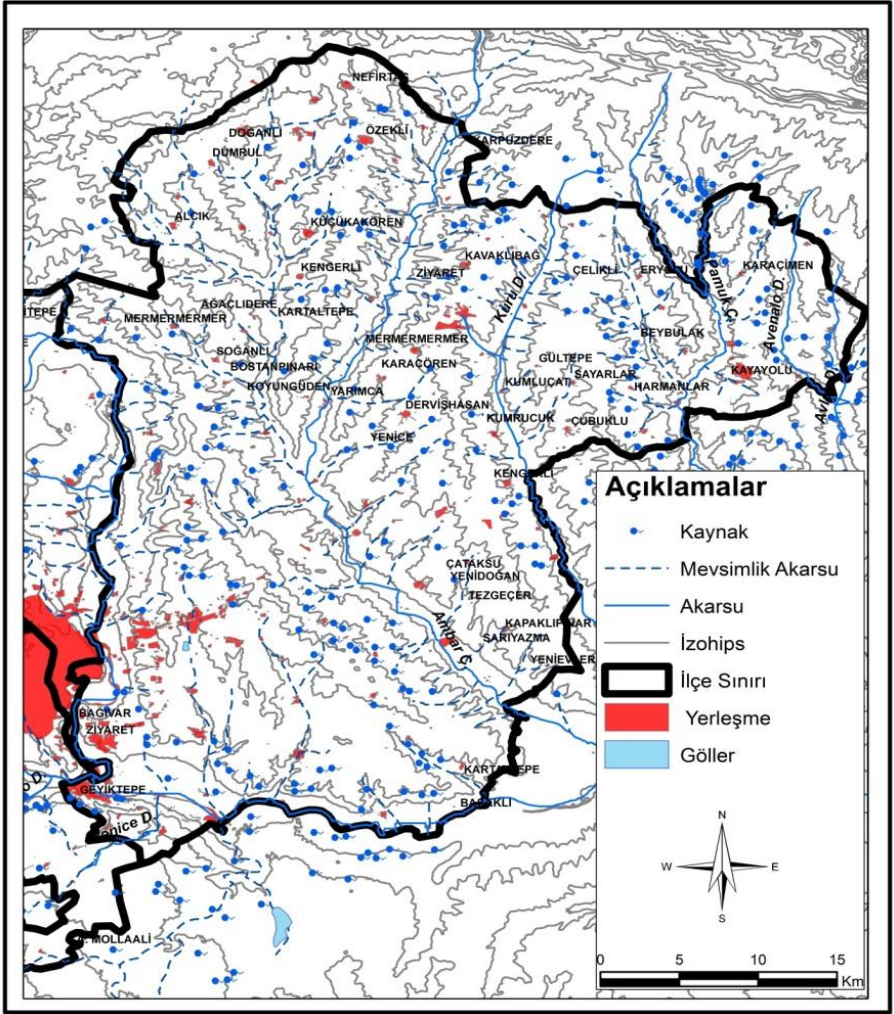
Sur metropol ilçesinde doğal göl bulunmamaktadır. İlçede bulunan yapay göletler; Kabaklı göleti, Karabaş göleti, Kozan göleti, Kurtkayası göleti, Tekevler göleti, Güvercinevler göletleridir. Görüldüğü gibi Sur

metropol ilçesinde tamamı yapay olmak üzere çok sayıda gölet bulunmaktadır. Irmakların ve çayların üzerinde yapılmış ve yapılmakta olan barajlarla birlikte Diyarbakır havzası önümüzdeki yıllarda nerdeyse ‘*Göller Yöresi*’ne dönüşecektir.

Tablo 12 Sur metropol ilçesinde şehir şebeke suyuna katkıda bulunan kaynak ve sondajların listesi

Köy	Mezra	Son. Derinliği	S. S. (m)	D. S. (m)	Su (lt/sn)
Büyükkadı		85	90	155	1,5
Büyükkadı	Abdioğlu	7	?	?	?
Dicle Tm yanı				48	10,5
DicleTm dışı				30	14
Dicle KH				51	9
Dicle Keson					
Doğuçanakçı		17	20	168	5
Erimli (Sımaki)		200	33	144	7
Esenbağ (Zeynıka)		70	4	140	3,5
Gencan		61	20	168	4
Gölpınar (Aslanoğlu)		75	15	162	4
Hacıosman		30	10	148	4
Karabaş		110	68	159	5
Karpuzlu (Hacıis)		170		4	15
Kervanpınar		120	0	100	5,5
Kırmasirt (İngici)		85			
Kozan		90	14	67	2
Köprübaşı		90			
Nahırkıracı (Şarabi)		60	20	120	2,2
Pınardüzü (Cırnık)		50	48	210	5
Sati (Satya)		120	30	72	10
Tanoğlu (Sadi)		30	30	158	2
Tavuklu		80	12	140	0,5
Yeşilvadi (Çarıklı)	Hayvan Borsası		A=50		
Yeşilvadi (Çarıklı)	DSİ		A=?	86	45
Yeşilvadi (Çarıklı)	Kurtkayası		38	76	4,5
Yeşilvadi (Çarıklı)	Geyiktepe	63	70	120	4,5

Kaynak: 12 DSİ 10. Bölge Müdürlüğü



Harita: 6 Sur metropol ilçesinin hidrografya haritası

Sur metropol ilçelerinde çok sayıda kaynak bulunmaktadır. Bu kaynaklar Ambar çayı, Kuruçay ve Pamuk çayının vadileri boyunca çizgisel bir özellik göstermektedir. Bu kaynakların oluşumu ilçedeki jeolojik, litolojik ve jeomorfolojik yapının bir sonucudur. Silvan platosunda neojen yaşlı tortul depoları üzerinde flüviyal aşınmalar

sonucu yataklarını, plato yüzeyinden yaklaşık 100-200m aşındıran akarsular, vadi sistemleri boyunca farklı jeolojik ve litolojik yapılara gömülmüştür. Özellikle Diyarbakır metropol ilçelerin doğusunda kaynakların yaygın olması bu sahanın jeolojik ve litolojik yapısıyla yakından ilgilidir. Sur ilçesinin büyük bölümünü teşkil eden üst miyosen yaşlı Şelmo formasyonunun (marn, kalker, çakıl ve kumtaşı) geçirgenlik özelliği nedeniyle suları kolaylıkla bir alt formasyon olan alt Miyosen yaşlı Germik formasyonuna sonra onun da altında uzanan Eosen yaşlı Midyat formasyonuna kadar sızar ve açık olan noktalardan yüzeye çıkar (Harita:).

Sur metropol ilçesinde çok sayıda sondaj kuyusu olup bunların çoğu sulama amaçlıdır. Ayrıca Diskinin kamulaştırarak içme ve kullanma suyu olarak faydalandığı bir kaynak ve sondaş kuyusu bulunmakta olup bunlardan debisi saniyede 45 litre ile en yüksek olan kaynak Çarıklı DSİ mevkiinde Sandaj kaynağıdır (Tablo 12).

3. Taramsal Arazi Kullanımına Yönelik Değerlendirmeler

Diyarbakır metropol ilçeleri sulamada kullanılabilir tatlı su kaynağı olan yer altı ve yer üstü suları açısından zengindir. Metropol ilçelerde su kaynağının varlığı kadar bu kaynakların doğru kullanılması ve etkili bir şekilde idare edilmesi gerekmektedir. Özellikle 2000’li yıllardan sonra GAP’ın etkisine bağlı olarak birçok sulama projesi gerçekleşmiş, tarım alanlarına yatırımlar yapılmış olmasına rağmen henüz istenen düzeye varmamıştır. Metropol ilçelerde modern sulama tekniklerinin kullanılması durumunda daha sürdürülebilir bir üretim gerçekleşecektir.

Modern sulama projeleri sayesinde ülkemizin diğer sulamalı tarım alanlarında yüksek verim artışları sağlanmıştır. Özellikle hububatta % 149, baklagil-lerde % 233, şekerpancarında % 96, pamukta % 245, mısırdada % 481, meyvede % 129, narenci-yede % 129, sebzedede % 143 oranında üretim artışı gerçekleşmiştir (Çeker, A. 2016).

Tarım ürünlerinin yetiştirilmesinde sulamaya en çok ihtiyaç duyulan dönem boy verme ve tane tutma dönemleridir. Metropol ilçelerde genel olarak bu dönemler kurak olarak geçtiğinden sulama zorunlu olmaktadır. Bu durum sulama kanalları, sulama göletleri ve yer altı sularından karşılanmaktadır. Metropol ilçelerde sulamanın yapılabildiği tarım alanlarında yıl içinde iki ürün alınabilmektedir. Yenişehir metropol ilçesinde kanal sulaması, Sur metropol ilçesinde daha çok nehre pompaş atılarak sulama ve gölet sulaması, Bağlar metropol ilçesinde yer altı sondaj sulaması, Kayapınar metropol ilçesinde ise sulama göleti sulaması egemendir.

Diyarbakır metropol ilçelerinde Dicle Nehri, Ambar çayı, Kuruçay, Pamuk çayı, Devegeçidi çayı, Havar çayı, sürekli akışa sahip olan akarsulardır. Aynı zamanda Bağlar ve Kayapınar metropol ilçeleri de yer altı suları açısından zengindir. Bu kaynakların etkili kullanımını için DSİ tarafından Ambar çayı barajı, Pamuk çayı barajı, Kuruçay barajı, yapım aşamasında olup bunların bazıları su tutmaya başlamıştır. Bu projeler sonuçlandığı zaman metropol ilçelerdeki sulu tarım alanları aratacak ve buna bağlı olarak tarımsal üretimde etkili bir artışta sağlanacaktır.

Metropol ilçelerde Dicle Nehri vadi tabanı ve Ambar çayı, Pamukçay, Kuruçay vadi tabanları hidrolojik açıdan sulu tarım alanlarına uygun alanlardır. Bu nedenle bu alanlarda yoğun tarım yöntemi uygun ortamlardır.

KAYNAKÇA

- Aalirezaei, A. Khan, M.S.A. Kabir, G. Ali S.M. (2021). Prediction of water security level for achieving sustainable development objectives in Saskatchewan, Canada: implications for resource conservation in developed economies J. Clean. Prod., 311 (2021), Article 127521, 10.1016/j.jclepro.2021.127521
- Anonim, (2008). Diyarbakır Tarımsal Kuraklık Eylem Planı Taslağı. Diyarbakır Valiliği, Tarım İl Müdürlüğü. Diyarbakır.
- Berbel, J. Exposito, A. (2022). A decision model for stochastic optimization of seasonal irrigation-water allocation Agric. Water Manag., 262 (2022), Article 107419, 10.1016/j.agwat.2021.107419
- BM, 2015. Su Gelişim Raporu.
- Çeker, A. (2016). Doğal Ortamın Jeomorfoloji-Hidrografiya Tarımsal Faaliyetlere Etkileri Bağlamında Bir Alan İncelemesi: Dalaman Ovası Örneği . Yeni Fikir Dergisi , 8 (16) , 29-50 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/yenifikirjournal/issue/61749/923152>
- ÇEM, Çölleşme ile Mücadele Ulusal Eylem Planı, Ankara.
- Çetin, Ö., Eylen, M. ve Üzen, N. (2008). İklim değişikliğine karşı GAP Bölgesinde Etkin Sulama Stratejileri. TMMOB İklim Değişimi Sempozyumu Bildiriler Kitabı. Mart-2008, Ankara.
- Diyarbakır İli Çevre Durum Raporu (2018). Türkiye Cumhuriyeti Diyarbakır Valiliği Çevre Ve Şehircilik İl Müdürlüğü, Çed Ve Çevre İzinleri Şube Müdürlüğü, https://webdosya.csb.gov.tr/db/ced/icerikler/d-yarbak-r_-cdr2018-20190906171616.pdf
- DSİ 10. Bölge Müdürlüğü havza planlama bölümü
- DSİ, (2016). DSİ’ce İşletilen ve Devredilen Sulama Tesisleri Değerlendirme Raporu, Ankara.
- DSİ, (2016). Faaliyet Raporu, Ankara.
- DSİ, (2016). Türkiye’nin Yüzeysuyu Potansiyeli, Ankara.
- EASAC, (2017). European Academies Science Advisory Council Policy Report 34,

- FAO et al., (2020a). FAO, IFAD, UNICEF, WFP, WHO. The state of food security and nutrition in the World. 2020 Transforming Food Systems for Affordable Healthy Diets, FAO, Rome (2020)
- FAO, (2011). The State of the World's Land and Water Resources for Food and Agriculture (SOLAW)—Managing Systems at Risk. Food and Agriculture Organization of the United Nations: Rome, Italy; Earthscan, London, UK
- FAO, (2017a). The Future of Food and Agriculture - Trends and Challenges. Rome
- FAO, (2020b). The State of Agricultural Commodity Markets 2020, The State of Agricultural Commodity Markets. FAO, Rome, Italy (2020), 10.4060/cb0665en
- FAO, (2021). Crop Prospects and Food Situation. No.1, 03 (2021) Rome, Italy
- Gürgen, G. (2002). Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin İklimi. D.Ü. Ziya Gökalp Eğt. Fak. Yay No: 12. Diyarbakır.
- Kıymaz, T. (2016). Sürdürülebilir Kalkınma Gündeminde Tarım ve Gıda. 12. Tarım Ekonomisi Kongresi, Isparta.
- Li, M. *et al.* (2020). Managing agricultural water and land resources with tradeoff between economic, environmental, and social considerations: A multi-objective nonlinear optimization model under uncertainty. *Agricultural Systems*, 178 (2020), p. 102685
- Mo Li, Sun Hao, Liu Dong, P. Singh Vijay, Fu Qiang, et al. (2021). Multi-scale modeling for irrigation water and cropland resources allocation considering uncertainties in water supply and demand. *Agric. Water Manag.*, 246 (2021), Article 106687, 10.1016/j.agwat.2020.106687
- Musa, A.A. (2021). Goal programming model for optimal water allocation of limited resources under increasing demands, *Environ., Dev. Sustain.*, 23 (2021), pp. 5956-5984
- Ogbolunmi, O.A., Nwulu, N.I. (2022). A food-energy-water nexus meta-model for food and energy security. *Sustain. Prod. Consump*, 30 (2022), pp. 438-453, 10.1016/j.spc.2021.12.019
- OSİB, (2017). Su kaynaklarının Geliştirilmesi ve Hidroloji Çalışma Grubu Raporu, 2.Ormanlık ve Su Şurası, 5-7 Mayıs 2017.

- OSİB, (2017). Sulama Çalışma Grubu Belgesi, 2.Ormancılık ve Su Şurası, 5-7 Mayıs 2017. Taysun, K. 2018, Araştırma Raporu,
- Özçağlar, A. (2011). İdari Coğrafya. Ankara. Ümit Ofset Basım s.47
- Özçağlar, A. (1994). Çarşamba Ovası ve Yakın Çevresinde Araziden Faydalanma. Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merk. Dergisi, Sayı:3, s.s. 93, Ankara.
- Özgen, N. (2007). Bismil İlçesinin Coğrafyası. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Özgen, N. (2008). Analysis of Socioeconomical Indicators Affecting Population Development According to Geographic Factors in Bismil. World Applied Sciences Journal, 4, 58- 68.
- Özgen, N. (2013). Nüfusları 2000'in altına indiği için belediye teşkilatları kaldırılan yerleşmeler üzerine coğrafi bir analiz . Coğrafi Bilimler Dergisi , 11 (2) , 75-100 . DOI: 10.1501/Cogbil_0000000144
- Özgen, N. (2003). Siirt ve Yakın Çevresinin Doğal Ortam Özellikleri. Siirt Valiliği, yay. no:2, Siirt
- Özgen, N., Boz, V., (2007). Geographic Analysis On Interaction Between Human Being And Natural Environment In Mardin Folded (Gercüş- Savur). GEO Med, International Symposium on Geography.
- Özgen, N., ve diğ., (2005). Siirt ve Yakın Çevresinde Jura Tipi Kıvrımlı Yapı Reliefi, Ulusal Coğrafya Kongresi, sayfa: 621, İstanbul
- Özgen, N.,Özçağlar, A. (2017). Bismil İlçesinde Tarımsal Arazi Kullanımı ve Planlamaya Yönelik Kararlar (Agricultural Land Use in Bismil District and Decisions on Planning). Coğrafi Bilimler Dergisi/Turkish Journal of Geographical Sciences, 15(1), 77-107.
- Topçu, P. (2017). Sürdürülebilir Kalkınma ve Arazi Yönetimi. 1. Tarım ve Gıda Etiği Kongresi. 10-11 Mart 2017, Ankara, ss.491-497.
- Tuncer, V. (2007). Su Kaynaklarımızı Satmak Yerine Etkin Bir Su Yönetimi ve Su Bilinci Oluşturulmalıdır. Tarımın Sesi. Sayı: 15, Eylül-2007.

Türkeş, M. (2007). İklim Değişikliği, Kuraklık, Çölleşme Süreçleri ve Tarıma Etkileri. Kuraklık ve Türkiye Tarımı. Tema Vakfı Yayınları. Yayın No:52. İstanbul.

United Nations, (2020). World population prospects 2019: revision population database online at <https://population.un.org/wpp/> (accessed on 15th November 2020).

BÖLÜM 11

TERAPATİK REKREASYON

Dr. Ebru BARAKAZI¹

¹ Harran Üniversitesi, Halfeti Meslek Yüksekokulu, Turist Rehberliği Bölümü, Şanlıurfa/Türkiye. e-posta: ebrubarakazi@harran.edu.tr, Orcid: 0000-0002-6039-5556

1. Giriş

Sanayi devrimi sonrasında endüstrileşme ve makineleşme düzeyinde artış görülmesi sonucu boş zaman kavramı, giderek daha fazla dikkat çekmeye başlamıştır. 20. Yüzyıl'da teknolojik gelişmelerin de köklü yenilikler meydana getirmesiyle birlikte insan yaşamında gözle görülür bir şekilde değişimlerin gerçekleştiği gözlemlenmektedir. İnsan gücüne dayalı üretimin azaldığı ve makine kullanımının daha aktif rol aldığı yeni sistemde insana duyulan bağımlılık kısıtlanmaktadır. Bu durum insanlar için kişisel zevklerini ve gereksinimlerini ön plana koyarak ayıracakları boş zaman diliminin daha fazla olması olarak ifade edilebilmektedir (Park, 2002). Toplumsal açıdan bakıldığında ise boş zaman, sosyalleşme ve kişilerarası iletişim kurma noktasında önemli bir araç haline gelmektedir. Ancak boş zaman kavramının nasıl kullanılması gerektiği hususunda rasyonel bilgilerin ve faydalı yaklaşımların benimsenmesi gerekmektedir (Loreto, 2019). Çünkü insanlara yarar sağlamayarak olumsuz davranışlarını destekleyen oyun ve sanal bağımlılık gibi kötü alışkanlıklar, boş zaman içerisinde yapılan aktivitelerdir. Buna karşın inşaları olumlu yönde teşvik edecek olan ve sağlıklı yaşam standartlarını yükseltecek rekreasyon aktiviteleriyle boş zamanlarını tüketmesi beklenmektedir. Rekreasyon aktiviteleri, boş zaman içerisinde fiziksel sağlığı ve ruhsal yönleri faydalı bir biçimde geliştirmesinin yanı sıra bireysel becerileri artırmaktadır (Mahoney ve Stattin, 2000). Bu bakımdan rekreasyonun insan yaşamı için önemli düzeyde etki oluşturduğu ve kaliteli yaşam için vazgeçilmez konuların başında geldiği söylenebilmektedir. Rekreasyon aktiviteleri pek çok

çeşit ve sınıflandırma üzerinden tanımlanmaktadır. Bu çeşitlerden biri de dezavantajlı gruplar (engelli, hasta, yaşlı vb.) için çok ciddi olumlu sonuçları olan Terapatik rekreasyon aktiviteleridir. Toplumsal yaşamdaki fırsat eşitsizliğini gidermek ve dezavantajlı grupların fiziksel ve sosyal açıdan desteklenmesi amacıyla son dönemlerde terapatik rekreasyon aktivitelerine önem verilmektedir (Aydın, 2018). Bu kapsamda üçüncü yaş gruplarının bakımevlerine, fiziksel engelli bireylerin sosyal topluluklarına ve bakıma muhtaç çocukların alanlarına yönelik çeşitli Terapatik rekreasyon aktiviteleri düzenlenmektedir. Terapatik rekreasyon kavramının daha iyi anlaşılması için amaçları, uygulama alanları ve çıktılarının iyi şekilde ortaya konulması gerekmektedir. Bu kitap bölümünde Terapatik rekreasyona yönelik kavramsal çerçeve geniş bir bakış açısıyla verilerek konu hakkında detaylı bilgi edinilmesini hedeflenmektedir.

2. Rekreasyon

2.1. Rekreasyon ve Boş Zaman İlişkisi

Rekreasyon aktivitelerinin gerçekleşmesi için ihtiyaç duyulan boş zaman gereksinimi, iş saatlerinde yaşanan olumlu gelişmeler doğrultusunda artış göstermektedir. Boş zaman, bireylerin yaşamlarında geniş ve dinamik bir rol oynamaktadır (Kelly vd., 2020). Ayrıca boş zaman tercihlerinden elde edilen sonuçlar bireylerin yaşam kalitesini doğrudan etkilemektedir (Beard ve Ragheb, 1980). Bu bakımdan boş zamanın en verimli şekilde nasıl kullanılması gerektiği

noktasında tatmin edici cevaplara ve önerilere ihtiyaç duyulmaktadır (Hosper vd., 2007).

Boş zaman, çalışma dışında kalan ve özgür bir biçimde tüketilmesi için insan iradesinin sahip olduğu zaman dilimi olarak ifade edilmektedir. Bu zaman diliminde insanlar, özerklik ve yeterlilik gibi duygularını ön plana alabilmektedir (Chang ve Yu, 2013). İnsanların boş zamanlarını bilinçli bir şekilde kullanmaları yeteneklerini, becerilerini ve sorumluluk bilincini artırmaktadır (Danish vd., 2003). Buradan hareketle boş zamanlarını rekreasyon aktiviteleriyle harcayan insanların fiziksel ve ruhsal açıdan kazanımlar sağlayarak daha olumlu çıktılar elde edeceği yönünde önemli kanıtlar bulunmaktadır (Lloyd vd., 2001). Bu durum boş zaman ve rekreasyon ilişkisini olumlu yönde ortaya koymakta ve birbirinden bağımsız şekilde düşünülmeceğini göstermektedir. Bir diğer yandan rekreasyon aktiviteleri, ‘boş zamanlarda yapılan gönüllü faaliyetler’ olarak da tanımlanarak iki kavram arasındaki ilişkiye vurgu yapılmaktadır (Tütüncü, 2012).

2.2. Terapatik Rekreasyon

Terapatik rekreasyon, kavramsal açıdan ilk kez 18. Yüzyılda ABD ve Avrupa devletlerinin tıbbi uygulamalarında ortaya çıkmıştır. Aynı yüzyılın sonlarına doğru ilgili ülkelerde Terapatik rekreasyonun rehabilitasyon fonksiyonları nedeniyle yoğun bir şekilde kullanılmıştır. Zihinsel hastalıklar ve hasta psikolojisi alanlarında olumlu etkiler göstermesi termal ve SPA hizmeti veren turistik işletmelerde de kullanılmasının önünü açmıştır. Bununla birlikte yoksul, evsiz ve

madde bağımlısı gibi dezavantajlı gruplarda olan yardıma muhtaç insanların Terapatik rekreasyon etkinlikleri sosyal yaşamlarının desteklenmesi amaçlanmıştır. 20. Yüzyılda uzmanlık alanı ve bilimsel bir disiplin olarak kabul edilen Terapatik rekreasyon, günümüze kadar toplumda dezavantaja sahip olan tün gruplar için başvuru alan uygulamaların en başında gelmektedir (Sevil, 2015).

Terapatik rekreasyon, bütünsel yaklaşımı, kaynakların yaratıcı kullanımı, iş birliğine açıklığı ve geniş kapsamlı olumlu sonuçları ile tedaviye ve yaşam kalitesine katkısı kabul edilen bir rekreasyon türü olarak tanımlanmaktadır (Heyne ve Anderson, 2012). Amerikan Terapatik Rekreasyon Derneği Terapatik rekreasyonu, psikolojik ve fiziksel sağlık, iyileşme ve esenlik için bir araç olarak hastalıkları ve/veya engelleyici durumları olan bireylerin değerlendirilen ihtiyaçlarını karşılamak için rekreasyon ve diğer aktiviteye dayalı müdahaleleri kullanan sistematik bir süreç şeklinde tanımlamaktadır (ATRA, 2022). Terapatik rekreasyon, bireylerin boş zaman farkındalığı kazandığı ve grup etkileşim becerileri ile toplumsal iletişim yönlerini geliştirdiği önemli araçlardan birisidir. Bununla birlikte sosyal kişiliklerinin güçlendiği ve özgüven duygularının arttığı faaliyetler bütünüdür (Kloseck vd., 2001). Terapatik rekreasyon aktivitelerine katılan dezavantajlı grupların yaşam doyumu elde ettikleri ve önemli ölçüde sosyal ilişkilerinde daha başarılı oldukları gözlemlenmektedir. Bu rekreasyon türünde hedef kitle dezavantajlı gruplar tarafından oluşturulmaktadır. Bu grupların sağlık koşulları iyileştirmek ve zihinsel yönlerini güçlendirmek için Terapatik rekreasyon aktivitelerine

başvurulmaktadır. Fiziksel ve yaşsal dezavantaj yaşayan insanların yanı sıra yoğun iş stresinden veya psikolojik sorunlardan kaynaklanan olumsuzluklar yaşayan kişilerde Terapatik rekreasyon aktivitelerine katılım göstermektedir (Peacock ve Talley, 1985). Özellikle üçüncül yaş grubu üyesi bireylerde yaşam kalitesini desteklemek adına çeşitli Terapatik rekreasyon etkinlikleri aktif olarak yürütülmektedir (Clair ve Memmott, 2008).

Terapatik rekreasyon ile genellikle hayal kırıklıkları yaşayan, amaçsız olan, sağlıkta bozulmaları öne çıkan ve sosyal düzen içerisinde ihmal edilen dezavantajlı grupların topluma tekrar kazandırılması amaçlanmaktadır (Mancini ve Orthner, 1982). Bu etkinliklere katılım, dezavantajlı grupların kendilerini geliştirmek ve iletişim kurabildiklerini göstermek için bir fırsat olarak görülmektedir (Chang, 2014). Terapatik rekreasyonu daha iyi kavrayabilmek için uygulama alanlarına, kullanıcılarına ve uygulama örneklerine yakından bakmak gerekmektedir.

2.2.1. Terapatik Rekreasyon Uygulama Alanları

Dezavantajlı gruplara yönelik yapılan Terapatik rekreasyon aktiviteleri çeşitlilik göstermektedir. Rehabilit edici ve iletişimi güçlendirici aktiviteler olan her türlü fiziksel, sosyal ve kültürel etkinlikler, Terapatik rekreasyonun kaynakları olarak kabul edilmektedir (Çetiner, 2019). Terapatik rekreasyon aktiviteleri tercih edilirken katılımcıların yaş, cinsiyet, milliyet ve kültürel farklılıklar gibi demografik değişkenleri dikkate alınmalıdır (Karaküçük, 2012). Katılımcıların

Terapatik rekreasyon aktivitelerinden en yüksek düzeyde verim elde edeceği ortam ve koşullar sağlanmalıdır. Bu kapsamda Terapatik rekreasyon faaliyetleri için uygun uygulama alanlarının seçimi son derece önem arz etmektedir.

Katılımcılara en yakın rekreasyon alanları; Fiziksel açıdan farklı noktalarda rekreasyon aktivitelerine katılmayacak olan yaşlı bireyler veya yürüme engeli bulunan dezavantajlı grupların yaşadıkları alanlarda gerçekleştirilen faaliyetler olarak kabul edilmektedir. Huzurevleri, Yetiştirme Yurtları ve Hastaneler gibi alanlar bu kapsamda değerlendirilmektedir.

Sosyal rekreasyon alanları; Dezavantajlı gruplar arasındaki sosyal ilişkileri güçlendirmek ve toplumsal birlikteliği sağlamak için gerçekleştirilen rekreasyon aktivitelerinin faaliyet alanlarıdır. Sinema, yemek toplantıları ve alışveriş başta olmak üzere tüm sosyal alanları kapsamaktadır.

Kültürel ve sanatsal rekreasyon alanları; Dezavantajlı grupların bilgi ve entelektüel yapısını güçlendirmek için yapılan rekreasyon aktivitelerine ev sahipliği yapmaktadır. Özellikle farklı kültürden gelen katılımcıların kaynaşması ve adaptasyonu için gerekli aktivitelerin başında gelmektedir. Tiyatrolar, Müzeler, Sergi salonları, Konser alanları, Opera binaları ve Turistik geziler gibi kültürel aktiviteleri kapsamaktadır.

Fiziksel amaçlı rekreasyon alanları; Dezavantajlı grupların yaşadıkları en büyük sorunlardan birisi olan hareketsiz yaşam ve buna bağlı

hastalıklar, toplumdan hızla uzaklaşmalarına neden olmaktadır. Bu nedenle geri planda kalmalarını önlemek amacıyla fiziksel amaçlı rekreasyon aktiviteleri düzenlemekte ve egzersizlerle sağlıkları iyileştirilmeye çalışılmaktadır. Spor sahaları, yüzme alanları, yürüyüş parkurları ve açık alan spor etkinlikleri gibi fiziksel aktivitelerin yapıldığı alanlardır.

Eğlence amaçlı rekreasyon alanları; Katılımcıların aktivite boyunca hoşça vakit harcamaları ve keyifli zaman geçirmeleri için yapıldığı rekreasyon alanlarıdır. Özellikle oyun oynatılarak katılımcılar arasında eğlenceli duyguların paylaşılmasına yönelik gerçekleştirilen Terapatik rekreasyon aktivitelerinin yerleridir. Kutlama alanları, oyun salonları ve animasyon merkezleri gibi eğlence temalı rekreasyon alanlarını kapsamaktadır.

2.2.2. Terapatik Rekreasyon Kullanıcıları

Terapatik rekreasyonun kullanıcıları, genellikle fiziksel engelli, ileri yaş grupları, bağımlılar ve ruhsal hastalıkları bulunan bireyleri kapsamaktadır. Birleşmiş Milletler Dünya Sağlık Örgütü (WHO)'de dezavantajlı grupların terapatik rekreasyon süreci ile rehabilite edilmesini sağlık açısından olumlu görmekte ve hedef gruplara yönelik yapılan aktiviteleri desteklemektedir (UNWHO, 2020). Bu kapsamda dezavantajlı grup kullanıcıları için çeşitli terapatik rekreasyon uygulamaları yapılmaktadır (Bor, 2018). Ancak terapatik rekreasyon aktivitelerinin en etkili şekilde kullanıcı deneyimi sağlaması için hedef grupların doğru bir şekilde belirlenmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda

terapatik rekreasyon kullanıcıları ilgili alan yazın incelenerek şu şekilde sınıflandırılmaktadır

Fiziksel kullanıcı grupları; Ortopedik hastalıklar ve duysal rahatsızlıklar başta olmak üzere insan bedeninde meydana gelen her türlü engel durumunu temsil eden dezavantajlı gruplardır. Genel olarak engellerinden kaynaklanan fiziksel durumları, toplumla ilişki kurmalarında ve eşit şekilde rekabet etmelerinde problem oluşturmaktadır. Bu bakımdan fiziksel kullanıcı gruplarına yönelik aynı koşulları taşıyan bireyler arasında müsabakalar düzenlenmektedir. Örneğin, Ampute takımları ve tekerlek sandalyeli basketbol takımları gibi spor aktivitelerinde bu kullanıcılar yer almaktadır.

Zihinsel kullanıcı grupları; Fiziki hastalıklar kadar son yıllarda dikkat çeken önemli engellerden birisi de zihinsel veya bir diğer deyişle mental hastalıklardır. Bu grupta yer alan kullanıcılar, rahatlatıcı ve tedavi edici özellikler barındıran terapatik rekreasyon aktivitelerinde hedef gruplardır. Stres, aşırı rekabet, kendini keşfetmeye çalışma ve iletişim bozukluğu gibi sorunlardan kaynaklanan rahatsızlıklardan oluşmaktadır. Ruh sağlığı hastanelerinde ve terapi gibi merkezlerde kullanıcılara yönelik aktiviteler planlanmaktadır.

Bağımlı kullanıcı grupları; Zararlı kimyasal madde kullanımına maruz kalmış bireyler tarafından oluşan bu gruba, son dönemlerde oyun ve internet bağımlıları da eklenmektedir. Herhangi bir odak noktasına sağlığa zarar verecek düzeyde ilgi duymak veya yaşam kalitesini azaltacak şekilde bağımlılık duymak şeklinde özetlenmektedir. Bağımlı

kullanıcılar, özel programla hazırlanmış terapatik rekreasyon aktiviteleriyle bağımlılıklarından arındırılmaya çalışılmaktadır. Örneğin, uyuşturucu ve sigara gibi bağımlılık oluşturan maddeleri unutturacak aktiviteler düzenlemek veya internet bağımlısı kişilerin sosyal medya hesaplarına ulaşmasını engelleyecek ortamlar oluşturmak.

Pediatric kullanıcı grupları; Çocuk, ergen veya genç birey yaş gruplarının oluşturduğu kullanıcılar, yaşlılarına oranla dezavantajlı durumlar ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu grupta, genellikle ebeveynleri olmayan veya ebeveynler tarafından kötü davranışlara maruz kalmış kullanıcıların topluma kazandırılması amaçlanmaktadır. Bununla birlikte akranları tarafından aşağılanması veya dışlanması gibi olumsuz yaklaşımların terapatik rekreasyon aktiviteleriyle önünde geçilmesi hedeflenmektedir. Yetiştirme yurtlarında, bakımevlerinde ve gencik merkezi gibi sosyal gelişim alanlarında bu kullanıcılara yönelik çoğunlukla kültürel ve sportif amaçlı rekreasyon aktiviteleri düzenlenmektedir.

Desteğe muhtaç kullanıcı grupları; Ekonomik ve sosyal koşulları çok düşük düzeyde kalması nedeniyle temel ihtiyaçları başta olmak üzere gereksinimlerini kendi başlarına karşılayamayan kullanıcı gruplarıdır. Genellikle sosyal devlet anlayışı ile hareket eden ülke yönetimleri, kamu ve özel merkezler ile bu kullanıcılara yönelik fonlar ayırmakta ve fiziki binalar tahsis etmektedir. Bu kapsamda ihtiyaçlarının karşılanmasını ve yeniden topluma adaptasyonlarının sağlanmasını

amaçlamaktadır. Evsiz insanlar, yalnız yaşayanlar ve iş sahibi olmayan bireyler, bu kullanıcı grubunu temsil etmektedir.

Üçüncül yaş (ileri yaş) kullanıcı grupları; İlerleyen yaş sebebiyle veya kimse tarafından ihtiyaçları karşılanmayan bakıma muhtaç olan insanların oluşturduğu kullanıcı gruplarıdır. Bu grupta yer alan kullanıcılar, yalnızlık hissini yoğun bir biçimde yaşamakta ve fiziki hareket alanı çok sınırlı olması nedeniyle özgürce hareket edememektedirler. Bu bakımdan üçüncül yaş kullanıcı grupları, terapitik rekreasyon açısından üzerinde sıklıkla durulan kullanıcı gruplarının başında gelmektedir. Rekreasyon aktiviteleri ile sosyal iletişim yönleri güçlendirilerek yalnızlık hissinden kurtulabilmektedirler. Ayrıca egzersiz yapılarak fiziki durumlarının iyileştirilmesi hedeflemektedir. Huzurevlerinde veya özel bakımevlerinde bu kullanıcılara yönelik rehabilite edici etkinlikler düzenlenmektedir.

2.2.3. Terapatik Rekreasyonun Yararları

Terapatik rekreasyonun temelinde dezavantajlı grupların (yaşlı, engelli, bağımlı vb.) daha iyi sağlık koşullarına kavuşması ve psikolojik algılarında pozitif etkilerin ortaya konulması yatmaktadır. Bu bağlamda terapitik rekreasyon aktivitelerine katılım gösteren insanların pek çok açıdan olumlu çıktılar elde ettiği ve yaşam kalitelerinde iyileşmeler olduğu gözlemlenmektedir (Wenger vd., 1984). Buradan hareketle terapitik rekreasyon aktivitelerinin olumlu çıktılarının sosyal,

psikolojik, bilişsel ve fiziksel faydalar olmak üzere dört kategori halinde özetlendiği görülmektedir (Sevil, 2015);

Terapatik rekreasyonun sosyal faydaları; Toplumun bir parçası olan insan, yaşadığı alanda başka kişilerle iletişim halinde olmak durumundadır. Bu nedenle ortak değerler ve ahlak kuralları ile benzer davranışlar sergilemektedir. Terapatik rekreasyon aktivitelerin katılan bir kişi, gruptaki diğer kişilerle kaynaşarak sosyal kişilik yönünü önemli derecede artırır. Bununla birlikte kendi içsel motivasyonunu da aynı doğrultuda geliştirerek sosyal becerilerine olumlu kazanımlar sağlamaktadır. Özellikle teknolojik araç ve internet imkanlarının hızla gelişim gösterdiği günümüzde çevresiyle etkileşim kurmak yerine sanal platformlarda gerçek olmayan ilişkiler kuran insanlar, sosyal açıdan zayıf kalmaktadır. Rekreasyon aktiviteleriyle arkadaş ve aile bağları başta olmak üzere çevresindeki tüm insanlarla etkili bir iletişim çabasına giren katılımcılar, sosyal kişiliklerini oldukça farklı bir noktaya taşımaktadır (Kuo ve Tang, 2014).

Katılımcılar, aktivite deneyiminden sonra çevresindeki kişilerle daha iyi dayanışma içerisine girmekte ve iş birliği kurarak sosyal örgüt kültürü oluşturmaktadır. Ayrıca birlikte çalışmanın getirdiği haz neticesinde özgüven duyguları gelişmekte ve sosyal birliktelik davranışlarına yansımaktadır.

Terapatik rekreasyonun psikolojik faydaları; Günümüzde insanların en sık karşılaştığı sorunlar, yalnızlık, toplumsal dışlanma, yoğun stres, kaygı ve tatminsizlik gibi psikolojik hastalıklardır. Özellikle üçüncül

yaş insanların ve depresyona girmiş bireylerin toplum tarafından yok sayılması, bu rahatsızlıkları daha da kötü hale getirmektedir. Bu noktada psikolojik sorunlar yaşayan bireylere yönelik yapılan terapötik rekreasyon aktiviteleri, iyi sonuçlar veren geri dönüşler sağlamaktadır. İleri yaş gruplarının keyifli zaman geçirmesi veya kaygı düzeyi yüksek insanların rahatlaması bu aktivitelerin ortaya koyduğu faydaları göstermektedir. Çünkü olumlu duygular üretmesine olanak sağlayan terapötik rekreasyon aktiviteleri, katılımcıların kendilerini daha iyi hissetmesine, problemlerini çözmesine ve içsel sorunlarıyla pozitif şekilde yüzleşmesine aracı olmaktadır. Bu durum psikolojik açıdan katılımcılara fayda sağlarken toplumsal açıdan da bireyin kazanılmasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca stres ile başa çıkma yetenekleri kazanan katılımcılar, kendilerini daha rahat hissetme imkânı elde etmekte ve ileride oluşabilecek psikolojik rahatsızlıkları engelleyebilecek önlemler alabilmektedir (Kiernan vd., 2004).

Terapötik rekreasyonun bilişsel faydaları; Terapötik rekreasyon aktiviteleriyle katılımcılar, grup ile ortak hareket edebilme ve farklılıkları aynı hedef doğrultusunda birleştirme yetenekleri göstermektedir. Aktivite deneyimlemeleri sonucunda analitik düşünebilme ve karar verebilme gibi bilişsel kabiliyetlerinde gözle görülür şekilde iyileşmeler sağlamaktadır. Ayrıca olay ve durumları algılayabilme düzeylerinde de ciddi biçimde yarar elde ettikleri gözlemlenmektedir. Terapötik rekreasyon aktiviteleriyle bilişsel yönleri olumlu yönde değişim gösteren katılımcılar, yaşam alanlarında daha başarılı bir kariyer ve pozitif davranışlar sergilemektedirler. Örneğin,

algılama ve yorumlama becerileri artan katılımcıların yaşam alanlarında da bu katkıları kullanabildikleri görülmektedir. Bilişsel farkındalıkları artan katılımcılar, olayları çözümlene ve ilişkileri daha iyi yönetebilme iradesi ortaya koymaktadır. Bu bakımdan terapatik rekreasyon aktivitelerinin bilişsel karar verme ve düşünme açısından faydalar sağladığı söylenebilmektedir (Genoe ve Johnstone, 2021).

Terapatik rekreasyonun fiziksel faydaları; Dezavantajlı grupların maruz kaldığı en büyük problemlerden birisi hareketsiz yaşama bağlı fiziksel hastalıklardır. Bu durum fiziksel olarak katılımcıların işlevlerini kısıtlamakta ve enerji düzeyleri aşağı çekmektedir. Terapatik rekreasyon aktiviteleriyle egzersizler, yarışmalar, turnuvalar, dans ve bedensel etkinlikler yapılarak tüm katılımcıların fiziksel yönden gelişmeleri teşvik edilmektedir. Bu sayede fiziki dezavantajları geri plana atılırken kas ve vücut fonksiyonlarındaki olumlu hareketlenmeler, dinçlik duygularını desteklemektedir. Ayrıca terapatik rekreasyon aktiviteleriyle obezite ve kalp hastalıklarına yönelik fiziksel çözümler üretilmektedir. Sindirim organları, iskelet yapısı ve bağışıklık sistemi de sürekli olarak fiziksel açıdan desteklenmektedir. Fiziksel görünümünde olumlu gelişmeleri fark eden katılımcıların kötü sigara ve alkol gibi kötü alışkanlıklarını da bırakma eğilimi içerine girdikleri gözlemlenmektedir (Broach ve Dattilo, 1996).

KAYNAKÇA

- Aydın, İ. (2018). Rekreasyon Terapisi Kamplarının Sosyal Etkilerinin Değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(1).
- ATRA, (2022). <https://www.atra-online.com/page/AboutRecTherapy>. Erişim Tarihi: 09.01.2022
- Beard, J. G., & Ragheb, M. G. (1980). Measuring leisure satisfaction. *Journal of leisure Research*, 12(1), 20-33.
- Bor, M. Ö. (2018). Terapatik rekreasyon faaliyetlerinin down sendromlu çocukların sosyal gelişimine etkisi: Elâzığ ili örneği. Batman Üniversitesi. *Yüksek lisans Tezi*.
- Broach, E., & Dattilo, J. (1996). Aquatic therapy: A viable therapeutic recreation intervention. *Therapeutic Recreation Journal*, 30, 213-229.
- Chang, L. C., & Yu, P. (2013). Relationships between leisure factors and health-related stress among older adults. *Psychology, health & medicine*, 18(1), 79-88
- Clair, A. A., & Memmott, J. (2008). Therapeutic uses of music with older adults. *American Music Therapy Association*. 8455 Colesville Road Suite 1000, Silver Spring, MD 20910.
- Çetiner, H. (2019). Sağlık Rekreasyonu Kapsamında Terapatik Rekreasyon Uygulamaları. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 6(4), 405-411.
- Danish, S. J., Taylor, T. E., & Fazio, R. J. (2003). Enhancing adolescent development through sports and leisure. *Blackwell handbook of adolescence*, 92-108.
- Genoe, M. R., & Johnstone, J. L. (2021). The impact of COVID-19 on Therapeutic Recreation practice in long-term care homes across Canada. *World Leisure Journal*, 63(3), 265-280.
- Heyne, L. A., & Anderson, L. S. (2012). Theories that support strengths-based practice in therapeutic recreation. *Therapeutic Recreation Journal*, 46(2), 106.
- Hosper, K., Klazinga, N. S., & Stronks, K. (2007). Acculturation does not necessarily lead to increased physical activity during leisure time: a cross-sectional study

- among Turkish young people in the Netherlands. *BMC Public Health*, 7(1), 1-9.
- Kelly, C. M., Strauss, K., Arnold, J., & Stride, C. (2020). The relationship between leisure activities and psychological resources that support a sustainable career: The role of leisure seriousness and work-leisure similarity. *Journal of Vocational Behavior*, 117, 103340.
- Kiernan, G., Gormley, M., & MacLachlan, M. (2004). Outcomes associated with participation in a therapeutic recreation camping programme for children from 15 European countries: Data from the 'Barretstown Studies'. *Social science & medicine*, 59(5), 903-913.
- Kloseck, M., Crilly, R. G., & Hutchinson-Troyer, L. (2001). Measuring therapeutic recreation outcomes in rehabilitation: further testing of the Leisure Competence Measure. *Therapeutic Recreation Journal*, 35(1), 31-42.
- Kuo, T., & Tang, H. L. (2014). Relationships among personality traits, Facebook usages, and leisure activities—A case of Taiwanese college students. *Computers in Human Behavior*, 31, 13-19.
- Lloyd, C., King, R., Lampe, J., & McDougall, S. (2001). The leisure satisfaction of people with psychiatric disabilities. *Psychiatric Rehabilitation Journal*, 25(2), 107.
- Loreto, M. (2019). The influence of social media exposure on the interpersonal communication skills of hospitality students. *Journal of Social Science and Humanities* (Graduate School) Ramkhamhaeng University, 4(1), 1-20.
- Mahoney, J. L., & Stattin, H. (2000). Leisure activities and adolescent antisocial behavior: The role of structure and social context. *Journal of adolescence*, 23(2), 113-127.
- Mancini, J. A., & Orthner, D. K. (1982). Leisure Time, Activities, Preferences, and Competence: Implications for the Morale of Older Adults. *Journal of Applied Gerontology*, 1(1), 95-103.
- Park, M. S. (2002). The effects of leisure satisfaction on the quality of life in the elderly. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 40(5), 133-146.

- Peacock, E. W., & Talley, W. M. (1985). Developing leisure competence: A goal for late adulthood. *Educational Gerontology*, 11(4-5), 261-276.
- Chang, L. (2014). Leisure education reduces stress among older adults. *Aging and Mental Health*, 18, 754-758.
- Sevil, T. (2015). Terapatik rekreasyonel aktivitelere katılımın yaşlıların algıladıkları boş zaman tatmini, yaşam tatmini ve yaşam kalitesine etkisi. *Doctoral dissertation*, Anadolu University.
- Tütüncü, Ö. (2012). Rekreasyon ve rekreasyon terapisinin yaşam kalitesindeki rolü. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(2), 248-252.
- UNWHO, (2020). <https://news.un.org/en/story/2020/12/1079132>. Erişim Tarihi: 09.01.2022.
- Wenger, N. K., Mattson, M. E., Furberg, C. D., & Elinson, J. (1984). Assessment of quality of life in clinical trials of cardiovascular therapies. *The American journal of cardiology*, 54(7), 908-913.

BÖLÜM 12

GASTRONOMİDE YENİLİKÇİ YAKLAŞIMLAR

Dr. Öğr. Üyesi Mahmut BARAKAZI¹

¹ Harran Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Şanlıurfa/Türkiye, e-posta: mahmutbarakazi@harran.edu.tr, Orcid: 0000-0002-2468-7981

1. Giriş

Bilgi ve teknolojik gelişmeler başta olmak üzere yaşamın her alanında yer alan farklı disiplinlerde yenilikçi yaklaşımlar ortaya konulmaktadır. Beslenme şekli ve yeme içme eğilimi de bu kapsamda sürekli olarak değişim göstermektedir. Özellikle kitle iletişim araçları ve sosyal medya bağlantıları sayesinde yenilikleri fark eden ve daha hızlı haberdar olan bireyler, ilgilerini çeken gastronomik ürünlere yönelmektedirler. Gastronomi bilimi, 1800’lü yıllara kadar temel fiziksel ihtiyaçları kapsayan unsurlar üzerine yoğunlaşmakta iken bu tarihten sonra lezzeti ön plana koyan ve bilimsel alt yapısını inceleyen bir hale dönüşmüştür. 21. yüzyılda ise gastronomi, sanatsal yaklaşımları ve farklı bileşenleri kapsayan çok yönlü bir boyuta ulaşmıştır (Navarro vd., 2012).

İnsan içgüdüsünün temelinde yatan yeniliklere yönelik yaklaşım, öznel olmasından dolayı kişiden kişiye farklılık göstermektedir. Bu bakımdan yenilik olarak adlandırılan gelişmelerin kabullenme düzeyi ve algılanma biçimi de değişken olmaktadır. Gastronomi alanında da benzer durumlar söz konusu olmakla birlikte mutfakta ortaya konulan yenilikçi yaklaşımlar, her kesimde aynı duyguları uyandırmamaktadır. Ancak yenilikçi yaklaşımların toplumun belirli kesimleri tarafından ilgi gördüğü ve farklılıkların mutfak kültürünü zenginleştirdiği ifade edilmektedir (Goodman ve DuPuis, 2002). Bu bakımdan gastronomide yenilikçi yaklaşımların toplumun tamamına yönelik olabileceği kısmi gruplara yönelikte ilgi uyandırabileceği söylenebilmektedir.

Gastronomi alanında yaşanan gelişmeler ilk başlarda yöresel ölçekte iken küreselleşme ile birlikte bu durum, uluslararası boyuta ulaşmıştır. Özellikle ulaşım ve ticarete yaşanan iletişim sonrası farklı mutfaklara ait özgün bilgilerin birbirleri arasında paylaşılmasına olanak sağlamıştır. Seyyahların, tarihçilerin ve şeflerin yemek tariflerini reçetelendirmesi sonucu gastronomik ürünler, kalıcı ve sürdürülebilir hale gelerek nesilden nesille aktarılmaya başlanmıştır (Clark, 2007). Bu doğrultuda bölgesel yemek kültürünü ifade eden bir yemek, diğer destinasyonları etkilemeyi veya katkı sunmayı başarmıştır. Örneğin İtalyan mutfak kültürünün temsilcilerinden birisi olan makarna, günümüzde neredeyse tüm toplumlar tarafından en sık yapılan yemeklerin başında gelmektedir. Bir diğer yandan Asya'dan Dünya'ya yayılan baharat ürünleri ile yemeklerin yapılış biçiminde temelden değişimler görülmektedir (Chomchalow, 2001).

Kültürler arasında etkileşim ve ticarete yaşanan alışveriş sonrasında gastronomi alanında ortaya konulan değişimler, yaratıcılık ve ürün geliştirme süreci ile farklı bir noktaya yükselmiştir. Klasik mutfak anlayışı, uzun süre boyunca toplumların vazgeçemediği veya damak tadı olarak kabul ettiği bir durum olarak günümüze kadar gelmiştir. Bu süreç günümüzde de güncelliğini korumakta ve mutfaktaki değişimler ön yargılar şeklinde algılanmaktadır. Ancak bilgi düzeyindeki yükseliş ve ekonomik gelir durumundaki artış sonucu bazı bireyler, gastronomi de yeni deneyimler elde etmek istemektedirler. Bu doğrultuda gastronomi hizmeti sunan mutfaklar, farklı lezzetleri bir araya getirme, yemeğin kimyasal bileşenlerini belirleme ve sanatsal bakış açısı ile

yenilikçi mutfak yaklaşımları ortaya konulmaktadırlar (Myhrvold, 2011).

Boş zaman imkanlarının artması ve yemek ihtiyacının gereksinimden öte keyif alma ve sosyalleşme olarak görülmeye başlaması sonucunda farklı gastronomik ürünler ortaya koyan mutfak yaklaşımları dikkat çekmeye başlamıştır. İki yakın kültürün veya farklı milletlerin mutfaklarını pişirme ve çeşitlendirme açısından zenginleştiren füzyon mutfak yaklaşımı, yenilikçi mutfak eğilimlerinden birisidir. Bunun yanı sıra yemeğin kimyasını ele alarak mühendislik yetenekleri ile geliştiren moleküler mutfak, zararlı unsurları en aza indirgeyerek sağlıklı beslenme hareketi hedefleyen organik tarım ürünlü yeşil mutfak, kültürel değerlerini koruyarak mevcut varlığını devam ettirmek isteyen otantik yöresel mutfak, yemek deneyiminde lezzeti ön plana alan slow Food mutfak ve 3d gibi teknolojiyi mutfakla bütünleştiren mutfak yaklaşımları, yenilikçi mutfak örneklerinden bazıları olarak kabul edilmektedir (Zoran ve Coelho, 2011). Gastronomi alanında günümüz mutfağında yer alan geleceğin mutfaklarında daha fazla olması beklenen yenilikçi yaklaşımların ele alındığı bu çalışmada, mutfak eğilimlerine yönelik kapsayıcı ve açıklayıcı bilgiler sunulmaktadır.

2. Yenilikçi Mutfak Akımları

Yiyecek İçecek sektörü başta olmak üzere tüm hizmet üretimi sağlayan sektörler, sürekli olarak yenilikçi yaklaşımlar ortaya koymakta ve sürdürülebilir şekilde büyümeyi hedeflemektedir. Bu kapsamda rekabetçi bir ortamda yer alan ve trendlere duyarlı olan gastronomi

alanı, güncel gelişmeler ışığında yenilikçi eğilimlere son derece ilgi göstermektedir (Guiné vd., 2016). Özellikle sosyal medya ve kitle iletişim araçlarının da devreye girmesiyle birlikte yenilikçi yaklaşımların hızlı bir şekilde yayıldığı dikkate alındığında gastronomi için yenilikçi yaklaşımların önem derecesi daha iyi anlaşılmaktadır. Son dönemlerde gastronomi alanında ortaya çıkan pek çok yenilik olmasına rağmen ön plana çıkan ve ilgili literatürde sıklıkla bahsedilen bazı yenilikçi yaklaşımlar bu kitap bölümünde şu şekilde sıralanmaktadır;

2.1. Moleküler mutfak

Gıda bileşenlerinin pişirme ve hazırlanma sürecinde gerçekleştirdiği fiziksel veya kimyasal dönüşümleri inceleyerek sistematik ve planlı şekilde inceleyen bir disiplin olarak kabul edilen moleküler gastronomi, Nicholas Kurti ve Hervé tarafından ilk olarak literatüre kazandırılmıştır (Ortiz vd., 2018: 2). Teknolojik gelişmeler ve ekonomik iyileşmeler sonucunda farklı lezzetleri deneyimlemek isteyen bireyler için yeni ürünler sunan moleküler gastronomi, genellikle yüksek imkanlara sahip fiziki ortamlarda hazırlanabilmektedir. Sanayileşmiş veya gelişmekte olan ülkelerin restoranlarında yer bulan moleküler gastronomi faaliyetleri, mutfak süreçlerinde rasyonel ilkeler doğrultusunda yeni ürün ortaya koymakta veya mevcut gıda ürünlerine farklı bir bakış açısı kazandırmaktadır. Moleküler gastronomi, ihtiyaç duyduğu laboratuvar ve gelişmiş mutfak araçları nedeniyle ev ortamlarında ziyade restoranlarda yapılabilmektedir. Bu bakımdan çok fazla bilimsel

bileşeni barındıran bilgi düzeyine gereksinim duymakta ve profesyonel bir beceri gerektirmektedir (This, 2002: 83).

Moleküler gastronomi, gastronomik gıdaların temelindeki bilimi kapsamaktadır. Bu alanı anlamak için geri plandaki bilimsel verilere ve yemeğin tarihsel gelişimine çok dikkatlice bakılmalıdır (Barham vd, 2010: 2316). Bununla birlikte moleküler gastronomi pek çok tekniği içerisinde barındıran geniş bir yelpazeye sahiptir. Bunlardan bazıları şu şekilde özetlenmektedir (Sarıışık, 2019);

Köpükleştirme Tekniği, köpük makinesi veya sifon vasıtasıyla sıvı ve katı gıdaların köpürtülmesidir. İşlemidir Emülgatör içerikli katkı maddeler kullanılarak işlem yapılan gıdanın uzun süre aynı yapıda kalmasını amaçlanmaktadır

Jelleşme Tekniği, bu teknikle, agar agar, jelatin, jel sakız, pestin ve metilselüloz gibi hidrokoloidler kullanılarak sıvı maddeler tatlandırılmaktadır.

Soğuk Pişirme Tekniği, sıvı azot uygulamasıyla yapılan pişirme tekniğidir. Soğuk gıdalar başta olmak üzere gıdaların yapımında kullanılmaktadır. Tehlikeli bir madde olan sıvı azot, uygulama yapılırken çok dikkat edilmesi gereken bir işlemdir.

Tütsüleme Tekniği, et ve balıklar başta olmak üzere çeşitli gıda ürünleri için kullanılmaktadır. Aroma unsuru taşıyan talaşlardan faydalanılmaktadır.

Kapsülleştirme Tekniği, sıvı banyosu içerisinde kontrollü jelleşme tekniği uygulanarak yeni ürün geliştirilmektedir. Çeşitli şekillerde ve boyutlarda hazırlanan kapsüller, çok ince zarla çevrilmiş bir yapıda sunulmaktadır.

Tozlaştırma Tekniği, Maltodextrin maddesi kullanılarak gıdaların toz haline getirilmesi süreci olarak ifade edilmektedir.

Sous-Vide Tekniği, Fransızca kökenli bir kelime olup, gıdaların vakumlanmış torbalar içerisinde ve belirli düzeydeki ısılarda pişirilmesidir.

2.2. Slow Food

Son yıllarda giderek artan ve bir sağlık problemi olarak kabul edilen obezite, büyük porsiyonlar tüketen ve besin açısından insana zarar veren maddeleri barındıran tüketim alışkanlığının sonucu olarak ifade edilmektedir. Yoğun iş yaşamından veya lezzetinden dolayı hızlı beslenmek için dondurulmuş gıdalar ve fast food ürünlerini tercih eden insanlar, hızla sağlık kalitelerinden uzaklaşmaktadırlar. Bu duruma psikobiyolojik yeme davranışı eğilimleri de eklendiğinde obezite kaçınılmaz olarak kabul edilmektedir (De Graaf ve Kok, 2010: 290). Bilinçlenme ve dengeli beslenme öğretileriyle obezite ve benzeri zararlı alışkanlıklara karşın slow food yaklaşımı ortaya konulmaktadır (Petrini, 2003).

1970'li yıllarda Carlo Petrini tarafından mutfak homojenizasyonu ve fast food küreselleşmesine tepki olarak geliştirilen slow food yaklaşımı,

İtalyan diyeti başta olmak üzere kültürlerin mutfağını koruyan ve sağlıklı beslenmeye dikkat çeken prensipler barındırmaktadır (Chrzan, 2004: 118). Toplumsal açıdan da slow food yaklaşımının giderek daha iyi anlaşılmasıyla birlikte etki alanı genişlemiş ve ticari olarak ta yaygınlaşmıştır.

Slow food yaklaşımını destekleyen temel unsurlar şu şekilde açıklanmaktadır (Simonetti, 2012: 169);

- Yemeğin sağlıklı besin öğelerine vurgu yapmak ve nasıl sunulacağını öğrenmek. Farklı tarifleri ve çeşitli tatları sürdürülebilirlik ilkesi doğrultusunda korumak,
- Üretim ve mevsimlerin doğal akışına uyarak ekolojik döngüye saygı duymak,
- Kalitesizliğe ve kötü niyetli gıda gelişmelerine karşı savunma mekanizması geliştirmek ve bu doğrultuda yemeklerin standardizasyonu sağlamak,
- Yerel mutfakları, geleneksel üretim sistemlerini ve nesli tükenme tehlikesiyle karşı karşıya olan hayvan türlerini korumak,
- Yoğunluğu az ve daha temiz yeni bir tarım modelini benimsemek,
- Biyoçeşitliliği ve insanların gıda hakkını adil olacak şekilde savunmak.

2.3. Füzyon Mutdak

Füzyon mutfağı kavramı, Japon mutfağından ilham alan Fransız şefler tarafından 1960'lı yıllarda ilk olarak ortaya çıkmaktadır. Gastronomi alanında gerçekleşen diğer eğilimler gibi son yıllarda hızla büyüme göstermektedir. Füzyon, farklı milletlere ait kültürel yaklaşımları belirli bir teknik ve sistematik süreç ile birleştiren mutfak akımıdır. Bu mutfak yönteminin temelinde otantik değerler korunarak farklı pişirme teknikleri ve yenilikçi lezzetlerin ortaya konulması amaçlanmaktadır (Kaplan vd., 2021). Füzyon mutfağı, genellikle iki veya daha fazla farklı mutfak geleneğinden gelen özelliklerin kasıtlı bir kombinasyonu olarak adlandırmakta mümkündür. Farklı kültürlerden gelen mutfak anlayışlarının bir karışımı şeklinde de ifade edilebilmektedir (Rodrigues, 2020).

Füzyon mutfak, farklılıklar ve özgün lezzetler meydana getiren yenilikçi yaklaşımları esas almasının yanı sıra en az iki farklı kültürden esinlenmelidir. Ayrıca bu süreçte bir mutfak kültürünün diğer mutfak kültürüne bilinçli bir şekilde baskınlık kurmaması ve temelden değişimlere izin vermemesi gerekmektedir. İki veya daha fazla kültürün özgün mutfak kültürlerinden türetilen füzyon mutfak uygulamaları, bir tabakta birleştirilerek sunulmalıdır (Sarıoğlan vd., 2020).

Füzyon mutfağının tarihsel gelişim sürecinde kavramsallaştırılması ve tanınması, füzyon şeflerin, kültürel değerlere sahip çıkması ve haal güçlerinin birleşimi ile gelişim göstermiştir. Füzyon mutfak, özünde,

otantik veya geleneksel olarak kabul edilen lezzetlerin yaratıcı ve tutkulu şef yorumlarıyla yeniden doğması anlamını taşımaktadır (Stewart, 2020). Zengin ve birikimli bir yemek anlayışıyla gittikçe büyüyen bir küresel mutfak trendine dönüşen füzyon mutfak, Ulusal Restoran Derneği'ne (NRA) göre de önümüzdeki on yılın en iyi yemek trendi olarak tanımlanmaktadır. Bu bakımdan füzyon restoran sayıları ve buna yönelik uygulama alanları giderek çoğalmaktadır (Liu vd., 2020).

Kültürel aktarımların ve deneyimlerin ortak bir payda da bulunduğu alanların başında gelen füzyon mutfak uygulamaları, yakın kültürden başlamak üzere çeşitli kültürlerin mutfak anlayışı çeşitlendiren örnekler ortaya koymaktadır. Örneğin, İtalyan şeflerin Çin eriştesini (noodle) temel alarak spagetti yemeğini geliştirmeleri veya California Pizzasını geliştirmeleri füzyon mutfak uygulamalarından bazılarını göstermektedir (Tarinç vd., 2019).

2.4. Vegan Mutfak

Vegan mutfak anlayışı, vegan beslenme yöneliminden gelmekte olup hayvansal gıdaların kullanılmadığı bir beslenme şekli olarak ifade edilmektedir. Vegan mutfakta, kırmızı et, deniz ürünleri, süt ürünleri ve hayvanlardan elde edilen ikincil ürünler dahil olmak üzere pek çok gıdanın tüketilmediği bir anlayış bulunmaktadır. Buna karşın sebze, meyve ve bakliyatlar başta olmak üzere topraktan yetiştirilen gıda ürünlerine ağırlık verilmektedir (Kelting, 2016). Veğan mutfağının kurucusu Prim'e göre insanları veganlığa teşvik etmenin en iyi yolu,

doğadaki hayvanlara zarar vermeden beslenme için ihtiyaç duyulan gıda gereksinimlerinin doğadan karşılanabileceğini anlatmaktadır. Bu sayede her yemekte bir hayvanın yaşamı devam edebilmekte ve ekolojik döngüye zarar verilmemektedir. Vegan mutfak anlayışının en önemli prensibi, hayvansal ürünleri tüketen insanlara ulaşarak zihinlerini, beslenme yöntemlerini ve diyetlerini değiştirmektir (Nguyen, 2021).

2.5. Renkli Yiyecekler

Beslenme alışkanlıkları ve tüketim eğilimlerinin giderek değişim göstermesiyle birlikte farklı lezzetleri ortaya koyan mutfaklara yönelik çekicilik artmaktadır. Bu mutfak türlerinden birisi de renkli yiyeceklerin olduğu mutfak yaklaşımıdır. Renkli yiyecekler, insanların hem duyuşal hem de psikolojik yönlerine etki eden boyutlar barındırmaktadır. Örneğin kırmızı renkli gıda ürünlerinin iştah açıcı özellikleri vurgulanırken siyah renkli yiyecekler ise üst düzey denetim hissi oluşturduğu söylenmektedir (Singh, 2006).

Renkli yiyeceklerin kullanıldığı alanların başında asaleti ve elit seviyeyi temsil eden siyah gelmektedir. Siyah renkli yiyecekler, son dönemlerde insanların sıklıkla tercih ettiği ürünlerden birisidir. İki grup altında açıklanan Siyah yiyecekler, doğal yapısı gereğini renginin gıda ürünlerinde olmasının yanı sıra aktif kömür, bambu kömürü ve mürekkep balığı gibi maddelerle siyaha dönüştürülmesidir. Doğal olarak siyah renge sahip olan gıda ürünleri siyah sarımsak, siyah fasulye ve siyah pirinç olarak öne çıkarken Bambu kömüründen elde edilen

siyah burger ve siyah dondurma gibi örneklerde bulunmaktadır (Bozok ve Yalın, 2018).

Renk odaklı gıda ürünlerinin insanlarda uyandırdığı his ve düşüncelere yönelik renkli yiyecek maddeleri şu şekilde özetlenmektedir (Cerrato, 2012).

- Narenciye rengi olarak da adlandırılan portakal, sağlıklı yiyeceklerle ilişkilendirilmekte ve iştahı uyarıcı bileşenler barındırmaktadır. Somon, mercan ve portakallı tatlılar gibi ürünler, restoranların imajında şık bir görünüm kazanmaktadır.
- Mavi renk, psikolojik açıdan sakinleştirme, gerilimi ve korkuyu azaltma gibi duyguları harekete geçirmesi sebebiyle yemek pişirmeyi teşvik ederken çok kullanılmadığı görülmektedir. Ancak deniz ürünleri satan restoranların sıklıkla başvurduğu bir renk türüdür.
- Sarı renk iştahı açan ve ruhu canlandırır. Mutlu, neşeli bir renk olan sarı, çoğu insanda olumlu bir duygu uyandırmaktadır. Sarı renkle dekore edilmiş bir restoranın uyumlu perdeler, masa örtüleri ve aksesuarları cazibe unsurları oluşturabilmektedir.
- Yeşil renk, huzur verici hisler taşımakla birlikte yemeğin sağlıklı olduğu mesajını iletmektedir. Yeşil, doğal yaşamı sembolize eden ekolojik misyonu taşıyan iştah açıcı bir renktir.

- Altın rengi, prestiji ve sağlığı sembolize etmektedir. Birçok lüks restoran altın renginde yiyecekler kullanarak yüksek beklentiye sahip talepleri karşılamayı istemektedirler. Örneğin popüler kültür ve sosyal medya iletişim araçlarıyla hızla ünlenen Nusr-Et restoranlarda altın renkli et yemekleri dikkat çekmektedir.
- Pembe renk, iştahı bastırması nedeniyle mutfaklarda çok kullanılmamaktadır. Ancak pastane yapımı gıda ürünlerinde süsleme için tercih edilebilmektedir.
- Mor renk, enerjiyi temsil eden ve yemeği cazip kılan renklerden birisidir. Ancak doğru orantılı kullanılmalı ve aşırı kullanımdan kaçınılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Akay, R. (2005). Kültürel Kimlik ve Kültürlerarası İletişim. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 108-120.
- Barham, P., Skibsted, L. H., Bredie, W. L., Bom Frøst, M., Møller, P., Risbo, J., ... & Mortensen, L. M. (2010). Molecular gastronomy: a new emerging scientific discipline. *Chemical Reviews*, 110(4), 2313-2365.
- Bozok, D., & Yalın, G. (2018). Gastronomide yeni trend: siyah yiyecekler. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 251-261.
- Cerrato, H. (2012). The meaning of colors. *The graphic designer*.
- Chrzan, J. (2004). Slow food: What, why, and to where?. *Food, Culture & Society*, 7(2), 117-132.
- Chomchalow, N. (2001). Spice production in Asia-An overview. *AU Journal of Technology*, 5(2).
- Clark, P. E. (2007). Archiving Epistemologies and the Narrativity of Recipes in Ntozake Shange's "Sassafrass, Cypress & Indigo". *Callaloo*, 30(1), 150-162.
- De Graaf, C., & Kok, F. J. (2010). Slow food, fast food and the control of food intake. *Nature Reviews Endocrinology*, 6(5), 290-293.
- Goodman, D., & DuPuis, E. M. (2002). Knowing food and growing food: beyond the production–consumption debate in the sociology of agriculture. *Sociologia ruralis*, 42(1), 5-22.
- Guiné, R., CD Ramalhosa, E., & Paula Valente, L. (2016). New foods, new consumers: innovation in food product development. *Current Nutrition & Food Science*, 12(3), 175-189.
- .
- Kaplan, Y., Yaman, H., & Yurdugül, S. (2021). Novel Aspects in Developing a Cultural Cuisine Integration between Paneer from India and Molasses from Turkey. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(2), 697-709.
- Kelting, L. (2016). The entanglement of nostalgia and utopia in contemporary southern food cookbooks. *Food, Culture & Society*, 19(2), 361-387. 379

- Liu, S. Q., Wu, L. L., & Wang, C. Y. (2020). A creative-mix or variety-mix fusion experience? Examining marketing strategies for ethnic fusion restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 89, 102596.
- Myhrvold, N. (2011). The art in gastronomy: A modernist perspective. *Gastronomica: The Journal of Food and Culture*, 11(1), 13-23.
- Navarro, V., Serrano, G., Lasa, D., Aduriz, A. L., & Ayo, J. (2012). Cooking and nutritional science: Gastronomy goes further. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 1(1), 37-45.
- Nguyen, A. (2021). Consumer behaviour towards different types of food take-out methods in Finland during the COVID-19 pandemic: case: *Thai Vegan Kitchen*.
- Ortíz, J., Bravo, J. A., & L Vila, J. (2018). Molecular kitchen chemistry; Bolivian traditional gastronomy; molecular chufly. *Revista Boliviana de Química*, 35(1), 1-5.
- Petrini, C. (2003). *Slow food: The case for taste*. Columbia University Press.
- Rodrigues, M. F. (2020). Macanese Cuisine: Fusion or Evolution?. *Revista de Cultura*, 62, 17.
- Sarıoğlan, M., Abacıgil, T. Ö., & Avcıkurt, C., (2020). Zeytinyağlı Yemek Kùltürünün Füzyon (Fusion) Mutfak Olgusu ile Geliştirilebilirliğine Yönelik Bir Alan Araştırması (Edremit Körfezi Örneği). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 2202-2213.
- Sarışık, M. (2017). Tüm yönleriyle gastronomi bilimi. Ankara: *Detay Yayıncılık*.
- Simonetti, L. (2012). The ideology of slow food. *Journal of European Studies*, 42(2), 168-189.
- Singh, S. (2006), "Impact of color on marketing", *Management Decision*, Vol. 44 No. 6, pp. 783-789.
- Stewart, H. (2020). Being Japonaise: Understanding the authentic implications of fusion cuisine. *Journal of Undergraduate Research*. 6(1).
- Tarınç, A., Yıldırım, G., & Kılınç, C. Ç. (2019). Osmanlı mutfağının füzyon mutfağı çerçevesinde değerlendirilmesi. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 4(43), 3045-3053.

- This, H. (2002). Molecular gastronomy. *Angewandte Chemie International Edition*, 41(1), 83-88.
- Zoran, A., & Coelho, M. (2011). Cornucopia: the concept of digital gastronomy. *Leonardo*, 44(5), 425-431.

BÖLÜM 13

KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE TÜRKİYE’DE TARIM VE KALKINMA¹

Dr. Öğr. Üyesi Hatice AZTİMUR²

¹ Bu Çalışma, 10-13 Aralık 2020 tarihlerinde Antalya’da Gerçekleştirilen 12th International Conference of Strategic Research on Scientific Studies and Education’da sunulan “2000’li Yıllarda Türkiye Tarım Sektöründe Yaşanan Gelişmeler” başlıklı tam metin bildirisinin genişletilerek yorumlanmış halidir.

² Harran Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Şanlıurfa, Türkiye. hazztimur@harran.edu.tr, ORCID ID 0000-0003-2039-5065

GİRİŞ

Dünya ekonomisi, 1970’li yıllarda içine girdiği sistem krizinden çıkış için piyasayı merkezine alan neoliberal politikaları tartışmaya başlamıştır. Neoliberalizm, devlet aklının marjinalleştirilerek onun yerine piyasa kurallarının yerleştirilmesi, devletin ise bu kuralların serbestçe işleyişini sağlayan çerçevede daraltılmış bir alana çekilmesi olarak tanımlanabilir. Serbest işleyen piyasa vurgusu, korumacı politikaları eleştiren merkantilist yaklaşımda ve daha sonra Adam Smith ve David Ricardo’nun öncü isimleri olduğu klasik iktisat okulunda karşımıza çıkmaktadır. İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemde, gelişmiş ülkelerde keynesyen politikalar çerçevesinde refah devleti uygulamaları öne çıkmıştır. Azgelişmiş ülkeler ise 1950’lerden başlayarak 1960 ve 1970’lerde ithal ikameci, korumacı politikalara yönelmişlerdir. Ancak 1970’li yıllara gelindiğinde kapitalist işleyişin içine girdiği kriz yeni arayışlara kapı açmıştır. Sermayenin yeniden değerlendirme sorunu, kar oranlarının düşme eğilimine girmesi ile derinleşmiş ve yeni değerlendirme alanlarının sisteme içerilmesi ihtiyacı, serbestleşmenin bir zorunluluk olarak dayatılmasını getirmiştir. Kapitalist işleyişe erken veya geç aşamalarda eklenmiş bütün ülkeler 1980’li yıllarla birlikte, serbest işleyen piyasayı önceleyen, neoliberal politikalara içerilmişlerdir. 1990’lı yıllar sermaye hareketlerini küresel ölçekte rahatlatarak Washington Mutabakatı ile anılmıştır. Mutabakat, serbest işleyen piyasalar önündeki bütün engellerin kaldırılması önerisini devletin politika araçları üzerinden tanımlarken, devleti çok sınırlı bir alana geriletmiştir. 2000’li yıllarda ise piyasa aksaklıklarının aşılabilmesi için piyasa dostu düzenleyici

devlet anlayışını öne çıkaran Post Washington süreci, kapitalist işleyişi belirlemiştir.

1960-1980 yılları arasında beş yıllık kalkınma planları üzerinden ithal ikameci kalkınma politikası uygulayan Türkiye, 1970'lerin sonunda döviz biçiminde sermaye ihtiyacının derinleştirdiği iktisadi bir krize girmiştir. Krizi aşmak için uluslararası sermaye piyasalarından kredi arayışı neoliberal politikalara geçiş şartı ile karşılık bulmuştur. İlgili dönemde iç pazarın doğal sınırlarına ulaşmış olan yerli sermayenin dışarıya açılma talepleri de politika değişikliğinin bir diğer belirleyicisi olmuştur. 24 Ocak 1980 kararları ile neoliberal politikalara uyum konusunda ilk adım atılmış ancak kararların uygulanabilmesi 12 Eylül 1980'deki askeri darbe sonrasında gerçekleştirilmiştir. 1980'li yıllarda piyasaların serbestleştirilmesi yönünde pek çok düzenleme yapılmış, mal, emek ve sermaye piyasalarında serbestleşmeyi sağlayacak adımlar atılmıştır. Mal ve sermaye piyasalarında serbest ticareti engelleyecek politika araçları yeni dönemin gerekleri doğrultusunda düzenlenmiştir. Tarım sektörü de bütün bu gelişmelere paralel olarak serbestleştirme süreçlerine dahil edilmiştir. 1980'li yıllarda altyapının yeni politikaya uygun hale getirilmesi için yapılan yasal düzenlemeler öne çıkmıştır. 1990'lı yıllarda deregülasyon ve bir kısım tarımsal KİT'lerin özelleştirilmesi uygulamaları ağırlık kazanmıştır. 2000'li yıllarda Türkiye tarımı hızlı bir yeniden yapılanma sürecine girmiştir. Dönemin başında, 1999'da IMF ile imzalanan stand-by anlaşması ve Dünya Bankası ile imzalanan "Tarım Reformu Uygulama Proje Anlaşması" çerçevesinde tarım politikalarında önemli bir değişikliğe gidilmiştir. Neoliberal politikaların yönetim mantığı çerçevesinde yeniden

düzenlendiği bu dönemde, tarımsal üretimi belirleyecek bir dizi yasal düzenleme gerçekleştirilmiş ve oluşturulan bağımsız düzenleyici kurumlar eliyle tarım sektöründe özelleştirmelerin hızlanması sağlanmıştır. Bütün bu gelişmeler tarımsal üretim süreçlerinde belirleyici olmuş, tarımın GSYİH içindeki payı azalırken ürün kompozisyonu değişmiş, tarım ürünleri dış ticaretinde denge ithalat lehine bozulmuştur. Bu çalışmada, küreselleşme sürecinde Türkiye tarımında yaşanan gelişmeler ve bu gelişmelerin ekonomiye mevcut ve potansiyel etkileri ele alınmaktadır. Bu amaçla önce, tarım sektörünün kalkınma sürecinde nasıl bir rol oynadığı değerlendirilmiş ardından kuruluştan 1980’li yıllara kadar Türkiye’nin tarım ve kalkınma ilişkisi ele alınmıştır. Sonraki başlıkta ise küreselleşme sürecinde tarımda yapısal dönüşümün temel dinamikleri 1980’den itibaren ele alınmış ve bu başlığa bağlı her alt başlıkta ise bu dinamikler verilerle somutlaşmış sonuçları üzerinden değerlendirilmiştir. Sonuç ve öneriler kısmında ise süreç özetlenerek tarımın iyileştirilmesi için çözüm önerileri getirilmiştir.

1. TÜRKİYENİN KALKINMA SÜRECİNDE TARIM

Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin kalkınma sürecinde tarım kritik önemini korumaktadır. Tarım, sermaye birikiminin başlangıcında ve kalkınmanın sürdürülmesinde temel bir bileşeni temsil eder. Kalkınma sürecinde, sanayi geliştikçe ücret malı olan gıda ürünlerinin talebi artacak bu talebin karşılanması tarımsal üretimin arttırılması ile sağlanabilecektir. Tarım aynı zamanda tarımsal girdi kullanan sanayilere hammadde sağlanmasında, ülkelerin stratejik alanlarda

yapacağı ithalat için döviz kaynağı yaratılmasında kritik öneme sahiptir. Sanayinin başlangıç aşamasında kaynak ihtiyacının karşılanması yanında sanayide üretilen ürünlere iç pazarın oluşturulması da tarımla sağlanabilecektir (Byres, 2016: 392).

Bugün gelişmekte olan ülkeler arasında yer alan Türkiye, kuruluş döneminde nüfusunun büyük çoğunluğu kırsalda yaşayan, savaşlar nedeniyle insan kaynağını ve dolayısıyla üretim gücünü kaybetmiş bir durumdaydı. Kuruluş yıllarında savaşların etkisi ile tarımda istenilen ölçekte ilerleme kaydedilmemiştir. Bununla birlikte aşar vergisinin kaldırılması suretiyle küçük üreticilere destek verilmiş dolayısıyla üretimin arttırılması, küçük ve orta ölçekli aile işletmelerinin güçlenmesi sağlanmıştır (Pamuk, 2015: 177). 1930'lu yıllarda büyük buhranın da etkisi ile tarımda korumacı politikalara itibar edilmiş, Ziraat Bankası'nın buğday alımı suretiyle üretimi desteklemesi temin edilmiştir. Tarım satış kooperatiflerinin kurulmasının altyapısının hazırlanması ve tarımsal araştırma ve eğitimin örgütlenmesi de bu dönemin devletçi politikalarının yansımaları olmuştur (Tekeli ve İlkin, 2009: 109). Bu dönemde ithal ikamesi sağlayacak tarıma dayalı sanayiye hammadde teminini mümkün kılacak devlet müdahaleleri ile şeker ve pamuk üretimi desteklenmiştir (Tekeli ve İlkin, 2009:127). 1940'larda savaş ekonomisi uygulanmış, Milli Koruma Kanunu ile kısıtlayıcı pek çok tedbir alınmıştır (Koçak, 2003: 388-423). Dönemde Türkiye savaşa girmediği halde insan kaynağının büyük bölümü tedbir amacıyla silah altında tutulmuş, buna bağlı olarak tarımsal üretim azalmıştır. 1950'lerde Marshall yardımları tarımın makineleşmesini hızlandırmış ve tarımın kapitalizasyonu yoğunlaşmıştır. Marshall

yardımı, tarıma girdi temini ve kredi desteği sağlanması, üretilen ürünlere alım garantisi verilmesi gibi korumacı yöntemlerin yoğunlaşmasına neden olmuştur (Aydın, 2010: 153). 1960 ve 1970’lerde beş yıllık kalkınma planları uygulanan kalkınma politikasının temel aracını oluşturmuştur. 1970’lerin sonlarına kadar sübvansiyonlar, fiyat desteklemeleri, tarım kredi ve satış kooperatifleri ve korumacı bir ticaret politikası ile devlet, tarım alanına aktif müdahale etmiştir. Dünya Bankası tarafından da desteklenen bu politikalar ile bir taraftan tarımın modernizasyonu ve sermayeleşmesi hızlanmış diğer taraftan tüketim malları için iç pazar canlı tutulmuştur (Aydın, 2010: 154). Tarımdan sağlanan artık, ithal ikameci politikalarla korunan sanayiye ucuz girdi temininin aracı olmuştur. Bu dönemde tarım önemli oranda devlet korumasında olmuş bunun sonucunda Türkiye kendine yeterli az sayıda geliştirmekte olan ülkeden³ birisi olarak öne çıkmıştır. Ancak ithal ikameci sanayileşme politikasının sağladığı olanaklarla belli bir büyüklüğe ulaşan ve iç pazarın doğal sınırına dayanan sermayenin dünya pazarı ile eklemlenme talebi (Ercan, 2004: 17) yanında ülkenin döviz biçiminde sermaye bulma ihtiyacı kalkınma politikalarının yeniden değerlendirilmesini koştullamıştır. Bir sonraki başlıkta 1980 sonrası ihracata dayalı kalkınma politikalarının neoliberal küreselleşme çerçevesinde Türkiye tarımına etkileri ele alınmaktadır.

³ Zafer Yenal’ın Barkin, D. ve diğerlerinin (1990:18-21) çalışmalarından aktardığına göre Türkiye 1961-1986 döneminde net tahıl ithalatçısı konumundan net tahıl ihracatçısı olmayı başaran tek ülkedir.

2. KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE TÜRKİYE TARIMINDA YAPISAL DEĞİŞİMİN TEMEL DİNAMİKLERİ

1980 sonrası uygulanmaya başlanan neoliberal politikalar çerçevesinde Türkiye, dışa dönük/ihracata dayalı kalkınma stratejisini uygulamaya koymuş politika araçlarını buna uygun olarak yeniden düzenlemiştir. Bu süreçte önce mal piyasaları serbestleştirilmiş ticaret kotaları kaldırılarak ithalat serbest halle getirilmiştir. Döviz kuruna uygulanan devalüasyon ile yerli paranın değersizleştirilmesi sağlanarak ihracat desteklenmiştir (Yeldan, 2003: 25). 1980'lerin sonunda sermaye hareketlerinin serbestleştirilmesi ile küresel sisteme entegrasyonun önündeki duvarlar kaldırılmıştır.

Küresel ekonomiye entegrasyon sürecinde tarımla ilgili pek çok düzenleme gerçekleştirilmiş, 2000'li yıllarda da bu düzenlemeler derinleştirilerek devam etmiştir. Bu düzenlemeler içinde en önemli başlıklardan birisi tarım sektörüne devlet desteğinin ve korumasının önemli ölçüde kaldırılmasıdır. Tarımdaki destekleme alımlarının sona ermesi, girdi ve kredi desteğinin kaldırılması, devletin tekel yetkisinin kaldırılması, tarımsal KİT'lerin özelleştirilmesi gibi gelişmeler tarım üretiminin GSYH içindeki payını önemli ölçüde azaltmıştır. 1998 yılında tarımın GSYH içindeki payı yüzde 12,5 iken 2018 yılında yüzde 6,1'e inmiştir (Orhangazi, 2020 s.163). Küreselleşme sürecinde tarımda ortaya çıkan gelişmelerin anlaşılabilmesi 1980 dönüşümünden itibaren sürecin ele alınmasıyla mümkün olacaktır.

1980'lerin başında Dünya Bankası ve IMF'nin denetiminde neoliberal politikalara uyum sürecinde kamu harcamalarını azaltmak ve gıda

piyasalarını serbestleştirme yönünde pek çok yapısal reform gerçekleştirilmiştir (Keyder ve Yenal, 2015, s.58). Bununla birlikte Avrupa ile Gümrük Birliği anlaşması, Avrupa müktesebatına uyum ve Türkiye'nin imzaladığı uluslararası anlaşmalar da 1980'den günümüze kadar tarımdaki dönüşümde etkili olmuştur. Dünya Bankası ile 1980'de başlayan ve 1984'te sonuncusu imzalanan beş yapısal uyarılama kredisi (Structural Adjustment Loan-SAL) ile Türkiye'de tarım sektöründe gübre, tohum, ilaç, makine gibi girdilerde devlet tekelinin kaldırılması ve Kamu İktisadi Teşebbüsleri'nin (KİT) özelleştirilmesi süreci başlatılmıştır. Dünya Bankasının ikinci kademe anlaşmaları sektörler düzeyinde gerçekleşmiş (Sectoral Adjustment Loan-SECAL) ve işaret edilen sektörün dönüşümünü hedeflemiştir. 1985-1988 döneminde açılan dört SECAL'den birisi tarım sektörüne yöneliktir ve Dünya Bankası, kredinin kesilmemesini tarım sektöründe yapılacak düzenlemeler koşuluna bağlamıştır. Bu çerçevede Zirai Donatım yönetiminin yeniden düzenlenmesi, gübre fiyatlarının pazar koşullarına bırakılması, gübre dağıtımının özel girişimciye açılması, tarımsal finansmanda düşük oranlı kredi uygulamasına son verilmesi gibi şartlar Dünya Bankasından alınan kredinin kesilmemesinin koşulları olarak ortaya çıkmıştır (Keskin ve Yaman, 2013, s.445). Kredinin temini için bu koşullar büyük ölçüde karşılanmış, bu çerçevede tarım sektöründeki ürün, girdi, kredi piyasalarını düzenleyen TMO (Toprak Mahsulleri Ofisi), TEKEL, Şeker Fabrikaları, Tarım Satış Kooperatifleri, Fiskobirlik, ÇAYKUR gibi temel kurumlar işlevsizleştirilmiş (Yıldırım, 2015, s.219), 1985 yılında tohum ithalatı önündeki yasak kaldırılmış, 1986 yılında gübre kullanımında kamu tekeli

sonlandırılmış ve aynı yıl Türkiye Gübre Sanayi ile Zirai Donatım Kurumu özelleştirme kapsamına alınmıştır. Dünya Bankasının Türkiye tarımına yön verme süreci 2000’li yıllarda da devam etmiştir. 2000 yılında imzalanan Ekonomik Reform Kredisi ve 2001 yılında imzalanan Tarımsal Reform Uygulama Kredisi ile tarım, enerji, telekomünikasyon ve sosyal güvenlik başlıklarına yer verilmiştir. Bu çerçevede özellikle tarım sektörü ile ilgili; devletin her türlü desteklemeden geri çekilmesi, tarımsal üretim ve tarıma dayalı sanayide etkinliklerine son vermesi, TZDK, ÇAYKUR, TEKEL ve Şeker Fabrikalarından geriye kalanların hızlı bir şekilde özelleştirilmesi veya tasfiye edilmesi hedeflenmiştir. Dünya Bankası Türkiye’ye yönelik politikalarını IMF ile eşgüdümlü bir çerçevede sürdürmüş, bununla birlikte Türkiye’nin temasta olduğu Avrupa Birliği, Dünya Ticaret Örgütü ve OECD gibi uluslararası organizasyonlar ve yapılar tarıma verilen desteğin bitirilmesi noktasında kuvvetli bir etki gücüne sahip olmuşlardır (Keskin ve Yaman, 2013, s.449). 2000’li yıllarda tarım alanını düzenleyen önemli yasalar da süreci biçimlendirmekte etkili olmuştur. 2001 krizinin hemen arkasından Kemal Derviş’in hazırlayıcısı ve uygulayıcısı olduğu Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı kapsamında 2001 yılında Şeker Kanunu ve yine 2001 yılında Tütün Kanunu çıkarılmış⁴, bu kanunlar piyasanın işleyişini düzenleyecek Bağımsız Düzenleyici Kurulların (BDK) oluşturulmasının önünü açmıştır. Diğer BDK’lar gibi Tütün ve Alkollü İçkiler Piyasası

⁴ Kamuoyunda 15 günde 15 yasa olarak bilinen hızlı yasalaşma süreci tarım alanında tütün ve şeker pancarı gibi sanayi girdisi olan ürünlerin üretim rejimini yeniden düzenlemiştir.

Düzenleme Kurulu (TAPDK) ve Şeker Kurulu 2000’li yıllarda piyasa devlet iş birliğini ve sermayenin, karar alma süreçlerinde aktif bir aktöre dönüşmesini yasal ve kurumsal dayanağa kavuşturmuştur. Kurullar, yönetim mantığı çerçevesinde devletin düzenleyici olarak boşalttığı alanı, piyasanın serbest işleyişini sağlamak ve uluslararası ölçekte faaliyet gösteren şirketlerin faaliyetleri önündeki engelleri ortadan kaldırmak üzere doldurmuşlardır. Bu konuda nişasta bazlı şeker uygulanan kotanın uluslararası faaliyet gösteren bir firmanın⁵ talebini karşılamak üzere %2’den %15’e çıkarılması ve Türkiye’deki pancar üreticilerine pancar üretmemeleri karşılığında gelir desteği verilmesi süreci anlamlandırmada önemli bir örnek teşkil etmektedir (Bayramoğlu, 2005, s.368-9). 2006 yılında çıkarılan ve AB ile Ortak Tarım Politikasını ve DTÖ’nün tarım politikalarını kurumsallaştıran Tarım Kanunu’nun ana ilkesi, piyasa mekanizmasının işleyişini bozmayacak bir destekleme politikası yürütmek ve özel sektörün süreçteki rolünün artırılmasıdır. Yine 2006 yılında çıkarılan Tohumculuk Kanunu, ile ata tohumlarının satışı engellenirken uluslararası tohum şirketlerinin pazar payı genişletilmiş olmaktadır. Üreticileri bu pazarın bağımlı müşterisi haline getiren bir diğer düzenleme ise tarımsal desteklerden yararlanmanın sertifikalı tohum kullanımına koşullanmış olmasıdır.

⁵ Adı geçen şirket Cargill’dir. İlgili okuma için Sonay Bayramoğlu’nun Yönetişim Zihniyeti kitabına bakılabilir.

2.1. Tarımsal Desteklerde Gelişmeler

Tarıma verilen destekler alım desteği veya girdi desteği biçiminde gerçekleştirilmektedir. Türkiye’de 1960 yılında sadece 6 ürün alım desteği kapsamında bulunurken 1970’lerde 18 ürün daha kapsama alınarak desteklenen ürünler 24’e çıkmıştır. Böylece buğday, arpa, çavdar, tütün, çay ve şeker pancarına ilaveten soya, ayçiçeği, antepfıstığı, kuru incir, çekirdeksiz kuru üzüm, çekirdekli kuru üzüm, yulaf, fındık, haşhaş, zeytin, gül çiçeği, yer fıstığı, pamuk, kolza, zeytinyağı, tiftik, yapağı, yaş ipek kozası destekleme kapsamına alınmıştır. 1980 sonrasında desteklenen ürün sayısı kademeli olarak azaltılmış, 1990 yılında desteklenen ürün sayısı 10’a düşürülmüştür. Bu süreçte artık sadece buğday, arpa, çavdar, mısır, çeltik, yulaf, tütün, şeker pancarı, haşhaş ve nohut desteklenmektedir. Siyasi kaygıların da etkisi ile 1991 yılında yeniden desteklenen ürünler 26’ya çıkarılmış ancak 1994 ekonomik krizinin ardından alınan 5 Nisan istikrar tedbirleri ile 9’a indirilmiştir (Günaydın, 2010, s.168)

2001-2005 yıllarını kapsayan Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda tarımla ilgili olarak belirlenen çerçeve IMF ile yürütülen program ve Dünya Bankası ile yapılan anlaşmalarla paralellik göstermektedir. Planda, ekonomik, sosyal, çevresel ve uluslararası gelişmeler boyutlarıyla sürdürülebilir bir tarım sektörünün oluşturulması hedefi belirtilmiş, tarım politikasının esaslarının GATT Tarım Anlaşmasının öngördüğü yükümlülükler, AB’ye tam üyelik sürecinde Ortak Tarım Politikasına uyum çerçevesinde oluşturulacağı ifade edilmiştir. Yine Planda Türkiye’de destekleme fiyatlarının dünya fiyatlarının üzerinde

belirlendiği, ekim alanlarının ve üretim fazlasının genişlemesine ve devletin yüksek stok maliyetine katlanmasına neden olduğu vurgulanmış, doğrudan gelir desteği uygulamasına geçileceği belirtilmiştir (Kendir, 2003, s.295).

DTÖ tarıma verilen girdi ve çıktı desteklerinin, üretim kararı ve miktarını etkilediği için dünya genelinde karşılaştırmalı üstünlüklerin gerçekleşmesini engellediği tezinden hareketle üretimden bağlantısız desteklerin ilgili bölgede en avantajlı ürünün üretilmesine olanak sağlayacağını savunmaktadır. Bu çerçevede Dünya Bankası tarafından Türkiye’de Doğrudan Gelir Desteği (DGD) uygulamaya konulmuştur. Çiftçi Kayıt Sistemine (ÇKS) kayıtlı olan tüm üreticiler ekim yapmak koşuluyla DGD’den faydalanmaya başlamışlardır. Ekim denetimlerinin yetersiz olması sonucu, ekim yapıp yapmadığı tespit edilmeden sisteme kayıtlı olan büyük toprak sahiplerine desteklemeler aktarılmış bu durum topraksız çiftçinin ekim yaptığı halde desteklerden yararlanmasını engellemiştir. DGD uygulaması, sınıf içi eşitsizlikleri derinleştirmiş, büyük toprak sahipleri topraklarını kiraya vermek suretiyle desteklerden yararlanmış, topraksız çiftçiler ise bu desteklerden yeterince yararlanamamıştır.

Tablo 1. Doğrudan Gelir Desteği Ödemeleri

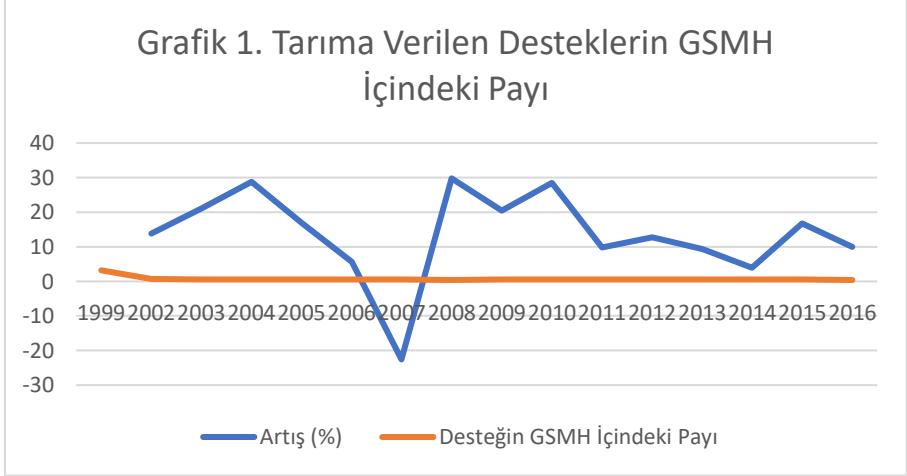
	Çiftçi Sayısı (Milyon)	DGD Uygulanan Alan (Milyon Ha)	Desteklenen Arazi Sınırı (Da)	Birim DGD (TL/Da)
2001	2.180	11,8	200	10,0
2002	2.600	16,2	500	13,5
2003	2.755	16,5	500	16,0
2004	2.770	16,6	500	16,0
2005	2.770	16,6	500	10,0
2006	2.770	16,6	500	10,0
2007	2.770	16,6	500	7,0
2008	2.770	16,6	-	-

Kaynak: CSBB; Yıllık Programlar, TZOB Verileri

Tablo 1’de DGD’den yararlanacak kayıtlı çiftçi, DGD uygulanan alan ve dekar başına destek tutarı görülmektedir. 2003, 2004 yıllarında 16 TL/Da olarak uygulanan DGD 2005 ve 2006 yıllarında 10, 2007 yılında ise 7 TL/Da’ya düşürülmüştür. DGD sistemi üretim ve destek arasındaki ilişkiyi ortadan kaldırdığı, böylelikle tarımsal üretimde olumsuz sonuçlar yarattığı eleştirilerine maruz kalmıştır. 2008 yılında DGD uygulamasının kaldırılacağı, araziye değil ürüne destek verileceği açıklanmış ve bütçeye DGD ödeneği konulmamıştır.

Devletin üreticiye sağladığı; gübre, tohum, su, tarımsal mücadele ilaçları ve uygun koşullarda kredi temini gibi girdi ve kredi destekleri de istikrar programları kapsamında sonlandırılmıştır. Dünya Bankası destekli tarım politikaları çerçevesinde tarım desteklerinin tasfiye

edilmesi, sermaye sınıfı lehine tarım emekçileri aleyhine, sınıflar arası eşitsizliği derinleştiren sonuçlar üretmiştir.



Kaynak: CSBB Yıllık Programlar ve TZOB verileri

Grafik 1’den görüldüğü gibi 1990’ların sonunda tarım kesimine verilen destekler, GSMH’nın %3’ü büyüklüğünde iken süreç içinde %0,5’ler düzeyine düşmüş 2020 yılında ise %0,4 olarak gerçekleşmiştir. Mecliste görüşülmekte olan 2021 bütçesinde de tarım desteklerinde bir artış olmayacağı izlenimi mevcuttur. Tarımsal desteklerin kesilmesi tarım ürünleri fiyatlarını düşürmüştü, girdi fiyatlarını yükseltmiş, dolayısıyla dönemde tarımsal gelir azalmıştır (Ulukan, 2009, s.120). 2006 yılında yasalaşan Tarım Kanunu’nda desteklerin milli gelirin %1’inden az olmayacağı hükmüne rağmen, günümüze kadar tarıma verilen desteklerin GSMH içindeki payı giderek azalmıştır. 2000-2008 yılları arasında tarımsal arazi büyüklüğüne göre uygulanan doğrudan gelir desteği tarım emekçilerinin gelir kayıplarının sadece %35-45’ini karşılayabilmiştir (Pektaş, 2014, s.457).

2009 yılında DGD yerine havza modeli destekleme yapılacağı ilan edilmiş, 30 havzada 16 ürünün desteklenmesi 2 Mart 2010 tarihinde alınan Bakanlar Kurulu kararı ile yasal dayanağa kavuşturulmuştur. Havza modelinde; kütlü pamuk, yağlık ayçiçeği, zeytinyağı, soya fasulyesi, aspir, kanola, dane mısır, buğday, arpa, çavdar, yulaf, çeltik, kuru fasulye, mercimek, nohut, tritikale destekleme kapsamına alınmıştır (Oyan, 2013, s. 385).

2.2. Tarım Sektöründe Özelleştirmeler

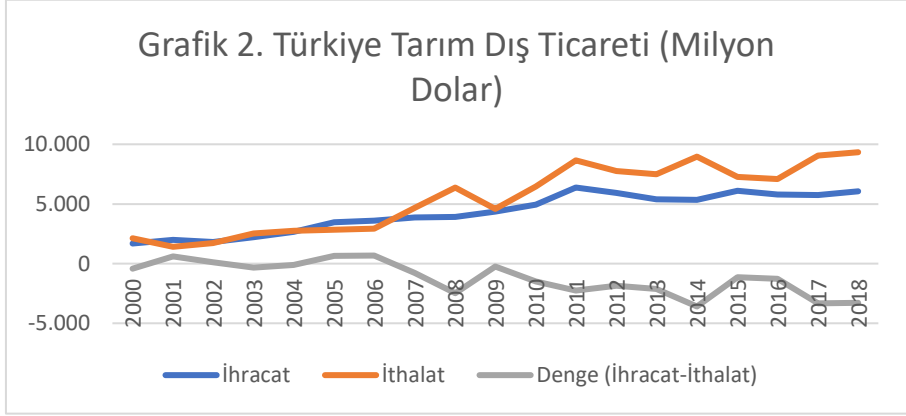
Tarım alanında faaliyet gösteren KİT'ler Türkiye'de tarımın gelişmesinde önemli işlevler üstlenmesine rağmen neoliberal politikalar kapsamında özelleştirme programına alınmıştır. 1980'lerin başında Dünya Bankası desteği ile Morgan Guaranty firmasına hazırlatılan Özelleştirme Ana Planı ve 1986 yılında çıkarılan "Kamu İktisadi Teşebbüslerinin Özelleştirilmesi Hakkında Kanun"a dayanılarak 1993 yılından itibaren özelleştirmeler başlamış, 2000'li yıllarda ise Tarımsal KİT'lerin özelleştirilmesi büyük ölçüde tamamlanmıştır. 1990'lardan günümüze kadar SEK (1993-1998), YEM Sanayi (1993-1995), EBK (1995-2000), ORÜS (1996-2000) TZDK (1998-2000), TÜGSAŞ (1999-2005), TEKEL (2003-2011), Türkiye Şeker Fabrikaları (2009-2011) gibi tarımsal üretime önemli katkıları olan üretim süreçlerinin koordinasyonunu sağlayan önemli KİT'ler özelleştirilmiştir. Devletin tarım alanındaki düzenleme yetkisini büyük ölçüde ortadan kaldıran ve serbest piyasa koşullarını hakim kılan özelleştirmeler tarımın kurumsal yapısını ortadan kaldırmış, üretim miktar ve fiyatlarında istikrarsızlıkların oluşmasına neden olmuştur.

Tarım sektöründe pazar ekonomisini etkin kılacak siyasi ve ekonomik düzenlemelerle birlikte tarımsal üretim küresel işleyişin etki alanına girmiştir (Keyder ve Yenal, 2015, s.52). Neoliberal politikaların tezahürü olarak ortaya çıkan küreselleşme sürecinin temel özelliği, ticaretin serbestleşmesi, özelleştirmeler ve devletin küçülmesidir. Türkiye gibi borç yükümlülüğü artan ülkelerde bu sürecin uygulanması IMF ve Dünya Bankası gibi sermayenin uluslararası örgütlerinin dayattığı yapısal uyum programları ile gerçekleşmiştir (Bernstein, 2009, s.107). Küreselleşmeyle birlikte kalkınmacı devlet yaklaşımı sona ererken özellikle çevre ülkelerdeki yerel üreticileri mal ve para piyasalarında ortaya çıkan dalgalanmalardan koruyan tedbirler ortadan kalkmış ve yerel üreticiler küresel çapta faaliyet gösteren devasa şirketlerin etki alanına girmişlerdir (Keyder ve Yenal, 2015, s.57). Küresel işleyişle bu yönde bir eklemleme, tarım üreticilerinin üretim süreciyle ilgili inisiyatif kullanma gücünü ortadan kaldırmış, üretimin içeriğini küresel şirketlerin belirlemesi sonucunu ortaya çıkarmıştır. Özellikle küçük üreticiler süreçten daha kötü etkilenmişlerdir. Tarımsal üretim ve ticaretin ulus ötesi büyük sermayelerin kontrolüne bırakılması, artan finansallaşma, fikri mülkiyet haklarını düzenleyen uluslararası anlaşmalar küçük üreticiliğin varlığına ve sürdürülebilirliğine ciddi tehdit oluşturmaktadır.

2.3. Tarım Dış Ticaretinde Gelişmeler

Tarımda yaşanan yeniden yapılanma sürecinin bir diğer tezahürü tarım dış ticaretinde ortaya çıkmıştır. Grafik 2'den de görüldüğü gibi 2000'li yılların ortalarından itibaren Türkiye, tarımda net ithalatçı pozisyonuna

gelmiştir. Enerji ve sektör 1 malları ithalatı zorunlu olan Türkiye'nin tarımsal ihracatının ithalatı karşılamaması ile cari açık problemi artma potansiyeline sahiptir.



Kaynak: Yıllık Programlar, TZOB Verileri, TÜİK

Türkiye tarım dış ticaretinde 2007 yılından itibaren sürekli açık vermiş 2014 yılında ise tarım ihracatı ile tarım ithalatı arasındaki fark en yüksek düzeyine ulaşmıştır.

2.4. Tarım İstihdamı ve Tarımsal Katma Değer

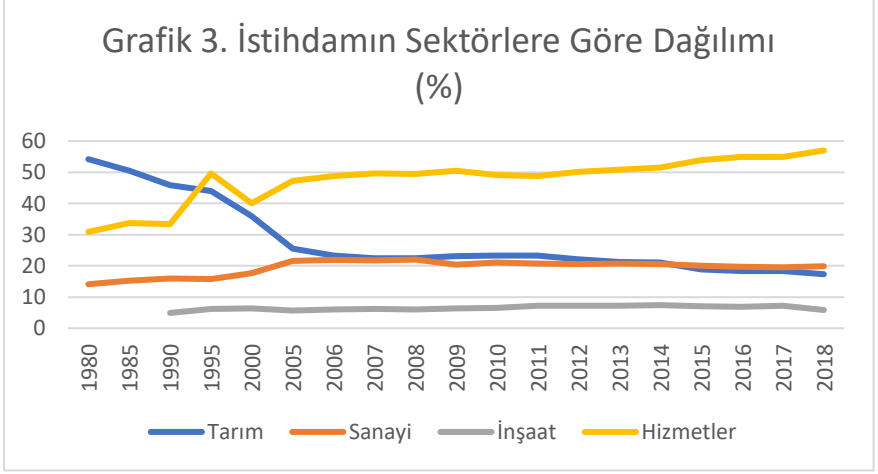
Tarım sektöründe istihdam edilenlerin payı Grafik 3'te görüldüğü gibi 2000-2018 döneminde %18 oranında azalmıştır. TÜİK verilerine göre 2002 yılında tarımda istihdam edilenler 7 milyon 458 bin kişi iken 2020 yılı şubat ayı itibariyle 4 milyon 157 bin kişiye gerilemiştir. Çiftçi kayıt sistemine kayıtlı çiftçilerin sayısı 2008 yılında 1 milyon 157 bin iken 2019 yılında 600 bine kadar düşmüştür (euronews). Tarım istihdamındaki hızlı çözülme bir taraftan işsizlik sorununun derinleşmesine yol açarken diğer taraftan artan nüfusla birlikte kendini besleyememe sorununun ortaya çıkmasına yol açmaktadır. 2002 yılında

Türkiye nüfusu yaklaşık 66 milyon kişi iken günümüzde 84 milyon civarına ulaştığı istatistik verilerde sabittir. Artan nüfusun beslenme ihtiyaçlarının karşılanması için tarımda istihdam edilenlerin artırılması veya en azından azalmasını engelleyecek politikalara ihtiyaç vardır.

Tarımdan ve topraktan kopan kitlelerin bir kısmı hizmetler sektörüne eklenirken görece olarak daha büyük kısmı işsizler havuzunu genişletmektedir. Gelişmekte olan bir ekonominin kalkınma sürecinde tarımın istihdamdaki payının zamanla azalması beklenen/doğal bir gelişmedir. Ancak bu sektörden kopan emeğin sanayi sektöründe istihdamı ve kalkınmanın sonraki aşamalarında hizmetler sektörüne kayması yine aynı doğal gelişmenin beklenen sonuçları arasındadır. Türkiye’de tarımdaki çözülüş sonucu açığa çıkan emek faktörü ağırlıklı olarak hizmetler ve bir kısım da inşaat sektöründe istihdam edilmektedir. Bu durum ekonomide önemli bir yapısal sorunu işaret etmektedir. Türkiye gibi enerji ve sermaye malları bağlamında dışarıya bağımlılığı yüksek olan bir ülkede katma değer üretiminin yetersiz olması bağımlılık ilişkilerini daha fazla derinleştirme potansiyeli taşımaktadır. Öte yandan, her yıl aktif nüfusa eklenen gençlere ilaveten, tarımdan kopup herhangi bir sektörde iş bulamayanlar da işsizlik sorununun derinleşmesine katkı yapmaktadır. Tarımsal üretimde maliyetlerin artması, ticaret hadlerinin tarım aleyhine oluşması tarımsal üretimi azaltmakta dolayısıyla tarımdan kopuşlar artmaktadır.

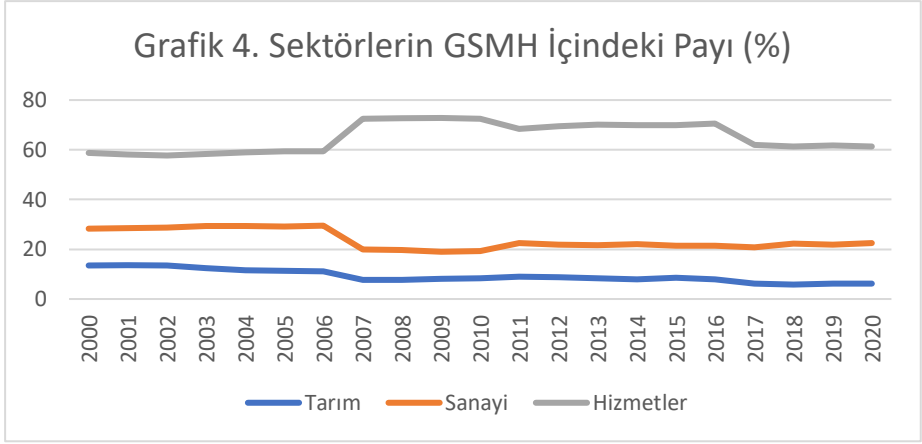
Tarım sektörünü ilk terk edenler erkek işgücü olduğu için tarımda çalışan kadın işgücü görece olarak artmakta bunun sonucunda FAO tarafından “*tarımın feminizasyonu*” olarak adlandırılan durum ortaya

çıkılmaktadır. Tarımın feminizasyonu kadın işgücünün sömürsünü derinleştirmektedir.



Kaynak: CSBB Yıllık Programlar

Tarımdaki bu çözülme süreci sektörün GSMH'ya katkısında da önemli bir düşüş meydana getirmiştir. Grafik 4'te sektörlerin GSMH'ya katkısı görülmektedir. 2000 yılında tarımın GSMH içindeki payı %13,5 iken 2020 yılında bu oran %6,2'ye gerilemiştir.



Kaynak: CSBB- Yıllık Programlar *2019 yılı verisi gerçekleşme tahmini, 2020 yılı verisi planlanan değerdir

Aynı dönemde sanayi sektörünün payında da 6 puanlık bir gerileme gözlenmektedir. Bu durum tarımdan kopan nüfusun sanayi sektörüne çekilmediğini ortaya koyması bakımından önemlidir.

Tablo 2’de tarım sektörüne ilişkin bir fotoğraf ortaya konulmaya çalışılmıştır. Sektörün 2002-2021 aralığında önemli bir çözüme yaşadığı, bunun sonucunda toplam tarım alanında, ekilen alan büyüklüğünde, çiftçi sayısında, tarımın GSMH içindeki payında önemli bir azalmanın ortaya çıktığı görülmektedir.

Tablo 2. 2002-2021 Temel Tarım Göstergeleri

Göstergeler	2002	2020
Toplam Tarım Alanı	26.579 (bin ha)	23.136 (bin ha)
Ekilen Alan	17.935 (bin ha)	15.436 (bin ha) **
Çiftçi Sayısı	7.458.000 kişi	4.157.000 kişi*
Toplam İstihdam Payı	%36	%18
Tarımın GSMH İçindeki Payı	%13,5	%5,7
Mazotun Litre Fiyatı	1,3	12,38 TL
Buğday Kg Fiyatı	0,4 TL	2.5 TL

Kaynak: BUGEM, TÜİK, Euronews, (Kazgan, 2013: 343) * 2020 yılı değeridir, **2018 yılı değeridir

Dünyada yaşanan gelişmelere paralel Türkiye ekonomisinde yaşanan yapısal sorunlar tarımsal üretimi olumsuz etkilemektedir. Yüksek enflasyon ve girdi fiyatlarındaki aşırı artışlar çiftçinin üretim kararını yeniden değerlendirmesine neden olmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye'nin kalkınma sürecinin önemli bir bileşeni olan tarımda küreselleşme ile hızlı bir dönüşüm yaşanmıştır. Küresel entegrasyonun hızlandığı 2000'li yıllarda Dünya Bankası Projesi olan TRUP ile başlayan dönem yapılan yasal düzenlemelerle devam etmiş ve tarımda ciddi bir aşınma ortaya çıkmıştır. 2000'li yıllarda uygulanan tarım politikaları sonucunda; tarımsal üretimin GSMH içindeki payı dönemli oranda azalmış, tarım dış ticareti 2007 yılından itibaren sürekli açık vermeye başlamıştır. Tarım ekim alanları da azalırken tarım istihdamı önemli ölçüde düşmüştür. Dünya ölçeğinde faaliyet gösteren şirketlerin etkisi artmış bu durum yerli çiftçinin eşitsiz rekabete maruz kalmasına neden olmuştur. Çıkarılan yasalarla bazı ürünlerin desteklemeden çıkarılması veya üretiminin sınırlandırılması çiftçilerin kendi topraklarında işçileşmesine neden olmuştur. Bu durum sınıflar arası eşitsizliği artırmıştır. Çiftçi yoksulluğu artmış, üretim fikrinden vazgeçen çiftçi sayısında artış gözlenmiştir. Tarım sektörü kalkınma sürecinde lokomotif görevini üstlenebilecek bir sektördür. Sektöre yapılacak yatırımlar mevcut potansiyelle birleştiğinde önemli bir kalkış hamlesi gerçekleştirilebilir. Tarım ile kalkınma ve zenginleşme mümkündür; Hollanda, Kanada bu konuda önemli örneklerdir.

2019 yılının sonunda Çin'den başlayarak bütün dünyada kitlesel ölümlere yol açan pandemi sürecinde tarımın önemi bir kez daha ortaya çıkmıştır. Koruma önlemlerinin ulaştırma faaliyetlerini engelleyecek çerçevede uygulandığı pik döneminde temel ihtiyaç olan beslenmenin temini, tarımsal üretimde kendine yeterliliğin gerekliliğini ortaya koymuştur.

Küresel ekonomiye eşitsiz biçimde eklemlenen Türkiye'nin tarımı tekrar kalkınmasının bir unsuru haline getirmesi ivedilikle tercih etmesi gereken bir seçenektir. Bu çerçevede yapılması gerekenlere dair önerilerin başında, sektör bazında planlama anlayışına geri dönülmesi gelmektedir. Tarımsal üretim planlaması yapılmalıdır. Bunun için sağlıklı bir tarım envanteri çıkarılarak güçlü ve zayıf yönler tespit edilmelidir. Kuvvetli bir kooperatifleşme sağlanmalı ve kooperatiflere kredi desteği yeniden hayata geçirilmelidir. Tarımsal destekleme politikası yeniden gözden geçirilmelidir. Uluslararası ölçekte faaliyet gösteren şirketlere karşı yerli üretici korumaya alınmalı, yerelde ise sınıflar arası ve sınıf içi eşitsizlikleri ortadan kaldıracak politikalara ağırlık verilmelidir. Bu kapsamda toprak mülkiyetini yeniden düzenleyecek gerçek reformlar yapılmalıdır. Bütün bunların yanında çiftçi eğitimlerine ağırlık verilmelidir.

KAYNAKÇA

- Aydın, Z. (2010). Neo-liberal Transformation of Turkish Agriculture. *Journal of Agrarian Change*, 10(2), 149-187.
- Bayramoğlu, S. (2005). Yönetişim Zihniyeti Türkiye’de Üst Kurullar ve Siyasal İktidarın Dönüşümü. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bernstein, H. (2009). Tarımsal Değişimin Sınıfsal Dinamikleri. İstanbul: Yordam Kitap.
- Byres, (2016). Tarım ve Kalkınma ,Yeni Neoklasik Kalkınma İktisadının ve Neoklasik Neo-Popülizmin Eleştirisine Doğru. İçinde; Neoliberal Küreselleşme ve Kalkınma Seçme Yazılar. Derleyen: Fikret Şenses. İstanbul: İletişim Yayınları. s. 387-429.
- Ercan, F. (2004). Sermaye Birikiminin Çelişkililiği, Türkiye’nin Küresel Kapitalizmle Bütünleşme Sürecine Eleştirel Bir Bakış. İçinde; Neoliberalizmin Tahribatı. Editörler: Neşecan Balkan ve Sungur Savran. İstanbul: Metis Yayınları. s. 9-43.
- Ertürk Keskin, N. ve Yaman, M. (2013). Türkiye’de Tütün Reji’den Tekel’e Tekel’den Bugüne. Ankara: Notabene Yayınları.
- Günaydın, G. (2010). Tarım ve Kırsallıkta Dönüşüm Politika Transferi Süreci /AB ve Türkiye. Ankara: Tan Kitabevi.
- Kazgan, G. (2013). Tarım ve Gelişme. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Kendir, H. (2003). Küreselleşen Tarım ve Türkiye’de Tarım Reformu. *Praksis*, Sayı:9 Kış-Bahar, s.277-300
- Keyder, Ç. ve Yenal, Z. (2015). Bildiğimiz Tarımın Sonu. İstanbul: İletişim Yayınevi.
- Koçak, C. (2003). Türkiye’de Milli Şef Dönemi (1938-1945). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Orhangazi, Ö. (2020). Türkiye Ekonomisinin Yapısı, Sorunlar Kırılğanlıklar ve Kriz Dinamikleri. Ankara: İmge Kitabevi.
- Oyan, O. (2013). Kriz ve Tarım Politikaları. İçinde; Kriz ve Türkiye Aşınan Teoriler, Editör: Hale Balseven ve Fuat Ercan. Ankara: Phoenix Yayınevi. s.365-397.

- Pamuk, Ş. (2015). Türkiye'nin 200 Yıllık İktisadi Tarihi. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Pektaş, Ş. (2014). Türkiye'de Neo-Liberal Yıkım Süreci. İstanbul: Parşömen Yayıncılık.
- Tekeli, İ. ve İkin, S. (2009). Uygulamaya Geçerken Türkiye'de Devletçiliğin Oluşumu. İstanbul: Bilge Kültür Sanat
- Ulukan, U. (2009). Türkiye Tarımında Yapısal Dönüşüm ve Sözleşmeli Çiftçilik: Bursa Örneği. İstanbul: SAV.
- Yeldan, E. (2003). Küreselleşme Sürecinde Türkiye Ekonomisi. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yenal, Z. (2015). Tarım ve Gıda Üretiminin Yeniden Yapılanması ve Uluslararasılaşması. İçinde; Bildiğimiz Tarımın Sonu, Editör: Çağlar Keyder ve Zafer Yenal. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yıldırım, U. D. (2015). Türkiye Tarımında Yapısal Dönüşüm ve Mevsimlik Tarım İşçileri: Sakarya Örneği. İstanbul: SAV.
- CSBB <https://www.sbb.gov.tr/yillik-programlar/> (06.12.2020)
- Euronews <https://tr.euronews.com/2020/05/14/turkiye-de-ciftci-sayisi-yuzde-38-dustu-tarim-alani-yuzde-12-azaldi> (10.12.2020)
- TUİK <https://data.tuik.gov.tr> (04.12.2020)
- TZOB <https://www.tzob.org.tr/File/PdfViewer?guid=b2954740-3d4b-4c77-b375-ba301b775f46&category=file&pageCount=440> (02.12.2020)

BÖLÜM 14

HALKLA İLİŞKİLERDE KURUM İÇİ İLETİŞİM KAPSAMINDA “Çeşitlilik, Hakkaniyet, Kapsayıcılık”

Dr. Öğr. Üyesi Görkem İLDAŞ¹

¹İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Maltepe Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, ORCID: 0000-0001-8745-5566, gorkemildas@gmail.com

GİRİŞ

Kurumların ekonomik karlılık odaklı bakış açıları günümüzde yerini paydaşlarla kalıcı duygusal bağlar kurmak için atılan adımlara bırakmaya başlamıştır. Kurumlar varlık nedenlerini (*brand purpose*) inşa ederken sadece sayılarla düşünmekten vazgeçip, anlam odaklı düşünmeye, güven temelli ilişkiler kurmaya odaklanmışlardır. Satış, karlılık, verimlilik, büyüme, inovasyon, teknoloji kavramlarıyla kendilerini ifade etmeye çalışan kurumlar insani değerlere yönelmişler, iç ve dış çevreleriyle etkileşimlerinde sorumluluk alanlarını genişletmişlerdir. Kurumlar sağlıklı bir örgüt kültürünün hiyerarşik katmanların fazla olduğu bir ortamda var olamayacağını, daha önceden bu bakış açısıyla kurulmuş olsalar da bu yapıları daha fazla sürdürmeyeceklerini deneyimlemeye başlamışlardır. Çalışanların kimliklerinin kabul görmesi, haklarının teslim edilmesi için '*Çeşitlilik, Hakkaniyet ve Kapsayıcılık*' (*DEI: Diversity, Equity, Inclusion*) ilkelerine sahip örgüt iklimlerinin yeşermesine dair olumlu gelişmeler yaşanmakta ve kurum içi iletişimin önemi her geçen gün artmaktadır.

Kavramların halkla ilişkiler ve kurum içi iletişimle bağlantısını kurmadan önce DEI hakkında kısa bir bilgilendirme yapmakta fayda görülmektedir. Literatürde etnik köken, dil, din, ırk, cinsiyet gibi farklılıkların eşitlik önünde engel teşkil etmemesi; bireylere veya gruplara farklılıkları gözetilerek adaletli davranılması; işe alım kararlarından terfilere bilinçsiz bir önyargıyla hareket edilmemesi kurumlarda olması gereken çeşitlilik, hakkaniyet ve kapsayıcılık ilkeleri ile ilişkilendirilerek aktarılmıştır (Harris ve Bordere, 2016:

194). Elbette bu ilkelerin web sitelerinde açıklanan birer vizyon olarak kalmaması, rakiplerden ayrılmak için bir halkla ilişkiler aracı olarak görülmeden samimiyetle benimsenmesi ve olumlu örgüt iklimine yansıtılarak uygulamaya dökülmesi gerekmektedir.

Örgüt kültürünün yıllar içinde oluşan ve değiştirilmesi güç değer ve inançlardan oluştuğunu savunanlar olduğu kadar değişimin lider birimi olarak halkla ilişkiler ve kurumsal iletişimin önemine işaret edenler de vardır. Hellriegel ve arkadaşlarına göre (1995); örgüt kültürünü değiştirmede öncelikle eski kültürün tüm ayrıntıları sorunlarıyla birlikte ele alınmalıdır, incelenmelidir, yola nereden başlandığı bilinmelidir. Daha iyi bir örgütsel kültür oluşturmak için tüm çalışanların fikirleri eşit önemde dinlenmelidir. Baskıcı kültürden uzak durulmalı, yeni kültürün kabulü için zaman tanınmalıdır. Yeni kültürün sözcüklerde ve sloganlarda kalmaması, kalplerde ve eylemlerde kendine yer bulması için bizzat yaşanması gerekmektedir (Hellriegel, 1995:476; aktaran Becerikli, 2007:100). Yeniliklerin benimsenmemesi ve krize yol açma riski düşünüldüğünde halkla ilişkiler birimlerine proaktif kriz yönetimi kapsamında da büyük görevler düşmektedir. Aynı şekilde yönetim ve çalışanların birlikte oluşturduğu ve tüm örgüt üyelerinin katılımıyla sahiplenilen değerleri kurumun ilişkide olduğu tüm paydaşlara ve toplumun farklı kesimlerine aktaracak olan birim de yine halkla ilişkiler birimleridir. Dolayısıyla halkla ilişkiler desteğinin DEI ilkelerinin benimsenmesinde kilit rol oynayacağı açıkça görülmektedir.

Bu çalışmada Bloomberg'in 2021 *Cinsiyet Eşitliği Endeksi'nde (GEI)* yer alan Türkiye'deki kurumların web sitelerinde bu kavramlara hangi

başlıklar altında yer verdikleri saptanmış, DEI'yi nasıl algıladıkları içerik analizi yöntemiyle yorumlanmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda web sitelerinde bu konuda yer alan içerik mimarileri incelenmiştir. Yapılan bu çalışma ile DEI hakkında araştırma yapan tüm akademisyenlere, iletişim ve halkla ilişkiler profesyonellerine katkı sağlamak amaçlanmıştır. Aynı zamanda Türkiye'de alanlarında lider konumunda bulunan bu kuruluşların bu konudaki bakış açılarının ve attıkları adımların anlaşılmasının sektör profesyonellerine de katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1. Halkla İlişkiler ve Kurum İçi İletişim

'Çalışanlarla iletişim', 'örgütsel iletişim', 'iç iletişim', 'örgüt içi halkla ilişkiler', 'değişim yönetimi' tüm bu kavramların 'iç hedef kitle iletişimi'ni ifade ettiğini belirten Morley (aktaran Görpe, 2007:146) bu konularla insan kaynakları birimlerinden çok halkla ilişkiler birimlerinin ilgilenmesi gerektiğini savunmuştur. Morley'e göre; örgütün iç ve dış çevresiyle olan tüm iletişim süreçleri her türlü yan etkiden bağımsızlık olarak iç içe ve el ele olmalıdır; hatta yasalar el verdiği sürece şirketin tüm gelişmelerinden önce onların haberi olmalıdır (Görpe, 2007: 146-147). Müzakere, diyalog, güven, şeffaflık, samimiyet, uzlaşma, dinleme süreçlerini kapsayan simetrik iletişim halkla ilişkiler çalışmalarında sıklıkla yer almaktadır. Örgüt yapısının iç iletişimi doğrudan etkilediği, karşılıklı anlayışın olduğu örgütlerde çalışan memnuniyetinin daha yüksek olduğu görülmüştür (Pearson, 1989: 82-84; Grunig, 2006: 157; Lane ve Bartlett, 2016: 4075; Ledingham, 2003: 189).

Sağlıklı bir kurum içi iletişimin çalışanların aidiyet duygusunu artırdığı ve kurumdaki çatışmaları azalttığı yapılan çalışmalarda netlikle ifade edilmiştir. Kurumun amaçları ile çalışanların amaçları arasındaki ortak anlam birliği ancak karşılıklı anlayış ve iş birliği ortamında gerçekleşebilmektedir. Bu ortamın kurucularından olması gereken halkla ilişkiler uzmanları çalışanların farklılıklarını ve çeşitliliklerini koruma gayretinde davrandıklarında çalışanları kazanmakta; aksi halde çalışanların hem kendilerine hem de kurumlarına yabancılaştığı görülmektedir (Becerikli, 2002: 139).

Halkla ilişkiler çalışanlarla iletişimde, resmi iletişim kanallarını (yatay ve dikey hiyerarşik düzende kurulan iletişim) kullandığı gibi resmi olmayan, çapraz iletişime olanak sağlayan yönetimin denetimi dışındaki -kahve molaları gibi- ortamları da değerlendirmektedir. Dikey iletişim aşağıdan yukarıya, yukarıdan aşağı olan iletişim türü; yatay iletişim aynı kademedeki çalışanların kurduğu iletişim türü; çapraz iletişim ise kendiliğinden gerçekleşen, yönetimin kontrolünde olmayan iletişim türü olarak tanımlanmıştır (Okay ve Okay, 2005: 229-230). Sosyal medya ve online platformlar aracılığıyla kurulan iletişim de çapraz iletişim başlığı altında değerlendirilebilir. Bazı durumlarda çalışanlar resmi kanallardan kurulan iletişimde saygılı, iş arkadaşına değer veren bir imaj çizse de; çapraz iletişim ortamlarında ayrımcılık, dışlama içeren ve yıldırmaya sevk eden şekilde davranabilmektedirler. Aynı zamanda iyi bir gözlemci olması gereken halkla ilişkiler uzmanı, davranışların arkasında yatan sebepleri doğru tespit ederek, çözüm önerileri ile yönetime doğru aktarmalıdır.

İnsan kaynakları ve halkla ilişkiler alanlarının birliktelikleri ve etkileşimlerine dair önemli tespitleri olan Ertürk, kurum içi ve kurum dışı tüm ilişkilerin yönetilmesinde ortak paydada “insanı tanımak” olduğunu vurgulamaktadır. Davranışlarda sinyallerini veren psikolojik nedenlerin saptanması, örgütün en önemli kaynaklarından biri olan insana yapacağı en büyük yatırımlardan biridir. Çünkü bireyin takdir edilmek, anlaşılmaq, saygı duyulmaq, bir yere ait olmak gibi doyurulması gereken insani gereksinimleri vardır. Örgütlerin “Biz iyi bir işletmeyiz, çünkü iyi çalışanlara sahibiz” ifadelerini bazı eleştirmenlerin “halkla ilişkiler kurnazlığı” olarak değerlendirdiğine dikkat çeken Ertürk, sağlıklı bir örgüt ikliminde çalışanların değer ve saygı göreceğini belirtmiştir (Ertürk, 2007: 3-8). Örgütsel davranış kapsamında iş yaşamındaki bireylerin tutum, davranış ve performanslarının anlaşılmasının ve koşulların iyileştirilmesinin; çalışan memnuniyetinin yanı sıra iş süreçlerindeki verimliliği de olumlu yönde etkilediği görülmektedir (Ertürk, 2007: 15-16).

Okay ve Okay’ın (2005: 1-2) incelediği pek çok halkla ilişkiler tanımında saptadıkları ifadeler “sosyal davranışa bir rehber”, “sosyal ve politik yönetim”, “kamuoyu oluşturan”, “iyi niyet geliştiren”, “harekete geçiren”, “ikna edici”, “aydınlatıcı”- sürdürülebilir kurumlar ve sürdürülebilir örgüt kültürüne halkla ilişkilerin etki gücünü ortaya koymaktadır. Grunig ve arkadaşlarının (2005: 239-269) alandaki yıllar süren mükemmellik araştırmaları sonucu halkla ilişkilerde olması gereken 12 temel özellik açıklanmıştır. Kendi deyimleriyle “mükemmel kurumların taşıması gereken mükemmel halkla ilişkiler birimlerinin”

taşınması gereken kurallar “insan kaynakları, organik yapı, girişimcilik, simetrik iletişim sistemleri, liderlik, güçlü katılımcı kültür, stratejik planlama, sosyal sorumluluk, kadınlara ve azınlıklara destek, kalitenin önceliği, etkin operasyon sistemleri, işbirlikçi ve toplumsal kültür” olarak sıralanmıştır. Mükemmellik çalışmasında saptanan bu bileşenlerin örgütlerin paydaşlarıyla iyi ilişkiler geliştirmesinde ve etkili iletişim kurmasında etkili olacağı pek çok çalışmada vurgulanmıştır (Dozier ve Broom, 1995: 5-6)

Kurumun amacının, varlık nedeninin saptanmasında, ürün ve hizmetlerinin duyurulmasında, tüm paydaşlarla güven temelli ilişki kurulmasında, bilgilendirmeden ikna etmeye, medya ile iyi ilişkiler geliştirmekten sosyal fayda sağlamaya kurumun hayatta kalması için gerekli tüm yönetim kararlarında etkili olması gereken halkla ilişkiler birimleri kurumun iç ve dış çevresiyle olan tüm ilişkilerinin sürdürülmesinde ve geliştirilmesinde bir yönetim işlevi olarak kabul görmektedir.

Bu işlevi yerine getirirken kurum içi iletişimin önemini anlayan, çalışanlardan güç alarak hareket etmenin yarattığı olumlu dönüşümü fark eden halkla ilişkiler profesyonelleri bu alana daha fazla yatırım yapmaya başlamışlardır. Çalışanların kurumla temas eden ya da iletişim kurma potansiyeli olan tüm kişi ya da kurumlar için aynı zamanda birer kurum temsilcisi olduğunu da unutmamak gerekmektedir (Ertürk, 2007: 17).

Örgütler düzeni sağlamak için örgütün dili, çalışanların görevleri ve yetkili oldukları alanların tanımlanması, ödül ya da ikaz mekanizmasının oluşturulması gibi konularda kurallar geliştirerek, çalışanların uyum sağlama kodlarının oluşmasına olanak sağlamaya çalışmaktadırlar. Bu bağlamda bu çalışmanın konusu olan DEI ilkelerini benimsemesi, kuralların herkesi kapsayan ve hakkaniyetle oluşturulmuş olması önem taşımaktadır.

Örgütler çalışanlarıyla ve yönetimleriyle bir bütündür. Halkla ilişkiler çalışanlar ve yönetim arasında en fazla insan kaynakları kadar etkili bir birim olduğunu ve köprü görevi gördüğünü; çalışanların desteğini örgütün amaçlarına yansıtırken, aynı zamanda örgütün amaçlarını da çalışanlara aktarmaktadır, bu yönüyle etkin bir yönetim işlevi olduğu açıkça görülmektedir (Becerikli, 2007: 91-102). Günümüzde çalışanların yönetime ve kuruma karşı duyacağı güven, sürdürülebilir bir kurum olmanın en önemli koşullarından biri haline gelmiştir. Fikirlere değer veren, herkesin eşit temsil edildiği, eşitlikçi kurumlar çalışanlarıyla daha anlamlı bağlar oluşturmaktadır. Bu bağlamda halkla ilişkiler ajanslarının uzmanlık alanlarının farklılaştığını da söylemek mümkün. Türkiye’de de hizmet veren global bir halkla ilişkiler ajansı olan Golin’in web sitesinde “DE&I Counsel”, Türkçe olarak ise “Çeşitlilik, Eşitlik ve Kapsayıcılık Danışmanlığı” ifadesi yer almaktadır (Golin, 2022). Global ölçekte bir halkla ilişkiler ajansının bu alanda hizmet vermeye başlaması DEI ve halkla ilişkiler arasındaki güçlü bağa işaret etmektedir.

Viktor E. Frankl *İnsanın Anlam Arayışı* kitabında George Sargent'in "öğrenilmiş anlamsızlık" kavramına değinmiş; Sargent'in terapistinden duyduğu ve karşı çıkararak, eleştirdiği cümlelerine doğrudan yer vermiştir: "George, dünyanın bir şaka olduğunu anlamalısın. Adalet diye bir şey yoktur, her şey rastlantıdır. Ancak bunu kavradığın zaman kendini ciddiye almanın ne kadar aptalca olduğunu anlayacaksın." (Frankl, 2010: 164). Bu görüşün aksine zorlukların ve belirsizliklerin karşısında pes etmemek gerektiğine inan Frankl, toplama kamplarından kurtularak hayatta kalabilen bireylerin ortak özelliklerinin daha dayanıklı ve mücadeleci olmaları olduğunu belirtmiştir (Frankl, 2010: 100-109). Zorlukların karşısında pes etmemeleri için çalışanları motive eden halkla ilişkiler uzmanları da üstlendikleri rollerin farkında olarak kurum içi iletişimin gücüyle kurumda büyük dönüşümü başlatabilecek güce kavuşabilirler.

2. Çeşitlilik, Hakkaniyet ve Kapsayıcılık

Çeşitlilik, hakkaniyet ve kapsayıcılık kavramları farklı disiplinlerin farklı bakış açılarıyla yıllardır ele alınsa da son yıllarda sürdürülebilirlik kavramıyla birlikte kurumların yeniden üzerinde düşündüğü, tartıştığı bir gelişim alanı olarak ortaya çıkmıştır. Bugüne kadar "özellikle toplumun uç noktalarında yaşayan bireylerin ve grupların toplum tarafından kapsanması süreci" olarak ele alınan kapsayıcılık tanımları bile kendi içinde ayrıştırma içermektedir (Sen, 2000; Terzi, 2014; Şimşek ve diğerleri, 2019: 178; Çelik, 2017: 17). Çoğunluktan farklı olanın "uç nokta" olarak tasvir edilmesi, çeşitliliği bir zenginlik olarak görememeye işaret etmektedir. Bugüne kadar çok kültürlü yapıda

olduğunu vurgulayan global organizasyonlar, önemli olanın sayısal çeşitlilik olmadığını, herkesin birbirini anladığı, tanıdığı, eşit şartlarda değer gördüğü, eşit koşullarda değerlendirildiği çalışma ortamı yaratmanın önemini kavramışlardır.

Amartya Sen, çeşitliliğinin, kapsayıcılığın ve bunlara göre sunulacak yetkilerin ve sonuçların eşit değerlendirildiği süreçlerin iş dünyasında uygulanabileceğini ancak bunun karmaşık bir doğası olduğunu vurgulamıştır (Sen, 2006). Literatürde; kültür, dil, din, ırk, etnik köken, uyruk, cinsiyet, yaş, cinsel yönelim, bakış açısı, deneyimler, düşünme biçimi, fiziksel yetenekler, beceriler ve işteki pozisyonlar çeşitlilik kapsamında değerlendirilen kavramlardır. Bunların hepsinin eşit önemde olduğunu ifade eden Misner (2020), bireylerin de kurumların da kurdukları iş bağlantılarında aynı geçmişe ve bakış açısına sahip kişiler yerine, çeşitliliğe değer vererek yol haritalarını oluşturmalarını önermiştir. Portland (2022) ise birbiri ile iç içe olan bu üç kavramı basit Şekil 1’de özetlemiştir.



Şekil 1. Çeşitlilik, Hakkaniyet ve Kapsayıcılık

Eşitlik (equality), her bireye veya gruba aynı kaynakların, fırsatların sunulması anlamına gelse de; hakkaniyet (equity) her kişinin farklı koşullara sahip olduğunu gözleterek eşit bir sonuca ulaşmak için uygun

kaynakları ve fırsatların hak sahibine verilmesini ifade etmektedir (Çoban, 2017).

Sosyal adaletin eşitlik ve çeşitliliğe dayandığını vurgulayan bir çalışmada; eşitliliğin tek düzelikle, aynı olmakla (*uniformity*) karıştırılmaması gerektiğinin altı çizilerek, herkese aynı şekilde davranılması yerine, adaletli davranılması gerektiği belirtilmiştir. Aynı çalışmada sosyal adalet sağlanmasında; etnik köken, cinsiyet gibi farklılıkların eşitlik önünde engel teşkil etmemesi için çeşitliliğe değer verilmesinin önemine değinilmiştir. Bireylere veya gruplara farklılıkları gözetilerek adaletsiz davranma eğiliminin azalması ve yok olması için bu kavramların daha fazla tartışılması ve irdelenmesi önerilmiştir (Harris ve Bordere, 2016: 194).

Yapılan bir başka araştırmada DEI altında sıralanan cinsiyet, yaş ve beden; ırk ve etnik köken; sosyal sınıf ve sosyal statü; din ve kültürel kimlik kavramları *Journal of Consumer Research*'te (Tüketici Araştırmaları Dergisi) yer alan çalışmalarda taranmış ve gruplandırılmıştır. Medya ve pazarlama alanında yapılan çalışmalarda DEI kapsamında pek çok anlamlı bulguya rastlanmıştır. Medyadaki çeşitlilik ve kapsayıcılık tespitinin yapıldığı çalışmalarda kadınların temsil şekillerine yer verilmiş, tüketicilere yönelik yapılan tanıtım çalışmalarında -cilt rengi açma, yaşlanma karşıtı kremler, ince görünmek için kilo verme ilaçları- kadına dayatılan kimlik yapısı açıkça ortaya konmuştur (Arsel, Crockett ve Scott, 2021: 920-930). Medya dünyasının, güzellik ve moda endüstrisinin toplumun tüm üyelerine hakkaniyetli, saygılı ve kapsayıcı bir yaklaşım sergilemesi için bu

kavramların akademik çalışmalarda daha fazla tartışılması önem taşımaktadır.

Tıp alanında DEI kavramının sorgulandığı bir çalışmada, Amerika'nın farklı etnik kökenlere sahip dünyanın pek çok ülkesinden insana ev sahipliği yapsa da hekim işgücündeki çeşitlilik ve eşitlik eksikliğine değinilmiştir. Çeşitliliğe sahip bir hekim işgücünün yaratılması ve sürdürülmesinin sağlık hizmetlerinin iyileştirilmesi ile eşdeğer olduğunu belirten bu çalışma, yıllardır tıp alanında karşılaşılan adaletsiz pek çok gelişmeyi yapılan farklı araştırma sonuçları ile ele almıştır. Tıp fakültelerinde okuyan kadın öğrencilerin yaşadığı zorluklardan, siyahi doktorlara doçentlik terfilerinde uygulanan yıldırma politikalarına, hekimlerin cinsel kimliklerinin hastalar ve hastane yönetimleri tarafından kabulünden hastane hizmetini alırken hastaların yaşadıkları hakkaniyet temelli problemlere pek çok başlık bu çalışma kapsamında tartışılmış ve bu kavramların sektörün tüm paydaşları tarafından kabul görmesi ve uygulanmaya başlamasıyla sorunların giderilebileceği üzerinde durulmuştur (Clarke ve Matthews, 2021: 12-13).

Diversity and Inclusion in Public Relations (Halkla İlişkilerde Çeşitlilik ve Kapsayıcılık) isimli bir çalışmada halkla ilişkilerin bu kavramların yüceltilmesinde öncü olması gerektiği vurgulanmıştır. Halkla ilişkiler profesyonellerine çalışma alanlarında ve tüm eylemlerinde çeşitlilik ve kapsayıcılık dengesini gözeterek hedef kitlelere yönelik stratejiler oluşturması ve mesajlarını hassasiyetle iletilmesi önerilmiştir (Freberg, 2020: 1). Kurumlara bu alanda hizmet vermesi ve örnek olması gereken

halkla ilişkiler ajanslarının kendi içinde çeşitlilik sorunu yaşadığını ifade eden bir başka çalışmada İngiltere'deki halkla ilişkiler ajansları incelenmiştir. Buna göre İngiltere'de halkla ilişkiler ajanslarında %91 oranında beyaz'ların, %2 oranında ise engelli bireylerin çalıştığı tespit edilmiştir. İşe alım kararlarından, terfilerle bilinçsiz bir önyargıyla hareket edilmesi eleştirilmiştir; kişilerin aynı etnik kökene sahip, aynı okullardan mezun olmuş, kendilerine benzeyen, aynı değerleri taşıyan kişileri tercih etmesinden vazgeçtiğinde bu önyargıların yıkılacağı ve kurumda çeşitlilik, kapsayıcılık ilkelerinin yeşereceği vurgulanmıştır (PRCA, 2018: 8-18).

McKinsey'in Diversity Matters raporunda çeşitlilik ilkesiyle hareket eden kurumların daha yüksek bir performans sergileyecekleri çeşitli örneklerle açıklanmıştır. Buna göre; cinsiyet çeşitliliğine sahip kurumların daha iyi performans gösterme olasılığı %15 daha fazla iken, etnik köken olarak çeşitliliğin olduğu kurumların %35 oranında iyi performans gösterme olasılığı bulunmaktadır. Raporda ayrıca üst düzey yetkinliklere sahip çalışanlara ulaşmak, müşteri çeşitliliğini artırmak, küresel iş birlikleri geliştirebilmek için bu süreçlerdeki tutarlı, sürdürülebilir ve içselleştirilmiş yaklaşımların fayda sağlayacağına dikkat çekilmiştir (PRCA, 2018: 11). Chitkara (2018) halkla ilişkiler sektörünün yaşadığı DEI problemlerini ele aldığı çalışmasında sektördeki ırk ve cinsiyet ayrımına değinmiştir. Amerika'da sektörde %70 oranında kadın istihdamı olsa da, CEO, üst düzey yönetici ve lider olarak çalışanların oranının %30 olduğunu belirtmiştir. Erkeklerin kadınlardan daha fazla gelir elde ettiğini; azınlık bir gruba mensup bir

kadının aynı işi yapan beyaz kadınlara oranlara daha az kazandığını aktarmıştır (Chitkara, 2018).

Bernstein ve diğerleri (2020:395) tarafından yapılan bir çalışmada uygulamaya dayalı oluşturulan ve *‘Üretken Etkileşimler Teorisi’* (*Theory of Generative Interactions*) olarak adlandırılan bir model geliştirilmiştir. Bu modelin ortak bir örgütsel amaç geliştirmek ve sürdürmek için faydalı olması hedeflenmiştir. Çeşitlilik içeren her tür etkileşimin, tüm paydaşlara etik ilkelere bağlı kalarak ulaştırılmasında, anlam ve değer yaratan adımlar atılmasında, hakkaniyet içeren çalışma ortamlarının tasarlanmasında kurumlara yardımcı olacağı vurgusu yapılmıştır (Bernstein ve diğerleri, 2020: 403). Ayrıca bu çalışmada yönetimin bu ilkeleri benimsemesine rağmen örgütsel iletişimde doğru bir dönüşüm planı uygulanmazsa çalışanların birbirleriyle çatışacağı ve iç iletişimde problemlerin yaşanacağı üzerinde durulmuştur. Baskıcı güçler tarafından dışlanmamak, kategorize edilmemek, önyargılı davranışlara maruz kalmamak, iletişim kurma endişesi yaşamamak, yalnız kalmamak, anlaşılammak gibi nedenlerle kişi kendini ortamdaki tecrit etmektedir, çalışmada tecrit etmek durumunu anlatmak için “self-segregation” kavramı kullanılmıştır (Bernstein ve diğerleri, 2020: 407-408). Dışlama ortamının oluşmaması için bu süreçlerin kıdemli liderler tarafından yönetilmesi gerektiğini vurgulayan bir çalışmada dahil etme taahhüdünü yerine getirmek için politikalar geliştirmenin tek başına yeterli olmayacağı belirtilmiştir. Buna göre; tüm çalışanların yaşı, cinsiyeti, engeli, ırkı, dini ne olursa olsun birbirlerini kabul etmesi, çalışanların birbirlerinden herhangi bir üstünlükleri olmadıklarına ikna

olmaları ve birbirlerini desteklenmeleri, saygı göstermeleri için gerçek ve uzun vadeli bir emek harcanması gerektiğinin altı çizilmiştir. Farklı özelliklere ve geçmişlere sahip insanları kucaklamanın tüm iş süreçlerinde daha yüksek performans, çalışan bağlılığı getireceği ve örgüt iklimine olumlu yönde yansıtacağı belirtilmiştir (PRCA, 2018: 7).

Richard Sennett kapitalizmin kişilik üzerindeki etkilerini incelediği *Karakter Aşınması* isimli kitabında karakterimizin dünya düzeninde, çalışma ortamlarında nasıl erozyona uğradığını; kendimizde değerli bulduğumuz ve başkalarından bu konuda değer görmeyi beklediğimiz kişilik özelliklerimizden vazgeçmek zorunda kaldığımızı vurgulamıştır. Sennett, insanın temel özünde karşılıklı ilişki kurma motivasyonu ile hareket ettiğini, cemaat duygusunu yitirmesinin, kişinin sadece çevresiyle iletişimini kesintiye uğratmadığını; kendisine ihtiyaç duyulmadığı ve değersiz olduğunu hissettiği için bireyin karakterinin aşındığını ifade etmiştir (Sennett, 2005: 11).

Laurie Graham takım çalışmasını şirketlerin hırslı kazanç politikalarını hayata geçirmek için uydurulmuş bir masala benzeterek, bunun insanları baskı altında tutmanın bir yolu olduğunu ileri sürmüştür (Graham, 1995: 116). Bu noktada bu bakış açısı ve takımın uyum içinde çalıştığı algısı Asch'in deney sonuçları ile değerlendirilebilir mi? Literatüre önemli katkı sağlayan, grupların bireylerin uyma davranışı üzerindeki etkilerini inceleyen, pek çok araştırmanın temelini oluşturan Solomon Ash'in "uyma/uyum deneyi" bu bağlamda ele alınabilir mi?

Çeşitlilik, eşitlik, kapsayıcılık alanında yapılacak yeni çalışmalarda bu iki konunun ilişkilendirilmesi önerilmektedir.

Asch'in araştırmasına göre; uyma davranışını en çok etkileyen durumsal faktör grubun söz birliği etmesidir. Yapılan deneyde bireyin, söz birliği etmiş çoğunluğun yanlış cevaplar verdiğini bilse de gruba uyma davranışı göstermek için onlara katıldığı ve doğruyu gözüyle görse dahi grubun söylediğine yönlendiği anlaşılmıştır. Ancak buradaki önemli bir başka konu; söz birliği içinde olan grup üyelerinin sayısından çok; kişilerin hepsinin aynı fikirde olmaları grubun uyma davranışında etkilidir. Azınlık grupların çoğunluğa karşı çıkarak, uyma davranışı değişikliğine yol açmasının çok zor olacağı bu araştırma sonuçları ile ortaya konulsa da; var olan yaygın görüşe tezat bir görüşün ileri sürülmesinin grubu düşünmeye sevk edeceği vurgulanmıştır. Buna göre; grup üyelerini "Haksız olsalar kendilerinden bu kadar emin olabilirler miydi? Söylenenler gerçekten üzerinde düşünmeye ve araştırmaya değer mi?" sorularının cevaplarını aramaya yönlendirmek bile azınlığın gruba etki ettiğini göstermekte ve bireyleri eleştirel bakabilmeye sevk etmesi açısından önem taşımaktadır (Kağıtçıbaşı, 2006: 80-85).

Goffman *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu* adlı kitabında bir akıl hastanesinde çalışan hasta bakıcının yeni gelen hastaya ilk gün sert bir biçimde haddini bildirdiğini; bu hareketle beklentisinin kimin patron olduğunun anlaşılması, kurallara uyulması, ileride karşılaşılma olasılığı olan pek çok sorunun önlenmesi olduğunu aktarmıştır (Goffman, 2009: 25). Ayrıca Goffman gündelik hayatta, iş dünyasında kişilerin kendini

başkalarına sunarken toplum tarafından resmi olarak kabul görmüş değerleri yansıtacak şekilde davrandığını belirtmiştir. İnsanların sahnede, yani göz önünde olduklarında kurallara uydukları halde, evlere çekildiklerinde aynı konulara aynı değerle davranmadıklarını ifade etmiştir (Goffman, 2009: 45-51). Goffman bu görüşünü Kenneth Burke'ten aktardığı şu sözlerle sürdürmüştür: “Hepimiz bölümlere ayrılmış tepkilerimizle ofisinde zorbayken ailesinin yanında aciz olan adam veya sanatında baskınken kişisel ilişkilerinde çekingen olan müzisyen gibiyiz” (Goffman, 2009: 133). İşte bu bölünmüşlüğü yaşanmaması için bu çalışmanın konusunu oluşturan DEI kavramlarının iyi anlaşılması ve içselleştirilmesi önem taşımaktadır.

'Employer Branding Now 2021 (Şimdi İşveren Markası 2021)' araştırma sonuçlarına göre kurumların çalışanları ile -potansiyel/aday çalışanlar dahil olmak üzere- iletişim kurarken öncelikli yatırımı %53 oranında çeşitlilik ve kapsayıcılığa ayırdıkları görülmektedir. Universum'un Türkiye liderliğini yürüten Evrim Kuran'a göre kurumlar son yıllarda eşitlikçi ve kapsayıcı olmayan, otoriter yapıların devam edemeyeceğini algılamaya başlamış ve “reaktif, statükoyu koruyan, kapsayıcı kararlarda dezavantajlı grupların söz sahibi olmadığı, organizasyonlardan eşitsizliği gidermeye çalışmak için seçenekler amaya başlayan organizasyonlara” dönüşme yolunda adımlarını hızlandırmışlardır. İş ikliminde yer alacak olan DEI ilkelerinin kurumlar tarafından aynı zamanda bir rekabet üstünlüğü olduğunun altını çizen Kuran, bu konuda alınacak kararların ve eylem planlarının yukarıdan aşağı bir girişimle olmamasına şu sözlerle dikkat

çekmiştir: “Yöneticiler işe alma ve terfi kararlarını verirken çeşitliliği göz önünde bulundururken, ürün geliştiriciler ise yeni ürünleri pazara sunmadan yeterince temsil edilmeyen grupların ihtiyaçlarını anlamaya yöneliyor. İnsan kaynakları ise, anlamlı bir iş iklimi için kucaklayıcı bir dilin vazgeçilmezliğini kabul ediyor” (Kuran, 2022: 109-110).

3. Araştırma

Çalışmada kurumların DEI kavramlarına olan bakış açıları web sitelerinde bu alana hangi başlık altında yer verdikleri ve sitelerinde bu konuda yer alan içerik mimarisi incelenmiştir. Çalışmanın sonuçlarının DEI alanında çalışan tüm iletişim alanındaki araştırmacılara fayda sağlaması hedeflenmiştir. Türkiye’de lider konumunda bulunan çalışma kapsamında incelenen kurumların bakış açılarının anlaşılmasının sektör profesyonellerine de katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3.1. Amacı ve Önemi

Bu çalışma ile Türkiye’de alanlarında başarılı ve lider konumda olan kurumların web sitelerinde DEI ilkelerine hangi başlıklar altında yer verdiklerini saptamak amaçlanmıştır. Bu saptamayı yapmanın kurumların konuyu nasıl algıladıklarını görebilmek açısından önemli olacağı düşünülmektedir. Buradan elde edilen bulgular, literatür taramasında konuyla ilgili yapılan çalışmalarla birlikte aktarılmıştır. Web sitelerinden ulaşılan bilgiler içerik analizi yöntemiyle kategorize edilerek, kurumların bu konudaki benzer ve farklı yaklaşımları tespit edilmeye çalışılmıştır.

3.2. Yöntem ve Örneklem

Çalışmada son yıllarda kurumların üretim süreçlerinden, insan kaynaklarına tüm yönetim yapılanmalarını ve faaliyetlerini kapsayan ‘çeşitlilik, eşitlik, kapsayıcılık’ kavramına bakış açılarını ortaya koymak için web siteleri incelenmiş ve içerik analizi ile kurumların bu kavramı ele alma şekilleri analiz edilmiştir. Bloomberg’in 2021 *Cinsiyet Eşitliği Endeksi’nde (GEI)* yer alan Türkiye’deki kurumlar çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. 2022 yılında açıklanan Bloomberg Cinsiyet Eşitliği Endeksi’nde 11 farklı sektörde faaliyet gösteren, 45 ülkeden, 418 şirket yer almaktadır. Bu sıralamada yer alan kurumlar insan kaynaklarındaki cinsiyet eşitliğinden; kadınlara yönelik yürütülen sosyal sorumluluk, sosyal girişimcilik ve tanıtım faaliyetlerine kadar geniş bir kapsamda incelenmiştir. Bu sıralamalarda Türkiye’den 7 kurum bulunmaktadır; 2022 yılında açıklanan raporda yer alan bu kurumlar -Garanti BBVA, Türkiye Petrol Rafinerileri (TÜPRAŞ), Türkiye Vakıflar Bankası, Ford Otomotiv, Yapı Kredi Bankası, Akbank ve Sabancı Holding- çalışmanın örneklemini teşkil etmektedir (Bloomberg, 2022).

İletişim ve medya çalışmalarında bir yöntem olarak sıklıkla tercih edilen içerik analizi bu çalışmada da verilerin kategorize edilmesi ve yorumlanmasında kullanılan bir araştırma yöntemi olmuştur. İçerik analizi ile yapılan alandaki ilk çalışmalar 16. yüzyıla uzanmakta ve gazetelerin incelenmesiyle başlamaktadır (Krippendorff, 2004). Ancak sosyal bilimlerde kullanılması daha eski tarihlere uzanan içerik analizini Berelson (1952: 18), “nesnel, sistematik ve niceliksel

tanımlamaya olanak sağladığı” için tercih edilmesi gereken bir araştırma yöntemi olarak tanımlamıştır. İçerik çözümlemesinde karşılaştırılan içeriğin ölçülebilir ve doğrulanabilir olması önem arz etmektedir (Fiske, 2014: 248).

İçerik analizi ile web sitelerin taranması ise son yıllarda artarak araştırmacıların yöneldikleri bir araştırma türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde web siteleri kurumların “başarılı kurum algısı” yaratmak için kullandıkları en önemli iletişim araçlarından biridir (Chen ve diğerleri, 2017). Kurumun paydaşlarına iletmek istediği bilgileri derlediği bir kütüphanesi ve görünen yüzü olarak web siteleri; tüketicilerin ve diğer paydaşların kuruma olan güven algılarını olumlu ya da olumsuz etkileyebilme gücüne sahiptir (Qalati ve diğerleri, 2021: 3).

Örnekleme oluşturan kurumların hangi başlıklarla web sitelerinde bu kavramı ilişkilendirdikleri saptanmaya çalışılmış, bu konuda oluşturulan içerik mimarisiyle konuya verdikleri önem ve bağlam irdelenmiştir.

3.2. Analiz ve Bulgular

Çalışma kapsamında web siteleri incelenen kurumların DEI ilkelerine hangi başlıklarla ve hangi sekmeler altında yer verdikleri saptanmaya çalışılmıştır. Web sitelerindeki başlıklar içerik analizi ile kategorize edilmiş, önce her bir kurum için ayrı grafik hazırlanmış, sonra da bütün kurumların yer aldığı ortak bir tabloda sunulmuştur.



Şekil 2. Garanti BBVA Web Sitesinde DEI İlkeleri

Garanti BBVA sürdürülebilirlik başlığına ana sayfada yer vermektedir. Odaklanılan alanlar arasında “En iyi ve en bağlı takım” başlığı altında DEI ilkelerine rastlanmıştır. Kurum “fırsat eşitliği ve çeşitlilik” başlığı altında; kadın iş gücü ve haklarına, toplumsal cinsiyet eşitliğine, ayrımcılık, cinsel taciz, bilinçsiz önyargılarla mücadele için eğitim, insan kaynaklarında çeşitlilik olmak üzere kurumun DEI değerlerini kapsayan bir metne yer vermiştir. Ayrıca “Fırsat Eşitliği Model’ini (FEM) ilk uygulayan şirketlerden biri” olduklarını ve “Kadının Güçlenmesi İlkeleri’nin (WEPs) kabulünde” öncü olduklarını ve bu ilkeleri Türkiye’den imzalayan ilk banka olduklarını belirtmişlerdir (Garanti BBVA, 2022).



Şekil 3. Ford Otomotiv Web Sitesinde DEI İlkeleri

DEI ilkelerine web sitesinde “Sürdürülebilirlik” başlığı altında yer veren Ford Otomotiv hem “Çalışanlarımız” hem de “Sürdürülebilirlik Raporları” içinde DEI politikalarına yer vermiştir. Çeşitliliği bir değer olarak gördüklerini belirterek, eşitlikçi iletişim, şiddetle mücadele, nezakete dayalı etik ilişkiler, kapsayıcı ve çeşitlilik içeren bir örgüt kültürü vurgusunda bulunmuşlardır. “İş Sağlığı ve Güvenliği” ve “İnsan Kaynakları” başlıkları ile yakın bir içerik mimarisinde DEI politikalarını paylaşması, kurumun diğer birimleriyle konuyu ilişkilendirdiğini göstermesi açısından anlamlı bir veridir. Aynı zamanda “Çeşitlilik Politikası” isimli bir pdf dosyası ile detaylı bir bilgilendirme yapılmıştır. Ayrıca web siteleri de “Yatırımcılar” başlığından “Kurumsal Yönetim”e oradan da “Politikalar”a geçiş sağlayan bir içerik mimarisi oluşturmuşlardır (Ford Otosan, 2022).

Sabancı Holding ise DEI politikalarına web sitesinde hem “Yatırımcı İlişkileri” hem de “Sosyal Sorumluluk başlıkları altında yer vermiştir. Yatırımcı İlişkileri altında “Kurumsal Yönetim” ve sonrasında Sürdürülebilirlik/Politikalar/Sosyal Sorumluluk Politikaları ve İlkeleri alt sekmelerinde DEI politikalarına yer vermişlerdir. Sosyal Sorumluluk sekmesinde ise; Taahhütlerimiz/İş’te Eşitlik Bildirgesi ve Kadını Güçlendirme İlkeleri olarak DEI ilkelerine bakışlarını aktarmışlardır (Sabancı, 2022).



Şekil 4. Sabancı Web Sitesinde DEI İlkeleri

Akbank’ın da Sabancı Holding gibi DEI ilkelerine “Yatırımcı İlişkileri” başlığı altında yer verdiği tespit edilmiştir. Web sitelerinde Kurumsal Yönetim/Politikalar/Çeşitlilik ve Kapsayıcılık Politikası alt sekmeleriyle DEI politikalarına ulaşılmaktadır. Kurumun DEI ilkelerini detaylandıran yirmi bir sayfadan oluşan bir pdf dosyası paylaşılmıştır

Akbank'ın aynı zamanda kariyer uzantılı bir subdomain ile de çeşitlilik ve kapsayıcılık ilkesini özellikle işe alım süreçlerindeki bakış açılarını ortaya koyacak şekilde aktardığı görülmüştür (Akbank, 2022).



Şekil 5. Akbank Web Sitesinde DEI İlkeleri



Şekil 6. TÜPRAŞ Web Sitesinde DEI İlkeleri

TÜPRAŞ'ın Garanti BBVA ve Ford gibi “Sürdürülebilirlik” ana başlığını benimsediği ve DEI ilkelerine bu başlık altında Kurumsal Yönetim/Çeşitlilik Politikası ve TÜPRAŞ Etik İlkeler alt sekmeleriyle yer verdiği tespit edilmiştir. Ayrıca “Yatırımcı İlişkileri”nden “Kurumsal Yönetim”e oradan da “Tüpraş Etik İlkeleri”nin içinde yer alan pdf dosyasına uzanan bir bağlantı oluşturulmuştur (TÜPRAŞ, 2022).



Şekil 7. VakıfBank Web Sitesinde DEI İlkeleri

VakıfBank web sitesinde “Yatırımcı İlişkileri” adı altında hem “Sürdürülebilirlik” hem de “Kurumsal Yönetim” Başlıklarına yer

vermiştir. DEI ilkelerini ise “Kurumsal Yönetim” başlığı altında bulunan bir alt sekme olan “Politikalar”ın içindeki “Fırsat Eşitliği” başlığı altında ele almıştır. Aynı şekilde “Sürdürülebilirlik Politikaları”nda da bu ilkelere değinmiştir. İnsan Sermayesi başlığı altında “Fırsat Eşitliği ve Çeşitlilik” başlığı ile DEI politikalarını aktarmıştır (VakıfBank, 2022).



Şekil 8. Yapı Kredi Bankası Web Sitesinde DEI İlkeleri

Yapı Kredi Bankası da çalışma kapsamında incelenen çoğu kurum gibi “Sürdürülebilirlik” başlığını tercih etmiştir. “Sürdürülebilir Faaliyetlerimiz” altında iklim krizinden çevre yönetim sistemine, tarımdan enerjiye pek çok alana vurgu yapmıştır. Bu başlıklardan biri de “Sosyal Etki”dir. Toplumla iç içe olmak; toplumsal ilişkileri ve

dönüşüm konularını ifade etmek için kullandıkları “Sosyal Etki” başlığı altında eğitim, kültür sanat, finansal okuryazarlık gibi toplumun değişimi ve refahı için önemli olabilecek alanlara işaret etmiştir. Bu maddeler arasında yer alan “Çeşitlilik ve Cinsiyet Eşitliği”, “Toplumsal Cinsiyet Eşitliği”, “Engellerin Kaldırılması” başlıkları ile DEI politikaları aktarılmıştır (Yapı Kredi, 2022).

Tablo 1’de çalışma kapsamında incelenen tüm web sitelerinde yer alan başlıklar ve alt sekmelerin isimlendirilmeleri sunulmuştur.

Tablo1. Web Sitelerinde Yer Alan DEI İlkelerinin Karşılaştırılması

Marka	Başlık	Alt Sekmeler
Garanti BBVA	Sürdürülebilirlik Yaklaşımımız	Odak Alanlarımız/En iyi ve En Bağlı Takım/ Fırsat Eşitliği ve Çeşitlilik
Ford Otomotiv	Sürdürülebilirlik ve Yatırımcı İlişkileri	Çalışanlarımız/ Çeşitlilik Politikası/ İş’te Eşitlik Bildirgesi
Yapı Kredi Bankası	Sürdürülebilirlik	Sürdürülebilirlik Faaliyetlerimiz/ Sosyal Etki/ Çeşitlilik ve Cinsiyet Eşitliği/ Toplumsal Cinsiyet Eşitliği
Sabancı	Sosyal Sorumluluk ve Yatırımcı İlişkileri	Kurumsal/Sosyal Sorumluluk/ İşte Eşitlik Bildirgesi/Kadını Güçlendirme İlkeleri ve Yatırımcı İlişkileri/ Kurumsal Yönetim ve Sürdürülebilirlik/ Politikalar/ Sosyal Sorumluluk Politikası ve İlkeleri
Akbank	Yatırımcı İlişkileri	Kurumsal Yönetim/ Politikalar/ Çeşitlilik ve kapsayıcılık politikası
TÜPRAŞ	Sürdürülebilirlik ve Yatırımcı İlişkileri	Sürdürülebilirlik/Etik İlkeler/Tüpraş Etik İlkeleri /pdf
VakıfBank	Yatırımcı İlişkileri ve Sürdürülebilirlik	Kurumsal Yönetim/Politikalar/ Sürdürülebilirlik Politikası/ Fırsat Eşitliği Politikası

Tablo 1’de görüldüğü gibi incelenen tüm kurumlar “Sürdürülebilirlik” vurgusu yapmışlardır ve DEI ilkelerini aktarmak için bu üst başlığı tercih etmişlerdir. İncelenen kurumların %85’i DEI politikalarını

“Sürdürülebilirlik” başlığı ile aktarmışlardır. Web sitelerinde hem “Yatırımcı İlişkileri” hem de “Sürdürülebilirlik” başlığı altında DEI prensiplerini paylaşan kurumların oranı %57’dir. Sadece “Sürdürülebilirlik” başlığını tercih edenlerin oranı % 30’dur, Akbank “Yatırımcı İlişkileri” altında DEI politikalarını aktarsa da, kariyer.akbank uzantılı bir subdomain ile insan kaynakları ve işe alım süreçlerinde bu değerlere verdiği önemi aktaran paylaşımlarda buldukları tespit edilmiştir. *Bloomberg 2021 Cinsiyet Eşitliği Endeksi’nde (GEI)* Türkiye’den yer alan bu yedi kurum DEI ilkelerinin daha iyi anlaşılması için birer öncü konumda oldukları, web sitelerindeki ayrıntılı açıklamalardan anlaşılmaktadır. Bu ilkelerin yakın tarihte daha fazla tartışılacağı ve küçük ve orta ölçekli kurumların da gündemine gireceği öngörülmektedir.

SONUÇ

Çeşitlilik, hakkaniyet ve kapsayıcılık kavramları yıllardır uluslararası ilişkilerden eğitim çalışmalarına, siyasetten felsefeye farklı disiplinlerin araştırmalarına farklı şekillerde konu olsa da son yıllarda sürdürülebilirlik kavramının tartışılması ve küreselleşmenin iş gücü çeşitliliğini artırmasıyla beraber daha fazla gündeme gelmeye başlamıştır. DEI ilkeleri üretimden tüketiciye ulaşana kadar yönetim süreçlerinin her kademesinde, halkla ilişkiler birimlerinden insan kaynakları yönetimine etkisini göstermiş ve kurum içindeki çalışma ikliminde adı daha sık anılmaya başlamıştır. Küresel adaletsizlik, eşit olmayan koşullar, yoksulluk, yolsuzluk, artan gelir eşitsizlikleri, liyakatsizlik, tek taraflı menfaat sağlamaya yönelik girişimlerde

bulunma, çıkar ilişkileri, kayırmacılık, kendine benzemeyene ve kendi gibi düşünmeyene karşı gelişen hoşgörüsüz tutumlar, otoriter yapılar bu kavramları ülkelerin, kurumların, araştırmacıların, iletişim profesyonellerinin daha da fazla tartışmasını zorunlu kılmıştır.

DEI kavramını halkla ilişkilerin uzmanlık alanlarından biri olan kurum içi iletişim penceresinden sorgulayan bu çalışmada DEI ilkelerinin örgütlerde benimsenmesi için halkla ilişkiler birimlerinin kilit rol oynayacağı açıkça görülmüştür. Örgüt kültürlerinde DEI ilkelerinin saptanmasında, uygulanmasında, örgüt üyelerinin hazır hale gelmesinde, bu süreçte yönetimle çalışanlar arasında yaşanacak her türlü krizin çözümünde halkla ilişkiler birimleri aktif rol oynamalıdır. Kurumsal iletişim, markaların varlık nedenlerini (*brand purpose*) sürdürmek için en önemli kaleleri olup; aynı zamanda çalışanların da sözcüsü konumunda olmalıdır. DEI ilkeleri işgücünde çeşitliliğin hâkim olduğu, ayrımcılık yapılmadan herkesin temsil edildiği, çalışanlara saygı duyulan, kendilerini ifade etmelerine olanak sağlayan, farklılıkların sorun olarak değil zenginlik olarak görüldüğü, çalışanların kendilerini ait hissedecekleri, güven duyacakları adil bir çalışma ortamı yaratabilmek için önem taşımaktadır. Bunun önemini kavrayan kurumlar web sitelerinde bu kavramlara yer vermeye başlamışlardır. Bu değişimi son yıllarda kurumların hazırladıkları ‘Sürdürülebilirlik Raporları’ndan anlamak mümkün. Örneğin Yapı Kredi Bankası 2018 yılında hazırladığı Sürdürülebilirlik Raporunda “İnsan Sermayesi” altında yer verdiği “Çeşitlilik ve Kapsayıcılık Bildirgesi”ne; 2020 yılındaki raporunda “İnsan Odaklılık” başlığı altında yer vermiştir.

Çalışma kapsamında yapılan araştırmanın örneklemini oluşturan kurumların DEI ilkelerini “Yatırımcı İlişkiler”, “Kurumsal Yönetim” ve “Sürdürülebilirlik” başlıkları altında değerlendirdikleri görülmüştür. Kurumların bu davranışlarının literatürdeki bilgilerle örtüştüğünü söylemek mümkündür. Aynı zamanda bu çalışmanın örneklemini oluşturan Garanti BBVA, TÜPRAŞ, Türkiye Vakıflar Bankası, Ford Otomotiv, Yapı Kredi Bankası, Akbank ve Sabancı Holding’in web sitelerinde bu kavramları detaylandıkları; insan hakları, kadın hakları, çalışan eşitliği, cinsiyet eşitliği, adil ve şeffaf bir çalışma ortamı, rüşvet ve yolsuzlukla mücadele, işe alım süreçlerinde şeffaflık gibi pek çok önemli konuya dikkat çektikleri ve kurum politikalarını aktardıkları kaydedilmiştir.

DEI ilkelerinin kurumların yapılanmalarında ve stratejik planlamalarında daha fazla yer alacağı öngörülmektedir. Kurumların aktardıkları bu politikaların nasıl uygulandıkları ve çalışanlar tarafından benimsenme oranları tespit edilmeli; bunun için de konu disiplinler arası bir bakış açısıyla irdelenmelidir. Çalışanların memnuniyeti, aidiyeti, kurumların dönüşüm süreçlerinde yaşadıkları sektörlere göre farklılaşabilecek olan zorluklar, halkla ilişkiler birimlerinin bu zorluklara ürettiği/üretmesi gereken çözümler ve daha pek çok ilişkilendirilebilir konu araştırılmalı ve ölçümlenmelidir. Bu bağlamda, çalışmanın DEI ilkeleri üzerine araştırma yapmak isteyen tüm araştırmacılara teorik katkı sunmasının yanı sıra halkla ilişkiler birimlerinde çalışan iletişim profesyonellerine de katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akbank. (2022). “Çeşitlilik ve Kapsayıcılık Politikası”, Erişim Adresi: <https://www.akbankinvestorrelations.com/tr/kurumsal-Yonetim/detay/Cesitlilik-ve-kapsayicilik-politikasi/615/1505/0>, (01.02.2022).
- Arsel, Z., Crockett, D., ve Scott, M. L. (2021). “Diversity, equity, and inclusion (DEI) in the Journal of Consumer Research: A curation and research agenda”. *Journal of Consumer Research*, 48(5), 920-933.
- Becerikli, Y., S. (2002). “Kurum içi Halkla İlişkiler Faaliyetleri İçin Alternatif Bir Yöntem: Sosyodrama”, *Selçuk İletişim Dergisi*, 2 (3), 138-148.
- Becerikli, Y., S. (2007). “Halkla İlişkiler Alanına Örgütsel Davranış Yansımaları. Ed. Yıldız Dilek Ertürk”, *Halkla İlişkiler Alanına Örgütsel Davranış Yansımaları*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe: Free Press.
- Bernstein, R. S., Bulger, M., Salipante, P., ve Weisinger, J. Y. (2020). From diversity to inclusion to equity: A theory of generative interactions. *Journal of Business Ethics*, 167(3), 395-410.
- Bloomberg. (2022). *Gender-Equality Index*, Erişim Adresi: https://assets.bbhub.io/company/sites/46/2021/01/GEI2021_MemberList_FNL.pdf , (08.02.2022).
- Chen, Y.-S., ve Huang, S. Y. (2017). “The effect of task-technology fit on purchase intention: The moderating role of perceived risks”. *Journal of Risk Research*, 20(11), 1418–1438.
- Chitkara, A. (2018). “PR Agencies Need to Be More Diverse and Inclusive. Here’s How to Start”, 12 Nisan 2018, Harvard Business Review. Erişim Adresi: <https://hbr.org/2018/04/pr-agencies-need-to-be-more-diverse-and-inclusive-heres-how-to-start>, (10.03.2022).
- Clarke, C. N., ve Matthews, J. B. (2021). Advancement and Leadership Development. In *Diversity, Equity and Inclusion* (pp. 11-21). Cham: Springer.
- Çelik, R. (2017). "Adalet, Kapsayıcılık ve Eğitimde Hakkaniyetli Fırsat Eşitliği", *Fe Dergi* 9(2), 17-29.

- Çilingir, A. (2017). “İletişim Alanında İçerik Analizi Yöntemi Kullanılarak Yapılan Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri Üzerine Bir İnceleme”, *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(1), 148-160.
- Çoban, R. (2017). “Sosyal adalet, eşitlik ve sosyal hizmet”. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6(4), 252-260.
- Dozier, D. M., ve Broom, G. M. (1995). “Evolution of the manager role in public relations practice”. *Journal of public relations research*, 7(1), 3-26.
- Ertürk, Y. Dilek. (2007). *Halkla İlişkiler Alanına Örgütsel Davranış Yansımaları*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Fiske, J. (2014). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Çev. Süleyman İrvan. Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Ford Otosan. (2022). “Sürdürülebilirlik”, Erişim Adresi: <https://www.fordotosan.com.tr/tr/surdurulebilirlik/calisanlarimiz>, (01.02.2022).
- Frankl, Viktor E. (2010). *İnsanın Anlam Arayışı*. İstanbul: Okuyan Us Yayınları.
- Freberg, K. (2020). *Discovering Public Relations: An Introduction to Creative and Strategic Practices*. SAGE Publications.
- Garanti BBVA. (2022). “Fırsat Eşitliği ve Çeşitlilik”, Erişim Adresi: <https://surdurulebilirlik.garantibbva.com.tr/surdurulebilirlik-yaklasimimiz/odak-alanlarimiz/en-iyi-ve-en-bagli-takim/firsat-esitligi-ve-cesitlilik/>, (02.02.2022).
- Goffmann, E. (2009). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*, İstanbul: Metis Yayınları.
- Golin. (2022). “What We Do”, Erişim Adresi: <https://golin.com/about/> (02.02.2022).
- Görpe, S. (2007). “Halkla İlişkiler Alanına Örgütsel Davranış Yansımaları”. Ed. Yıldız Dilek Ertürk, *Halkla İlişkiler Alanına Örgütsel Davranış Yansımaları*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Graham, L. (1995). *On The Line At Subaru-Isuzu The Japanese Model*. 1st edition, Cornell University Press.
- Grunig, J. E. (2005). “Yönetimde Mükemmellik”, Edt. J.E. Grunig, *Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik*, İstanbul: Rota Yayınları, 239-269.

- Grunig, J. E. (2006). "Furnishing the Edifice: Ongoing Research on Public Relations As a Strategic Management Function", *Journal of Public Communication Research*, 18(2), 151-176.
- Harris, D. L., ve Bordere, T. C. (Eds.). (2016). *Handbook of social justice in loss and grief: Exploring diversity, equity, and inclusion*. New York: Routledge.
- Hellriegel, D., Slocum Jr., J., ve Woodman, R. (1995). *Organizational Behavior*. (7th ed.). West Publishing Company.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2006). *Yeni İnsan ve İnsanlar*. İstanbul: Evrim Yayınları.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. (2. ed.). New York: Sage Publication.
- Kuran, E. (2022), "Gençliğin Yaratıcı Yıkımı: Çeşitlik, Kapsayıcılık ve Hakkaniyet", *Vogue Dergisi*, Şubat 2022, 101-102.
- Lane, A. B., ve Bartlett, J. (2016). "Why Dialogic Principles Don't Make It in Practice and What We Can Do About It", *International Journal of Communication*, 10, 4074-4094.
- Ledingham, J. A. (2003). "Explaining Relationship Management as a General Theory of Public Relations", *Journal of Public Relations Research*, 15(2), 181-198.
- Misner, I. (2020). *Business Networking Diversity*, Erişim Adresi: <https://ivanmisner.com/business-networking-diversity/> , (01.03.2022).
- Okay, O., ve Okay, A. (2005). *Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları*, İstanbul: Der Yayınları.
- Pearson, R. (1989). "Beyond Ethical Relativism In Public Relations: Coorientation, rules, and the idea of Communication Symmetry", Edt. Grunig, James E. ve Grunig, Larissa E. İçinde. *Public Relations Research Annual*, 1, Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 67-86.
- Portland, G (2022). "Inclusion by Design: Insights from Design Week Portland", Erişim Adresi: <https://www.gensler.com/blog/inclusion-by-design-insights-from-design-week-portland> (28.02.2022).
- PRCA. (2018). *Diversity and Inclusion Guidelines*. London: PRCA.

- Qalati, S. A., Esthela Galvan Vela, Wenyuan Li, Sarfraz Ahmed Dakhan, Truong Thi Hong Thuy ve Sajid Hussain Merani. (2021). “Effects of perceived service quality, website quality, and reputation on purchase intention: The mediating and moderating roles of trust and perceived risk in online shopping”, *Cogent Business and Management*, 8(1).
- Sabancı. (2022). “İş’te Eşitlik Bildirgesi”, Erişim Adresi: <https://www.sabanci.com.tr/sosyal-sorumluluk/taahhutlerimiz/iste-esitlik-bildirgesi> (01.02.2022).
- Sen, A. (2006), *Inequality Reexamined*. Oxford: Oxford University Press.
- Sen, A. (2000). *Social Exclusion: Concept, Application and Scrutiny*. Manila: Asian Development Bank.
- Sennett, R. (2005). *Karakter Aşınması, Yeni Kapitalizmde İşin Kişilik Üzerine Etkileri*, 2. Basım, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Şimşek, H., Dağıstan, A., Şahin, C., Koçyiğit, E., Dağıstan Yalçinkaya G., Kart, M. ve Dağdelen, S. (2019). “Kapsayıcı eğitim bağlamında Türkiye’de temel eğitim programlarında çokkültürlülüğün izleri”. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 177-197.
- Terzi, L. (2014). “Reframing inclusive education: educational equality as capability equality”. *Cambridge Journal of Education*, 44(4), 479-493.
- TÜPRAŞ. (2022). “Kurumsal Yönetim”. Erişim Adresi: <https://www.tupras.com.tr/kurumsal-yonetim> (02.02.2022).
- VakıfBank. (2022). “Sürdürülebilirlik”, Erişim Adresi: <https://www.vakifbank.com.tr/surdurulebilirlik.aspx?pageID=1024>, (02.02.2022).
- Yapı Kredi. (2022). “Çeşitlilik ve Cinsiyet Eşitliği”, Erişim Adresi: <https://www.yapikredi.com.tr/yapi-kredi-hakkinda/surdurulebilirlik/surdurulebilirlik-aktiviteleri/sosyal-etki/cesitlilik-ve-cinsiyet-esitligi>, (02.02.2022).

BÖLÜM 15

TÜRKİYE'DE SİYASAL İLETİŞİMDE MEDYANIN KAMUOYU ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Dr. Öğrencisi Gülben ÇELİK BOZKAYA¹
Dr. Öğr. Üyesi Vahap ULUÇ²

¹Harran Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü,
Şanlıurfa, Türkiye. gulben_celik63@hotmail.com, Orcid: 0000-0002-8840-3175

²Harran Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü,
Şanlıurfa, Türkiye. ulucvahap@yahoo.com Orcid: 0000-0002-2782-4451

GİRİŞ

Medya, siyasal iktidar ve kamuoyu arasında bir araç olarak köprü kurmaktadır. Özellikle siyasetin ve toplumsal sistemin sağlıklı bir şekilde işleyebilmesi için hayati derecede önem teşkil etmektedir. Siyasal iletişim; siyasetçilerin kamuoyunun güvenini ve desteğini sağlamak ve iktidar olabilme amacın gerçekleştirebilmek için zamanın koşullarına uygun reklam ve propaganda gibi teknikleri kullanarak gerçekleştirdiği tek veya çift yönlü iletişim çabasıdır. Bu çerçevede, özellikle çağımızda siyasetçilerin siyasal iletişim aracı olarak en fazla başvurdukları kaynak medya olmaktadır.

Siyasal iletişim aktörleri hedeflerine ulaşabilmek ve belirlenen kitleyi etkileyebilmek maksadıyla medyayı devamlı etkin bir biçimde kullanmaya çalışmaktadır. Bu anlamda siyasi parti örgütleri ve siyasetçiler nazarında medya hem ucuz hem de kısa sürede kitlelere ulaşabilme açısından önemli yere sahiptir. Medya siyasal sahada önemli bir pozisyonda yer almaktadır ve kamuoyunun tutum ve davranışları etkilemede bir mihenk taşı biçimindedir.

Demokratik sistemlerde medya, yasama, yargı ve yürütmeden sonra dördüncü kuvvet olarak kabul edilmektedir. Ancak bu tespit daha çok demokratik sistemlerde geçerlidir. Çünkü medyanın kamuoyunu etkilemesi özgür bir ortamda olabilir, aksi takdirde etkisi çok sınırlı kalacaktır. Dolayısıyla, demokratik bir sistemin sağlıklı işleyebilmesi, siyasal iletişim kanallarının halka açık olması gerekmektedir ki halk siyasal iktidarın eylem ve işlemlerinden haberdar olabilsin.

Türkiye’de medyanın kamuoyu üzerindeki etkisinin tarihi Osmanlı Devleti’nin son dönemlerine kadar gitmektedir. Medyanın gerçek anlamda kamuoyunu oluşturma misyonunu yerine getirme ortamını bulması çok partili hayata geçildikten sonradır. Ancak belirli aralıklarla gerçekleşen darbeler ve Türkiye’deki sistemin demokratik tavrının kırılgan olması medyanın kamuoyu üzerindeki etkisini dönemler içinde incelenmesini gerekli kılmaktadır. Bu çalışma, Türk medyasının Osmanlı’nın son dönemlerinde ortaya çıkan modernleşme hareketi döneminden başlamak üzere 2000’li yıllara kadar kamuoyunun siyasal tutum, davranış ve kanaatler üzerindeki etkilerini anlamaya; yaşanan değişim, dönüşüm ve gelişmeleri kavramaya çalışmaktadır.

1. SİYASET, İLETİŞİM VE SİYASAL İLETİŞİM KAVRAMLARI

Siyaset kavramı farklı anlamlarda kullanılmaktadır. Arapça kökenli bir kelimedir ve seyis kelimesiyle aynı kökenli olup at eğitimi, at talimi, seyislik yapma anlamına gelmektedir (Demir, 2018: 81). Batıda ise siyaset kavramının karşılığı yunanca kökenli ‘*politika*’ sözcüğüdür. *Polisten* türemektedir ki bunun sözcük anlamı şehir devletidir. Bu yüzden politika ‘polisle ilgili olan’ yani ‘devletle ilgili olan’ anlamındadır (Heywood, 2007: 4). Yine benzer kelimedenden türeyen ‘*politeia*’ ise; devlet veya cumhuriyet kelimelerine karşılık gelmektedir (Daver, 1993: 5). Kutadgu Bilig’de siyaset olgusu, güçsüz kesime hizmet etme ve onları güçlendirme amacıyla yapılan çalışmalar olarak ifade edilmiştir (Kezar, 1987: 168). Eski Mısır’da ise devlet yönetimiyle ilgili bir kavram şeklinde yer almıştır. Osmanlı devleti

dönemindeyse siyaset olgusu, padişahın ülkenin yönetimi ve politika gerekleriyle karar verdiği cezalar, bilhassa idam cezası için kullanılmıştır. Osmanlı devletinde bazı dönemlerde *siyaseten katı* bazı dönemlerde ise doğrudan *siyaset* kavramıyla ölüm cezaları anlatılmaktaydı. Bu sebeple idam cezasının uygulandığı alanlar “siyasetgah” olarak adlandırılmaktadır (Kocadaş, 2020: 69-70).

Easton ise siyaseti; "maddi ve manevi değerlerin otoriteye göre dağıtılması süreci" olarak ifade eder (Easton, 1965: 5-9). Yani toplumda kabul gören politika ve onun uygulamasıyla ilişkili bütün faaliyetler, siyaset olgusunun içinde yer almaktadır. Toplumda, politikaların oluşturulması yada yürütülmesiyle alakalı herhangi bir aktivitede yer alan kişi siyaset kapsamında yer alıyor demektir (Gülmen, 1979: 2). Heywood'a göre siyaset en geniş anlamda; “insanların hayatlarını düzenleyen genel kuralları yapmak, korumak ve değiştirmek için gerçekleştirdikleri faaliyetlerdir” (Heywood, 2007: 2). Kısacası siyaset, insanların sosyal ve ekonomik hayatını düzene sokan, yasaları belirleyen ve bunları uygulamaya koyan, toplumu bir arada tutmak için yürütülen faaliyetlerin tümüdür.

İletişim kavramı Batı'da genel olarak *communication*, Türkçe 'de ise iletişim şeklinde kullanılmaktadır. *Kominikasyon* kelimesi ise; *mukabele, muhabere, munakabe, irtibat, haberleşme, ulaştırma, iletim, iletişim* kavramlarına karşılık gelmektedir (Önder, 1981: 9). Osmanlı'da iletişim sözcüğü yerine muhabere, muhaberat/haberleşme, mektuplaşma kavramları kullanılmıştır (Develioğlu, 1993: .664). Genel olarak iletişim bir oluşun havale edilişi, alıcı olan bir kişiye veya bir şey

hakkındaki mesajın gönderim şeklidir (Denis, 1983: 2). Başka bir tanıma göre ise iletişim, bir mesajın, kişi, grup ve kurumlar içinde iki taraf arasında değiş tokuş şeklinde temsil edilmesidir (Sarıtaş, 1988: 37). Toplumsal açıdan “toplum veya devleti, topluluk veya kastı, aile veya arkadaşlık derneğini, hükümet veya çeteyi lonca veya kabileyi kurmak ve sürdürmek için insanların birbirleri ile iletişim içinde olmaları zorunludur” (Lunberg, 1985: 191). Bu çerçevede hayvanlarda olsun, insanlarda olsun toplumsal örgütlenmenin ön koşullarından birini iletişim oluşturmaktadır (Kocadaş, 2020: 8).

İletişim toplumsal, ekonomik, siyasi ve tarihsel şartlar içinde anlamlandırılmaya çalışılmalıdır (Korkmaz ve Erdoğan, 1990: 170). Bu duruma emsal olarak ise ilkel insanların mağara duvarlarına çizdiği kuş resimleri de dahil, mektup, telgraf, telefon, teleks ve uydularla yapılan iletişim, fotoğraf, gazete, film, radyo, televizyon, teyp, videokaset gibi tüm iletişim yol ve yöntemleri ile dans, pantomim, simgesel giysiler sözlük ve yazılı olmayan hareketlerin tümü gösterilebilir (Aziz, 1982: 2). Bu çerçevede iletişim; bir gönderenin konuşan yada yazanın; alıcı, dinleyici veya okuyucuya herhangi bir konu hakkında sözlü veya yazılı olarak mesaj iletmesi ve bu mesajın ise alıcı yoluyla çözümleme biçimidir (Uzuntaş, 2013: 14). İletişim insanların yaşam yolculuğuna kaynaklık eden ve insanları tamamen kapsayan bir süreçtir.

Siyasal iletişim kavramı siyaset ve iletişim kavramlarının bir arada düşünülmesinden türemiştir. Bu sürecin ana aktörleri içinde siyasetçiler yani siyasi seçkinler, kitle iletişim araçları ve en önemli unsur olan vatandaşlar, seçmenler ve kitle iletişim araçları kullanıcıları yer

almaktadır (Gackowiski, 2013: 45). Siyasal iletişim, siyaset bilimi ve kitle iletişim alanlarındaki konular ile yakından ilişkilidir. Farklı yönleri içerisinde çeşitli ülkelerin, dünya önderlerinin ve yine ön plana çıkan siyasi parti önderlerinin medya sahasında yer alan siyasi mesajlarının analizlerine yer vermektedir. Sosyal, kültürel ve ekonomik şartlara bağlı olarak dünyanın farklı bölgelerinde siyasal iletişim farklı motifleri içermektedir. Yalnız açıkça görülen bir durum vardır ki, gelişmiş veya gelişmekte olan demokratikleşmiş halk tabanı önemli ölçüde siyasal iletişimle birbirine bağlıdır (Riaz, 2010: 162). Bu olgu siyasal açıdan bir görüş veya organın, faaliyette yer aldığı siyasal sistemde kamuoyunun güvenini ve desteğini sağlamak maksadıyla iktidar olabilmek için zamanın ihtiyaçlarına binaen reklam, propaganda ve halkla ilişkiler gibi tekniklerden destek alarak, sürekli bir şekilde gerçekleştirilen tek yada çift yönlü iletişim çabaları olarak nitelendirilmektedir (İpekeşen, 2012: 15).

Siyasal iletişim olgusu diğer bir açıdan ise, siyasal çevrelerin belirli ideolojik amaçlarını gerçekleştirmeye çalışmak, bir takım, grup, ülke veya topluluğa kabul ettirmek ve ihtiyaç olduğunda eylemlere dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanım şeklinde de nitelendirilmiştir (Aziz, 2011: 3). Siyasal iletişim kavramı; faaliyetleriyle birlikte siyasal aktörlerin, kamuoyunu etkileme ve yönlendirme yani manipüle etme yöntemiyle oy oranını arttırabilmek maksadıyla girişimde bulunmaları ve bu strateji ve teknikler yoluyla da hedeflerini gerçekleştirebilme çabalarını ifade etmektedir (Göksel ve Bitirim, 2007: 353).

Siyasal iletişim kavramı, ikinci dünya savaşının ardından ABD’de kullanılır olmuştur. 1960’lı yıllarda ise Batı Avrupa gibi ülkelerde gelişmiş ve yayılmıştır. Seçme ve seçilme hakkının evrenselleşmesiyle siyasal açıdan rekabetin kitle iletişim araçlarıyla yürüten biçimini kamuoyu olgusu ile de güçlendirmesi, vatandaşların da bu yönde siyasal süreçlerde aktif katılımının artması ve benzeri gibi gelişmeler, dünyanın her tarafında siyasal iletişimin ehemmiyetinin artmasına sebep olmuştur (Yıldırım, 2012: 200). Siyasal iletişim, üç ana fonksiyonu barındırmaktadır. İlk fonksiyonu, meydana gelen siyasal problemlerin anlamlandırılmasına destek sağlaması, ikincisi meydana gelen bu siyasal problemlerin siyasal tartışma ortamına taşınarak meşru bir pozisyon edinmesi, üçüncüsü ise, tartışma mevzusu olmaktan çıkması ve bir konsensüs haline gelmesidir. Siyasal iletişimin ilk fonksiyonu olan siyasal problemlerin tanımlanmasında medya ve siyasetçiler temel rollerde yer almaktadır. İkinci fonksiyonda kamuoyu araştırmaları bu rolü üstlenmektedir. Üçüncü fonksiyonda ise medya yine ön planda yer almaktadır (Wolton, 2002: 24).

Siyasal iletişimin fonksiyonları olumlu ve olumsuz yönden irdelenebilmektedir. Bu fonksiyonlar toplumsal mecrada önem arz etmektedir. Çobanoğlu’na göre toplumsal mecrada önem arz eden fonksiyonlardan bazıları şu şekildedir: Haberin, bilginin ve kültürün topluma aktarılmasını sağlar. Siyasetin akışkanlığına ve iletilebilmesine destek oluşturur. Toplumsal değerlerin aktarılabilmesine aracı olur. İktidarın denetime tabi olmasına yardım eder. Bazı durumlarda muhalefetin istek ve beklentilerinin gerçekleşmemesini etkiler. Siyasal katılımın artmasına etkide bulunur.

Manipülasyon ve yalan propagandalara ilişkin tedbir oluşturur. Kendince istenmeyen konuları gündemden çıkarabilir, toplumun beklentilerini saptayabilir, gündem oluşturabilir. Bazı durumlarda ayrışmalara neden olabilir. Toplumla bütünlük oluşturabilir (Çobanoğlu, 2007: 46-47).

Siyasal iletişim kapsamında siyasal aktörler önemli bir pozisyonda yer almaktadırlar. Katılımcı demokrasilerde siyasal döngü içerisinde yalnızca sistem tarafından meşru kabul edilen siyasal örgütler yer almamaktadır; varlıklarını, otoritelerini, kabul ettirmek için uğraşan siyasal mecrada meşru olmaya çalışan kişi, kurum ve kuruluşlarda yer almaktadır. Bunlar siyasal iletişim aktörleri olarak nitelendirilmektedir. Bu grubun içerisinde; vatandaşlar, devlet başkanı, hükümet, siyasal partiler, kamu yararına çalışan örgütler, yerel yönetimler, ordu, sivil toplum örgütleri, baskı grupları, medya, lobicilik, sivil itaatsizlik, terör grupları gibi oluşumlar bulunmaktadır (Mcquail, 1993: 5).

Siyasal iletişim türleri iki boyutta ele alınmaktadır. İlki iç siyasal iletişimdir. Bu tür iletişim ülke içerisinde kitle iletişim araçları yolu ile veya yüz yüze yapılan bir iletişim şeklidir. Oluşan bu iç siyasal iletişimde bilinmesi gereken en önemli hususlardan birisi hedef kitlenin demografik nitelikleridir. Bu nitelik iyi bir biçimde benimsenirse belirlenen kitle ile iletişim daha kolay hale gelir. İç siyasal iletişimde kendi içerisinde iki gruba ayrılmaktadır. Birincisi seçim döneminde hedef kitleyi sürükleyebilmek amacıyla yapılan seçim kampanyalarıdır. İkincisi ise; iktidara geldikten sonra kazanılmış hedef kitleyi kaybetmemektir.

Siyasal iletişim türlerinden ikincisi ise uluslararası iletişimdir. Uluslararası iletişimin yapılış şekli ise ülke içi siyaset iletişimden farklıdır. Dış yani uluslararası siyaset iletişim küreselleşme kavramıyla beraber önemli bir uygulama halini almıştır. (Kılıçaslan, 2013: 44). Küreselleşme kavramının ve sürecinin zorunlu gördüğü birlikte yaşama, işbirliği halinde olma mecburiyeti uluslararası camiada siyaset iletişime ehemmiyet kazandırmıştır (Aziz, 2011: 40).

2. KAMUOYU KAVRAMI VE KAMUOYUNUN SİYASAL SİSTEMDEKİ YERİ

Kamuoyu kavramı, Osmanlı Türkçesinde ilk olarak *efkâr-umumiye* olarak ifade edilmiştir. Umumi *efkâr*, *amme efkârı*, *halk efkârı* gibi terimler zaman içinde kullanılmaya başlanmıştır. Buna benzer olarak *halkoyu* terimi de yer yer kamuoyu terimine karşılık gelecek şekilde kullanılmıştır. Türk dil kurumuna göre ise kamuoyu, bir konu ile ilgili halkın genel düşüncesi, kanaati demektir (<https://sozluk.gov.tr>). Kamuoyu kavramı uzun bir tarihsel sürece sahiptir. Doop kamuoyunu aynı topluluklarda bulunan kişilerin herhangi bir olay karşısında gösterdikleri ortak tepkiler şeklinde ifade etmektedir (Doop, 1966: 35). Kamuoyu, halkı ilgilendiren bir konu karşısında halkın genel kanaatleri ve düşünce biçimleridir. Başka bir deyimle, toplumda yaşanan türlü zorluk ve sıkıntılar karşısında belirli bir insan kitlesinde hakim tutum ve bakış açısını ifade eder (Eren ve Aydın, 2014: 198).

Gökçek kamuoyunu iki kısımda incelemektedir; bunlardan ilki siyaset bilimi çerçevesinde kamuoyu olgusu olan yani devletin üç ana unsuru olan yasama, yürütme ve yargı türü davranışlardır. Yahut toplumun

kanaat önderleri tarafından belirledikleri ölçüt şeklindeki davranışlar olarak ifade etmektedir. İkinci türü ise diğer sosyal bilimciler özellikle psikoloji, sosyoloji, iletişim gibi bilim dallarının kamuoyuna bakışıdır. Bu bilim dallarındaki anlayışta kişinin kendisinden hareketle değerlerini, düşüncesini, davranışını bazı etmenlerle ilişkilendirmektedir. Bunların içindeyse bireyin ailesi, çalışma arkadaşları, yer aldığı grup ve tüm toplumu kapsayan sosyal grubun tutum ve davranışları yer almaktadır (Gökçe, 1996: 211).

Kamuoyu kavramı toplumdan ve özel çevrelerden hükümete doğru ilerleyen ve hükümet tarafından göz önünü alınması gereken, doğru şekilde kabul edilen kanaatlerdir. Bu tanım kamuoyunun siyasal süreç içinde konumunu tam olarak göstermektedir. Kamuoyunun nitelikleri açısından incelenmesi, yalnızca bu şekilde bir genel tanımlamayla bütün siyasal süreç açısından konumunun tespitinden sonra anlam taşır. Tüm siyasal döngü içinde kamuoyunun esas değeri, karar verme sürecine katılabilme ve bu süreci denetleme durumu olarak belirginleşmektedir. Bu durum şu anlama gelmektedir: Kamuoyu bir siyasal katılma ve denetim şeklinde algılanmalı, siyasal yönden karalama durumunu etkileme olasılığına sahip girdilerden biri olarak değerlendirilmelidir (Key,1963: 14).Kamuoyunun siyasal karar alma sürecine katkısı yapılan araştırmalar ortaya koymaktadır (Sezer,1972: 2). Belli amaçlar doğrultusunda yönlendirme uğraşlarının tarihi çok eskilere dayanmasına rağmen, hızla gelişen teknoloji ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması kamuoyunun önemini her geçen gün biraz daha artırmaktadır (Temizel, 2008: 144).

Kamuoyu siyasal sistemin şekillenmesinde, ilerlemesinde ise önemli bir yer tutmakta ve siyasal sistemin olmasa olmaz kavramı biçiminde yer edinmektedir. Siyasal sistem, siyasal ortam ve toplum şekli, kanaatlerin vuku buluşunu etkilediği için kamuoyu açısından dayanak teşkil etmektedir. Siyasal sistemlerin farklı oluşu, kamuoyunun seviye ve etki yönünden farklılaşmasına sebep olmaktadır. Bu bağlamda siyasal sistem, yöneten ile yönetilen arasındaki ilişkinin etkileşimini düzenleyerek kamuoyunun oluşumunu, şeklini ve özelliğini belirlemektedir (Dinçkol, 2006: 57). Ayrıca görülmektedir ki kamuoyu, siyasal yaşamda kendini siyasal bir güç unsuru gibi gösterir. Kamuoyu ulusal veya uluslararası alanda, demokratik bir rejimde ya da bunun tam aksine daha az oranda da olsa baskı rejiminde hükümetleri etkilemektedir. Siyasal karar alma süreçlerinin manipüle edilmesinde etken rol oynamaktadır (Kışlalı, 1987: 339). Kamuoyu, siyasal yaşamın bir unsuru, siyasal gücün ifadesi pozisyonuna gelmesiyle siyaseti belirleyen önemli bir öge haline gelmiştir.

3. MEDYA KAVRAMI VE SİYASET ARASINDAKİ İLİŞKİ

Medya terimi Latince'den türeyen, ortam, araç gibi manaları karşılayan medium kelimesinin çoğulundan oluşmuştur. Medya olgusu her türlü bilginin kişilere ya da topluluklara iletilmesi şekliyle oluşan bilgilendirme, eğitime gibi benzeri mesuliyetleri içeren görsel ve işitsel araçların tümü şeklinde kavramsallaştırılmaktadır. Ayrıca genel bir fonksiyonu olan medya olgusu kendi içerisinde yazılı basın, görsel ve işitsel medya gibi araçları barındırmaktadır. Bu çerçevede medya kapsamında olan bilgi, haber, yorum gibi benzeri faktörler - görsel,

işitsel ve yazılı türden - insanlara aktarılmaktadır (Soydan ve Alpaslan, 2014: 57). Kitle iletişim yöntem ve araçlarını kullanan medya, siyaset ile aynı mecrada yarışmaktadır. Medyanın, bireylerin tutum ve davranışlarını etkisi altına alabilme ve bunları değiştirebilme potansiyeli vardır. Medyanın toplumsal yapı üzerinde etkilerinin farkında olan siyasiler ise zamanla medya grupları arasında çıkarlarına hizmet eden gazete, televizyon ve radyolar oluşturmaya da bunları ele geçirme çabalarına yönelmişlerdir.

Çıkar ilişkilerinin yoğunluğu, medya ve siyasetçileri birbirlerinden ayırlamaz hale getirmiştir (Kayıran, 2011: 100-101). Siyaset ve medya kurumu, sürekli birbirlerinin sahasına müdahalede bulunur. Bu iki olgu kimi zaman rakip, kimi zaman düşman, kimi zamanda ortak olurlar. Günümüzde ekonomik çıkarlar medya ve siyaset arasındaki ilişkileri yönlendiren, temel faktörlerin başında yer aldığı görülmektedir. Bu açıdan da özel teşebbüsün siyasi kişilerle olan ilişkilerinde medya başat rol üstlenmektedir. Örneğin Amerika medyası ikinci hükümet olarak ifade edilmektedir. Bu gücünden dolayı medya, siyaset kuramcılarınca yasama, yürütme ve yargı organlarının ardından dördüncü kuvvet şeklinde değerlendirilmiştir. Bu bağlamda medya devlet erklerini bütünleştiren önemli bir güç unsuru şeklinde düşünülmelidir (Kayıran, 2011: 99-100).

Yapılan araştırmalar medyanın herhangi bir konu için yapmış olduğu olumlu veya destek verici nitelikteki yayınların o mevzuda vuku bulan siyasi karar alım sürecini hızlandırdığını, olumsuz yönde yayınlarınsa yavaşlattığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla medya, siyaseti, siyasi

kararları etkileyen, siyasetin vazgeçilmez önemli bir enstrümanı konumundadır.

4.TÜRKİYE’DE SİYASAL İLETİŞİMDE MEDYANIN KAMUOYU ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Medya, yakın zamana ait bir kavramdır. Onun için 1970’li yıllara kadar da medyadan ziyade basından bahsedilmektedir. Basın bağlamında medyanın kamuoyu ve siyaset üzerindeki etkisi Osmanlı’nın son dönemlerine kadar götürülebilir.

4.1. Cumhuriyet Öncesi Dönemde Siyasal İletişimde Medyanın Kamuoyu Üzerindeki Etkileri

Türk medya tarihi ilk olarak 1831 yılında Takvim-i Vekayi’nin yayınıyla başlamıştır. Akabinde 1876 yılında I Meşrutiyet’in ilanına kadarki süreçte, basın iktidarın keyfi ve illegal şekilde eylemleriyle, özgür hareket etmekten mahrum edilmiş bir durumda, sansürleme ve yayını durdurma gibi muameleyle karşı karşıya kalmıştır. Bu dönemde devlet, basın gelişip ilerledikçe gazetelerde yapılan yergi içerikli yazılardan rahatsızlık duymaya başlamış ve bunu engellemek amacıyla tedbirler almaya başlamıştır. Hükümetin öncülüğünde oluşturulan gazeteyi yarı resmî bir gazete takip etmiş daha sonralarıysa özel gazeteler yayın hayatına başlamıştır.

Önceleri ne yazılı anlamda nede sözlü manada eleştirilerle pek karşılaşmayan yalnızca dış mecrada oluşan eleştirilere açık olan Osmanlı hükümeti, kendi içinde doğmaya ve yankı uyandırmaya başlayan kamuoyunun etkilerine dikkat kesilmek mecburiyetinde kaldı. Fakat kamuoyunun bu türden eleştirilerini her daim hoşgörülle

karşılımadı. İlk zamanlarda gazeteciler devlet memuru sıfatında olan kişilerden oluşmaktaydı ve bu durum yayınların niteliğini önemli derecede etkilemekteydi. Ardından özel gazeteler kamuoyu üzerinde etkinliklerini artırmaya başlayınca özerk bir gazeteci sınıfı oluşmaya başlamıştır. Bu süreçle birlikte hürriyet, meşrutiyet gibi benzer olguları ilk defa kullanan gazetelerin Türkiye’de sonraki dönemlerde kamuoyunun demokratik anlamda taleplerinin oluşmasında ve tutumların gelişiminde önemli bir yeri oldu (Demir, 2007: 87-88).

II. Meşrutiyet dönemindeyse, 1876 da oluşturulan ilk Osmanlı Anayasası’nın yürürlüğe girmesi, 1908 yılını Türk demokrasi tarihi açısından önem ihtiva eden bir dönem haline getirmiştir (Akşit, 1992: 11-12). Bu dönemde 1909 yılında yapılan değişiklikle 1876 Anayasası’nın 12. maddesinde yer alan “Matbuat kanun dairesinde serbesttir” hükmüne ‘basın öncesi herhangi bir teftiş ve kontrole uğramayacağı’ ibaresinin de eklenmesiyle yayının basından önce denetlenmesi kaldırılarak sansür yasağı illegal bir boyuta getirilmiştir. Bu durum ise ilerleyen süreçlerde basını başıboş bir biçime sokarak siyasal mecrada intikam alma aracı haline getirmiş ve ayrılıkçı gazetelerin oluşmasına neden olmuştur (Demir, 2007: 96).

İttihat ve Terakki Partisi dönemindeyse gazetecilerin kamuoyunu etkilemesini, yönlendirmesini önlemek ve gazetecileri susturmak amacıyla İttihat ve Terakki Partisi yönetimine karşı yazılan pek çok muhalif gazeteci tasfiye edilmiş, saldırıya uğramış, bazıları ise öldürülmüştür. Özellikle 1909’dan 1911 yılına kadar muhalif gazetecilerden üçü (Serbestî gazetesinin başyazarı Hasan Fehmi;

Sadayı Millet gazetesinin başyazarı; Ahmet Samim ve Şehrah gazetesi başyazarı Zeki Bey) öldürülmüştür. Kamuoyu bu gazetecilerin ölümlerinden İttihat ve Terakki Partisi iktidarını sorumlu tutmuştur (Tunaya, 1988: 415-421).

Sonuç olarak 1908 yılında ilân edilen II. Meşrutiyetten 1914 yılında vuku bulan I. Dünya Savaşı dönemine kadar beş yıllık süreç siyasi açıdan kargaşalarla dolu geçmiştir. Sıkıyönetim emirlerine binaen uygulanan sansürden bu dönemdeki basın sıklıkla etkilenmiştir. 1914-1918 yılları arasında savaştan dolayı askerî sansür etkili olmuştur. Basıma girecek yazılar önceden kontrol ettirilmiş ve yalnızca izin verilenler yayımlanabilmiştir (Ertuğ, 1970: 205). Bu yıllarda yürürlüğe giren kanun Cumhuriyet döneminde 1931 Basın Kanunu'nun oluşumuna kadar yürürlükte kalmıştır.

4.2. Cumhuriyet Döneminde Siyasal İletişimde Medyanın Kamuoyu Üzerindeki Etkileri

Medya, bütün dünyada kamuoyu üzerinde etkide bulunduğu gibi Türkiye'de de aynı işlevi görmektedir. Özellikle 1980'lerle beraber basın, medya kimliğine bürünmüş ve kamuoyu üzerindeki etkisinden hareketle siyasi çevrelerin ilgi odağı haline gelmiştir.

4.2.1. Tek Parti Döneminde Siyasal İletişimde Medyanın Kamuoyu Üzerindeki Etkileri

Tek parti iktidar dönemi, özellikle Takrir-i Sükûn Kanunu'yla beraber 1946 yılına kadar hâkimiyetini sürdürmeye devam etmiştir. Kanuni düzenlemeler ve uygulamalar genel anlamda bu dönemde tek parti ideolojisi etrafında şekillenmiştir (Demir, 2007: 139). Bu dönem, genel

anlamda basına baskının uygulandığı bir süreci ifade eder. Bu dönemde basına karşı baskıcı ve totaliter uygulamalar sergilenmiştir. “Gazetelere gece yarısı motosikletli polisler; hükümetin, Basın Yayın Genel Müdürlüğü’nün kararlarını tebliğ ederler. Bir demecin nasıl ve kaç sütun üzerinden verileceği bile sıkı sıkıya ihtar edilir” (Bardakçı, 1996: 1624).

Tek parti döneminde basın, iç politika ve dış politikayla alakalı konularda sadece hükümetin izin verdiği siyasî ölçülerde yazı yazabilmekteydi. Basın, genel anlamda iç politikayla ilişkili sıkıntıları gündeme pek getirememekteydi. Yine bu dönemde basın özgürlüğüne 1924 Anayasası’nın kanunî düzenlemeleriyle çeşitli kısıtlamalar getirilmiştir. Bunlardan bazıları; İstiklal Mahkemeleri Kanunu, Takrir-i Sükûn Kanunu, 1931 ve 1935 yıllarına ait sırasıyla Basın Kanunu ve Basın Birliği Kanunu’dur. Ayrıca bu dönemde haber tekeli Anadolu Ajansı yoluyla devletin elindeydi. İktidara karşı haber çıkamazdı. Keza radyo yayınları da devletin tekelindeydi. 1925 yılından 1945 dönemine kadarki süreçte muhalefetten ve özgür basından söz edilmesi mümkün görülmemektedir (Demir, 2007: 141-144).

4.2.2. Çok Partili Hayata Geçiş ile 1980 Arası Dönemde Siyasal İletişimde Medyanın Kamuoyu Üzerindeki Etkileri

1945 yılına kadar tek parti iktidar döneminde basın için getirilmiş olan sınırlandırılmalar, çok partili sisteme geçiş ile birlikte, 1946 genel seçimlerinden sonra 1950 yılına kadarki dönemde iktidar partisi ‘Yeter Söz Milletindir’ sloganını kendine destur edinmiştir (Demir, 2007:

158). Bu dönemde halkın katılımını sağlamak, siyasete ilgiyi artırabilmek amacıyla önemli bir duruş sergilenmiştir.

Genel anlamda bütün gazeteler, çok partili sistemin ve demokrasinin yerleştirilebilmesi için vatandaşların siyasî konularla doğrudan ilgilenebilmelerine yardımcı türden düşünceleri yayabilme hususunda çaba göstermişlerdir. Gazeteciler sürekli olarak siyasî parti liderleriyle röportajlar, sohbetler yapmış; onların fikirlerini de vatandaşlara aktarmış. Vatandaşların istek ve beklentilerini de siyasal parti liderlerine iletmede aracılık etmişlerdir. Gazeteler önceki dönemlere nazaran belirli düşünceleri korkmadan savunmuş, ayrıca hükûmeti eleştirebilecek düşünceleri yayınlamışlardır. Ancak özellikle Demokrat Parti (DP) iktidarının ekonomik açıdan altın yılları kabul edildiği ilk üç-dört yıldan sonra özellikle de ekonomik kötü gidişatın etkisiyle Menderes kendisini eleştiren muhalif basın üzerindeki baskıyı arttırmıştır. Örneğin o dönemde Menderes'in İzmir konuşmalarını yayımlamalarından dolayı birçok gazeteci tutuklanıp akabinde serbest bırakılmışlardır (Karpat, 1967: 285).

1960 askeri müdahalesinin ardından İstiklâl Marşı çalındıktan sonra, halka şu şekilde seslenildi: “*Dikkat, dikkat, burası İstanbul Radyosu... Silâhlı Kuvvetler, 27 Mayıs gece saat üçten başlayarak yurdun her tarafında idareyi ele aldı...*” (Yalman, 1997: 1689). Bu durum ise bir kitle iletişim aracı olan radyonun kamuoyu üzerinde ne derece önem ihtiva ettiğini gözler önüne sermekteydi. Bundan sonraki 10 yıllık süreçte iki ihtilâl girişiminde de darbecilerin birinci hedefi radyoevlerini ele geçirmek olmuştur (Yalman, 1997: 1721). 1961

yılında yürürlüğe giren yeni yasanın 22. maddesindeki “Basın hürriyeti” başlığında “ Basın hürdür; sansür edilemez. Devlet, basın ve haber alma hürriyetini sağlayacak tedbirleri alır” (Gözübüyük, 1993: 120) hükmü yer almaktadır. Bu tür yasal düzenlemeler basın özgürlüğünün sınırlarını genişletmiş olmakla beraber, basın için liberal bir ortamın devamlılığı gerçekleşmemiştir. 1964 yılındaysa yürürlüğe giren yasayla TRT Kurumu, tarafsız bir organ olarak değerlendirilmesine rağmen, kurumda etkisini hissettirmek isteyen hükümet ile TRT arasında oluşan çatışmalar 12 Mart Muhtırası dönemine kadar varlığını sürdürmüştür (Işık, 2008: 151).

1970’li yılların ortalarında basın kuruluşları önem teşkil eden sanayi ve ticarî kuruluşlar içerisinde yer edinmiştir. 1974’lü yıllarda elli büyük ticarî kuruluşlar içerisinde bir gazete, 100 büyük ticarî kuruluş içinde ise iki gazetenin (Danışman, 1983: 50) yer alması medya kuruluşlarının ekonomide yer ediniminin çabasını ortaya koymaktadır. 12 Mart sonrası oluşan anarşik ortam, çoğulcu demokratik yapının oluşmasına ve basının gelişmesine engel teşkil etmiştir. Bu dönemde daha çok kamuoyunun tepkilerini önlemek maksadıyla siyasi konulardan ziyade manipülatif amaçlı magazin gazeteciliğine yer verilmiştir (Demir, 2007: 176-178).

12 Mart muhtırası sonrası Adalet Partisi (AP) ile Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) şahsında sağ-sol ikiliği üzerinden ideolojik kamplaşmanın yaşandığı bir dönemdir. Bu dönemde, halk, sağcılık ve solculuk üzerinden kutuplaşan basın üzerinden etkilenmeye çalışılmıştır (Cantek, 2017: 781-790).

4.2.3. 1980 Sonrası Dönemde Siyasal İletişimde Medyanın Kamuoyu Üzerindeki Etkileri

1980 sonrası dönemde dünyada vuku bulan siyasî gelişmelere bağlı olarak medyada önemli boyutta yapısal yönden değişiklik olmuştur. Bu değişim furyasının etkilerinin Türkiye’de de medyanın yapısı, medya-siyaset ilişkilerinde kendini gösterdiği görülmektedir. 12 Eylül 1980 askeri müdahale sonrası mevcut siyasi partilerin kapatılmasıyla yönetim bazında otoriter sistemin etkileri görülmüştür. Başta Anayasa olmak üzere pek çok alanda; siyasi, ekonomik temelde değişiklikler ortaya çıkmıştır. Oluşturulan yeni anayasa ile birlikte temel hak ve özgürlükler konusunda çeşitli kısıtlama ve sınırlamalara gidilmiştir (Demir, 2007: 181-184). 12 Eylül sonrası dönemde birçok gazete sıkıyönetim tarafından kapatıldı. Kapanma endişesi yüzünden gazeteciler kendi gazetelerini sansürlemek mecburiyetinde kaldılar, oluşan baskı ve kısıtlamalardan ötürü basın, yayın politikalarında değişikliğe gidilmiş ve magazinleşen basının kamuoyu üzerindeki etkileri önemsizleşmeye başlamıştır. Bu dönemde basın üzerinde oluşan askeri yönetimin neden olduğu baskılardan dolayı siyasi konular ile ilgili eleştiri yapmaktan önemli ölçüde kaçınılmış, magazin içerikli haberlere ağırlık verilmiştir (Demir, 2007: 185).

1980 yılı 24 Ocak Kararlarıyla ekonomik mecrada faaliyete konulan liberal türden politikalar Türkiye’de her sahada değişim ve dönüşümün habercisi olmuştur. 1982 Anayasa’sıyla temel hak ve özgürlüklere kısıtlamalar getirilirken iletişim araçları da bu sürece dâhil edilmiştir. Siyasal ve ekonomik politikalar sonucu yazılı basında değişimler görülmüş; ticari, özel, radyo-televizyon kanalları açılarak görsel

anlamda bir çeşitlilik gerçekleşmiştir (Işık, 2008: 161). 1990sonrasındaysa medyadaki yapı bütünüyle değişime uğramış, özel televizyonların belirlediği yıllara kadar basın birkaç büyük grubun egemenliğinde yer almıştır. Tekelleşme tenkitlerinin yoğun olduğu bir dönem başlamıştır. (Sönmez, 1996: 79).

Türkiye ve benzeri ülkeler teşvik ve kayırmalarla medyada tekelleşmeye sebep olurken, medya tekelleri ise buna karşılık siyasî otoritenin amaçladığı biçimde kamuoyunu istenilen şekilde yönlendirmeye çalışmıştır, bu durumda medya, demokrasinin yozlaştırılmasına sebep olmuştur (Katırcıoğlu, 1998: 13). 28 Şubat (1997) sürecindeyse birçok gazeteciye yapılan baskılardan dolayı bu organların çalışmaları engellenmiştir. Yapılan baskılar sonucu azımsanmayacak sayıda gazeteci görevlerinden ayrılmıştır. Bu dönemde medya en derin siyasal krizini yaşamıştır (Demir, 2007: 220). Medya ve siyaset arasındaki ilişki keskin kutuplaşma düzeyi yaşamıştır. Hükümet, medya için oluşturduğu suçlamaları kamusal seviyeye getirerek aralarında oluşan bu zıtlaşmayı gözler önüne sermiştir (Gürkan, 1998: 80). Darbe dönemlerinde sağ ve sol basının tutumu farklılaşmaktadır. Örneğin sağ görüşlü basın 27 Mayıs'ı eleştirmiştir. Sol görüşlü basın ise 12 Mart ve 12 Eylül dönemlerini eleştirmiş; 27 Mayıs'ı beyaz devrim olarak nitelemiştir (Cemal, 2005: 211). Bu dönemlerde mağdur olan grup yapılan müdahalelere karşı çıkarken, medyanın bir diğer kısmı ise tepki vermemeyi tercih etmiştir.

2004 yılında Basın Kanunu kabul edildi. Yine bu dönemde Bilgi Edinme Kanunu çıkarıldı. Bu kanunun amacı demokratik ve şeffaf

yönetimin bir gereği olarak eşitlik, tarafsızlık ve açıklık ilkeleri kapsamında kişilerin bilgi edinme hakkını kullanabilmelerinin zeminini oluşturmaktır. Son dönemlerde ise Avrupa Birliği sürecinden dolayı kişi hak ve hürriyetlerinin daha fazla gündeme gelmesiyle birlikte Türkiye'deki tüm kurumlar daha fazla özgürleşme, demokratikleşme kapsamında ilerlemesi baskılanmaktadır (Demir, 2007: 230). *“Bu dönemde her kurum yeni duruma intibak etmekte, uyum sağlamakta sıkıntılar yaşamaktadır. Özellikle Türk basını demokrasi ve özgürlükler ve bunların uygulamalarına yönelik yayınlarında net bir tavır ortaya koyamamaktadır”* (Demir, 2007: 232). Siyasi partiler, siyasetçiler doğası gereği siyaset sahasında devamlılık gösterebilmek ve seçimleri kazanabilmek amacıyla sürekli birbirleriyle rekabet halindedirler. 3 Kasım 2002 yılında Türkiye’de yapılan genel seçimlerle iktidara gelen AK Parti, yazılı ve görsel medyadan yararlanarak siyasal iletişim yoluyla kamuoyunun düşünce yapısı ve kanaati üzerinde ciddi şekilde kampanya ve propaganda çalışmaları başlatmıştır. Bu durum AK Parti'nin 2002, 2007, 2011, 2015 ve 2018 seçimlerini istikrarlı bir biçimde kazanmasına katkıda bulunmuş ve 18 yıl boyunca tek başına iktidarda kalmasında önemli rol oynamıştır (Eraslan, Küçük ve Durur, 2018: 196).

SONUÇ

Türkiye’de ilerleyen süreçlerde teknolojinin gelişmesi ses ve görsel araçların da medyanın kullanım alanına girmesi ile birlikte medya artık etki edebilme sahasını genişletmiş ve kamuoyu üzerindeki etkisi yaygınlaşmış; medya-siyaset ilişkisi zaman içerisinde birbirinden

ayrılmaz biçime dönüşmüştür. 1876'da I. Meşrutiyet'in ilanına kadarki süreçte devlet, basın gazetelerde yaptığı eleştirel yazılarından rahatsızlık duymuş ve bunu engellemek amacıyla önlemler almıştır. Basın keyfi ve illegal bir biçimde yapılan yaptırımlarla özgürlüğü kısıtlanarak sansürleme ve yayını durdurma gibi muamelelerle karşılaşmıştır. 1908 yılında ilân edilen II. Meşrutiyet, I. Dünya savaşının başlamasıyla siyasi açıdan kargaşalarla dolu bir dönemi beraberinde getirmiştir. Sıkıyönetimin emirleri doğrultusunda basında sansürlemeler oluşmuştur. Basına girecek olan yazılar önceden kontrol edilerek sadece yönetimce izin verilenler yayınlanabilmiştir.

Bu durum cumhuriyet dönemine kadar devam etmiştir. Tek parti döneminde; basına karşı baskıcı ve totaliter bir tutum sergilenmiş, muhalefet ve özgür basın deyimlerine yer verilmesi mümkün olmamıştır. 1946 yılında çok partili sisteme geçilmiş ve zamanla daha özgürlükçü bir ortam oluşmuştur. Bu dönemde halkın katılımının önü açılmış, vatandaşların siyasete olan ilgisini artıran ve farklı düşüncelerin yayılmasına aracılık eden basın önemli bir konuma gelmiş, basın özgürlüğünün sınırları genişletilmiştir. Mayıs 1960 askeri müdahalesi, 12 Mart 1970 muhtırası, 12 Eylül 1980 askeri müdahalesi gibi olağanüstü yönetim dönemlerinde basın büyük baskılara maruz kalarak devletin yanında konumlanmıştır. Menderes iktidarının ilk yıllarında basın, özgür bir alan bulmuş ancak ekonomide işlerin kötüye gitmesi ve basının sert eleştirileri karşısında Menderes'in daha sert bir tutum geliştirmesi, iktidar ile basının ilişkilerini bozmuş, basın büyük baskılara maruz kalmakla beraber iktidara karşı bir kamuoyunun oluşmasında önemli rol oynamıştır. 1961 Anayasa'sı basın için altın

yıllar olmuştur. Basın bu dönemde kamuoyu oluşturma konusunda önemli bir güce dönüşmüştür. Ancak 1971 muhtırası sonrası 61 Anayasası'nda yapılan değişiklikler ile kamuoyu üzerindeki etkisini azaltacak şekilde basın özgürlüğü sınırlamalara konu olmuştur.

1980 sonrasında liberalleşme yönünde yaşanan gelişmeler medya ve devlet arasındaki ilişkilerde çok ciddi bir değişime neden olmamıştır. Medya bu dönemde ticarileşme yoluyla yapısal bir değişim süreci yaşamıştır. Bu çerçevede demokrasi, çoğunlukla medyayı elinde tutanların yani büyük sermayenin istediği yönde gidecektir. Bu durum ise beraberinde birçok sorunu getirmiş ve bu sorunlar uzun süre yaşanmaya devam etmiştir. 2000'li yıllarda ise teknolojideki gelişmelerle medyanın, düşünce ve fikirleri kamuoyuna aktarmadaki etkisi eski dönemlere nazaran daha güçlü olmuştur. 2002 genel seçimlerinde iktidara gelmesiyle birlikte AK Parti yazılı ve görsel medyayı siyasal iletişim aracı olarak etkili bir şekilde kampanya ve propagandalarında kullanmış, bunun da etkisi ile 2002, 2007, 2011, 2015 ve 2018 seçimlerini istikrarlı bir biçimde kazanabilmiş, bu durum 18 yılı aşkın bir süredir AK Parti'nin iktidarda kalmasında rol oynamıştır. Oluşan bu durumun ardından ise AK Parti'nin iktidarını sağlamlaştırmasıyla birlikte medyanın tekelleşmesi ve iktidarın yörüngesine girmesi sonucu kamuoyu üzerindeki tek yönlü etkisi öne çıkmıştır.

KAYNAKÇA

- Akşit, S. (1997). *Türkiye tarihi 'Çağdaş Türkiye 1908-1980'*. İstanbul: Cem Yayınevi.
- Aziz, A. (1982). *Radio ve televizyonla eğitim*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Fak. Yayınları.
- Aziz, A. (2011). *Siyasal iletişim*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Bardakçı, İ. (1996). Bir basın serencamı. *Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı II*, S. 12, 1622-1625.
- Cantek, F.Ş. (2017). Altmışlı yıllarda basın, (Haz.) Mete Kaan Kaynar, *Türkiye'nin 1960'lı Yılları*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Cemal, H. (2005). *Cumhuriyet'i çok sevmiştim*. İstanbul: Doğan kitapçılık AŞ.
- Çobanoğlu, Ş. (2007). *Suskunluk sarmalı ve siyasal iletişim*. İstanbul: Fide Yayınları.
- Danışman, A. (1983). *Basın özgürlüğünün sağlanması önlemleri*. Ankara: AÜ BYYO Yayını.
- Daver, B. (1993). *Siyaset bilimine giriş*. Ankara: Siyaset Kitapevi.
- Demir, V. (2007). *Türkiye'de medya siyaset ilişkisi*. İstanbul: Beta Basım Yayıncılık.
- Denis, M. Q. (1983). *Communicationspects of modern sociology*. London: Longman.
- Develioğlu, F. (1993). *Osmanlıca-Türkçe ansiklopedik lügat*. Ankara: Aydın Kitapevi Yayınları.
- Dinçkol, B. (2006). Yönetilenlerin “öz” yönetimi-kamuoyu. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(10), 49-66.
- Easton, D. (1965). *A Systemanalysis is of political life*. New York: John Wiley.
- Eren, V. ve Aydın, A. (2014). Sosyal medyanın kamuoyu oluşturmadaki rolü ve muhtemel riskler. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(I), 197-205.
- Ertuğ, H. R. (1970). *Basın yayın hareketleri tarihi*. İstanbul: Yenilik Basımevi.
- Gökçe, O. (1996). Kamuoyu kavramının anlam ve kapsamı. *Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi*, 14(14), 211-227.

- Göksel, A. B. ve Bitirim, S. (2007). AKP ve CHP'nin seçim bildiregelerinin internet ortamında temsili: sanal propaganda. *Medya ve Siyaset Uluslararası Sempozyumu içinde* (ss. 353-363). İzmir: Ege Üniversitesi.
- Gözübüyük, A. Ş. (1993). *Açıklamalı Türk anayasaları*. Ankara: Turhan kitabevi.
- Gürkan, N. (1998). *Türkiye'de demokrasiye geçişte basın (1945-1950)*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Heywood, A. (2007). *Siyaset*. Ankara: Adres Yayınları.
- Işık, M. (2008). Türkiye'deki iletişim sisteminin medya ve siyaset ilişkilerine yansımaları. (Ed.) Zülfikar Damlapınar, *Medya ve siyaset kitabı*(ss. 147-163). Konya: Eğitim Kitabevi.
- İpekeşen, S. S. (2012). *2011 Genel seçimlerindeki siyasal iletişim faaliyetleri: AKP, CHP, MHP örneği*. (Yayınlanmış yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İzmir.
- Karpat, K. (1967). *Türk demokrasi tarihi*. İstanbul: İstanbul Matbaası.
- Katircioğlu, E. (1998). *Medyada tekelleşme*. Radikal gazetesi.
- Katz, D. (1971). The functional approach to the study of attitudes. *Public Opinion Quarterly*, 24, 163–204.
- Kayıran, V. (2011). Medya-Siyaset bağımlılığı ve toplum üzerindeki etkileri (medya - siyasi ilişkilerine bakış). *Düşünce Dünyasında Türkiz Siyaset ve Kültür Dergisi*, 2(8), 97-106.
- Key, V. O. (1963). *Publicopinion and Americandemocracy*. New York: Alfred A. Knopf.
- Kezar, A. (1987). *Siyaset kavramı*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Kılıçaslan, E. (2013). *Siyasal iletişim – ideoloji ve medya ilişkisi*. İstanbul: Paradigma Akademi Yayınları.
- Kışlalı, A. T. (1987). *Siyaset bilimi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu.
- Korkmaz, A. ve Erdoğan, İ. (1990). *İletişim ve toplum*. Ankara: Bilgi Yayınları.
- Lunberg, A. (1985). *Sosyoloji*. Ankara: Işın Yayıncılık.
- McQuail, D. (1993). İletişim modelleri. Ankara: İmaj Yayınları.
- Önder, Ş. (1981). *Toplum ve iletişim*. Ankara: Turhan Kitapevi Yayınları.

- Riaz, S. (2010). Effects of new media technologies on political communication. *Journal Of Political Studies*, 1(2), 161-173.
- Sarıtaş, M. (1988). *Türkiye'nin tanıtılması*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Sezer, D. (1972). *Kamuoyu ve dış politika*. Ankara: Sevinç Matbaası.
- Soydan, E. ve Alparlan, N. (2014). Medyanın doğal afetlerdeki işlevi. *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, S. 7, 53-64.
- Sönmez, M. (1996). Türk medya sektöründe yoğunlaşma ve sonuçları. *Birikim Dergisi*, S.92, 76-86.
- Temizel, H. (2008). Kamuoyu kuramları ve kamuoyu oluşumunda kitle iletişim araçları. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 8(15), 126-146.
- Tunaya, T. Z. (1988). *Türkiye'de siyasal partiler 'ikinci meşrutiyet dönemi'*. İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları.
- Wolton, D. (1990). Political communication: the construction of a model. *European Journal Of Communication*, 5, 9-28.
- Yalman, A. E. (1997). *Yakın tarihte gördüklerim ve geçirdiklerim*. İstanbul: Pera Turizm ve Ticaret Yayıncılık.
- Yıldırım, Y. (2012). İletişimsel eylem kuramı ışığında siyasal iletişim ve AK parti örneği. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 7(1), 195-225.
- <https://sozluk.gov.tr>

BÖLÜM 16

İNSTAGRAM UYGULAMASININ GÖRSEL PAYLAŞIM PLATFORMU OLARAK RESİM SANATINDA ETKİN KULLANIMI: EMRE YUSUFİ VE ALİ ELMACI ÖRNEĞİ

Mehmet Güzel KAYACAN¹

Dr. Öğr. Üyesi Gökhan KUZUCANLI²

¹ Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Ens. Sanat Tasarım SY. Programı, Kütahya, Türkiye. mehmet.kayacan0@ogr.dpu.edu.tr, Orcid: 0000-0003-3257-9566

² Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, Kütahya, Türkiye. gokhan.kuzucanli@dpu.edu.tr, Orcid: 0000-0003-3584-0133

GİRİŞ

Son yıllarda dijital ekranlar gündelik hayatın neredeyse her anına ve alanına girmiş ve gündelik hayat alışkanlıklarımızın değişmesine neden olmuştur. Bu bağlamda görsel sanat faaliyetlerinde de bazı değişimler gözlemlenmiştir. İnstagram uygulaması bu değişimlerin yaşandığı önemli mecralardan birisidir. Klasik sergileme anlayışının son yüzyılda yaşadığı değişimlere ek olarak sosyal medyanın bir sergileme aracına dönüştüğü de gözden kaçmamaktadır. Herhangi bir mekânda düzenlenmiş bir sergi dijital hız, reklam, paylaşımların çokluğu gibi etmenler sayesinde rahatlıkla seyircisini artırabilmektedir. Buna ek olarak yaşanan covid-19 salgını ve sonuçları ile birlikte sergileme alanının kendisi fiziksel bir ortamda gerçekleşirken, gösterim dijital platformlar aracılığıyla gerçekleşmiştir. Bu sayede takipçi sayısını artıran sanat kurumları ve sanatçılar sosyal medyadaki görünürlüklerine daha çok önem vermeye başlamışlardır. Bu durum paylaşımların içeriğinde, sayısında ve çeşitliliğinde dikkate değer artışları da beraberinde getirmiştir. Sosyal medyada geçirilen zamanın artmasıyla birlikte sanatçı izleyici etkileşiminde İnstagram gibi görsel paylaşım platformları önemli bir rol oynamaktadır.

Sosyal medya, bireylerin çok hızlı bir şekilde ulaşabildiği, hatta sürekli orada olduğu bir yaşam formuna dönüşmektedir. Dolayısıyla sosyal medyada var olmak kimileri için zorunluluk haline gelmiştir. Kuzucanlı'ya göre sosyal medya platformlarında her kullanıcının içerik oluşturma, söz söyleme imkânı vardır. Dolayısıyla herkes tarafından erişilebilir durumdadır. Herkes tarafından kullanılabilir olması kullanım

amaçlarının çeşitliliğini de etkilemektedir(Kuzucanlı, 2019:7). Son yıllarda Instagram uygulaması pazarlama ve reklam aracı olarak da etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Günümüzde birçok insan sosyal medya platformları aracılığıyla gelir elde etmekte, reklam yapabilmekte hatta iş kurabilmektedir. Bu gibi fırsatlara ek olarak Covid-19 salgını sırasında kamusal alanın neredeyse tamamen yok olduğu, mekânsal olarak yaşanan daralmalar sonucunda sosyal medyada dikkate değer ölçüde değişimler meydana gelmiştir. Bu sayede belki on yıl sonra karşılaşacağımız gelişmelerin çok hızlı bir şekilde gerçekleştiğini söyleyebiliriz. Bu değişimlerin gerçekleştiği önemli alanlardan birisi de sanat dünyasıdır. Sanatsal üretimin sekteye uğradığı, izleyicisiyle buluşamadığı bir ortamda sanatçılar izleyicileriyle buluşma mekânı olarak sosyal medyayı tercih etmişlerdir. Böyle bir ortamda sanatçı-izleyici etkileşimi sadece dijital ekranlar üzerinden gerçekleşmiştir. Duyumsama ve algı biçimleri açısından sınırlılıklar barındırsa da sanatçılar hem üretimlerine devam edebilmek hem de maddi kaygılarını giderebilmek için sosyal medyayı etkin kullanmaktadırlar.

Sosyal medyanın aktif kullanılabilmesinin en önemli nedenlerinden birisi de ulaşım sağladığımız cihazlardır. Sürekli yanımızda taşıdığımız cep telefonları, tabletler, dizüstü bilgisayarlar vs. sosyal medyaya o anda ve sürekli olarak bağlanmamıza olanak sağlamaktadır. Bu tür cihazların sürekli gelişmesi ve kullanıcılarının sürekli artması nedeniyle sosyal medya uygulamaları kendilerini sürekli yenileyebilmekte, her gün yeni bir özellik ekleyebilmektedirler. Bu çalışmada; Emre Yusufi ve Ali Elmacı'nın sanat anlamında Instagram kullanımları içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Araştırmaya konu olan sanatçıların Instagramı etkili bir

şekilde kullandıkları ve eserlerini Instagram platformu üzerinden paylaştığı görülmüştür. Ayrıca etkin İntagram kullanımı sanatçıların eserlerini kolay ulaşılabilir ve görünür kılmıştır.

1. Instagram Uygulaması ve Görsel Paylaşım Avantajları

Bireyler televizyon, sinema, gazete gibi mesajların tek bir kaynaktan yayıldığı, kullanıcıların pasif olduğu medya araçlarından, aktif bir ilişki kurabildiği sosyal medya uygulamalarını tercih etme olanaklarına sahiptir. Sosyal medya çoklu etkileşime olanak sağlamaktadır. Kültürler arası iletişim, kitlesel bir oluşum olma özelliğini göstermektedir(Vural ve Bat'tan aktaran Şentürk ve Tos 2021:1611). Bu çok yönlü özellikleriyle sosyal medya, kişilerin bakış açılarını değiştirebilmektedir. Çamdereli'ye göre medyanın temel görevleri şunlardır: Sanat, tiyatro, müzik, spor vs. içeriklerle izleyicilerin hoşça vakit geçirmesini sağlamak, haberler aracılığıyla toplumu bilgilendirmek, kültürel programlarla toplum kimliğinin oluşmasına olanak tanımak, toplumu farklı kültürlerle tanıştırmak ve kültürel değişimleri hızlandırmak, gruplar arası etkileşime olanak tanımak, toplumda ortak değerler oluşturmak ve siyasi olarak farklı görüşlerin temsilini sağlamak, siyasilere eleştiri yöneltmek gibi özellikleri vardır(Çamdereli'den aktaran Kuzucanlı, 2019:7).

Çift yönlü etkileşime olanak sağladığı için farklı kültür ve coğrafyalardan kişileri buluşturmaktadır. Kişilerin siyasi, felsefi, kültürel anlamda dünyaya bakış açılarını değiştirebilmektedir. Normal şartlarda ulaşamayacağı bazı olanaklara fiziksel olarak olmasa da görme ve okuma yoluyla ulaşma imkânı sunabilmektedir. Kişinin bu imkânlardan faydalanma ya da karşılaşma biçimi sosyal medyayı kullanım amacına

göre değişim göstermektedir. Kullanıcıların beklentilerine, doyum ve tatminlerine göre sosyal medya aracılığıyla kurduğu etkileşim değişim gösterebilmektedir.

Kişilerin sosyal medyanın gelişmesine çok hızlı bir şekilde ayak uydurabilmesi sayesinde sürekli yeni özellikler eklenmektedir. Özellikle kullanıcıların etkin olduğu paylaşım alanlarına sürekli yeni özellikler ekleyerek ilgiyi sürekli üzerinde tutabilmektedir. Kullanıcıların ise bu yeni özelliklere duyduğu heyecan ve anında katılımcı özelliği sayesinde hiç durmadan yenilenen içeriklerin üretilmesini sağlayabilmektedir. Erbaşlar'a göre sosyal medya, "kullanıcılarına etkileşimli ortam sunan, bilgi alma, haber üretme, duygu ve düşünceleri yansıtma imkânları tanıyan ve sanal ortam üzerinden içerik üretimine izin veren bir platformdur."(Erbaşlar'dan aktaran Şentürk ve Tos 2021:1611). Şentürk ve Tos ayrıca sosyal medya ile ilgili araştırmalarında Mayfield'in sosyal medyanın özellikleri ile ilgili tanımlarına yer vermişlerdir: Katılımcılık (Participation), Açıklık (Openness), Sohbet (Chat), Topluluk (Community) ve Bağlantılık (Connectedness). (A.g.e.). Bu tanımlardan yola çıkarak İnstagram uygulamasını ve özelliklerini kendi çalışmamızın gidişatı yönünde incelemek faydalı olacaktır.

Sosyal medya, bünyesinde farklı uygulamalar ile birçok çeşitlilik barındırır da en popüler olan uygulamalardan birisi de İnstagram'dır. Ginsberg'e göre; İnstagram uygulaması "yaratıcı görseller kullanarak kendini ifade etme, etkileşim kurma ve etkileşim sağlamanın en popüler aracıdır. Fotoğraf ve video paylaşmaya yarayan bu uygulama ile kullanıcılar, kişisel hikayeleri ve ilgi alanlarını çektikleri fotoğraflar

aracılığıyla paylaşarak, kendilerini istedikleri şekilde ortaya koyma özgürlüğüne sahiptirler.”(Ginsberg’den aktaran Küçükşaraç, 2018:5). Geleneksel medyayı tek taraflı bilgi üretimi ve dağıtım sistemine göre sosyal medyada kullanıcılar aktiftir ve sürekli içerik üretmektedirler. İnstagram uygulamasında bu üretim çok çeşitli ve eklektiktir. İnstagram’ın en temel özelliklerinden birisi de görsel bir platform olmasıdır. 2010 yılında kurulan İnstagram, Twitter ve Facebook gibi diğer sosyal ağlardan farklı olarak sadece fotoğraf ve videoya odaklanan görsellik odaklı bir ağ olarak karşımıza çıkmaktadır(Balcı, Bal ve Delal, 2019:959). Dolayısıyla kullanıcılar bu özelliği nedeniyle İnstagram’ı kullanmayı kendi arzu ve amaçlarına göre özellikle tercih etmektedirler.

İnstagram’da katılımcılık ön plandadır. Geleneksel medya içeriğini oluşturan ve tüketen farklıdır. Sosyal medyada ise içerikler kullanıcılar tarafından oluşturulur ve tüketilir. Herhangi bir paylaşım beğeni ve yorum yazmak, o gönderiyi kendi sayfasında paylaşmak gibi aktif roller yer almaktadır. Canlı yayın yapılan bir görüşmeye dahil olmak, bunlara anlık yorumlar yaparak canlı yayın yapan kişi ile anlık iletişim kurmak gibi etmenler mevcuttur. Aynı zamanda çok hızlı bir şekilde şıklı testler oluşturulabildiği için önemli-önemsiz her konuda hızlı testler oluşturulmakta ve kolayca ve hızlı bir şekilde cevaplar verilebilmektedir.

İnstagram’da özel korumalı hesaplar haricinde “açıklık” özelliği vardır. Hem kaynağa hem de alıcılara sınırsız ulaşım ve paylaşım avantajları sunar. Ayrıca içerikler herkes tarafından görülebilir ve etkileşime girilebilir. Bu sayede içerik üretiminde çeşitlilik ve etkileşim sayısı oldukça fazladır.

İnstagram’da “sohbet” etkinliği da oldukça hızlı ve kolaydır. Beğenilen bir içeriğin birkaç dokunuşla kişilerle paylaşılabilmesi sayesinde, ayrıca gönderilere yapılan yorumlarla etkileşim ve sohbet gerçekleştirilebilmektedir. Ayrıca açıklık ve ulaşılabilirlikleri sayesinde dünyanın birçok yerinden farklı kişilerle etkileşim kurulması halinde sohbet gerçekleşebilmekte, bu sayede kültürler arası bir etkileşim ve paylaşım söz konusu olabilmektedir.

İnstagram’da “topluluk” özelliği de mevcuttur. Kullanıcı sayısının çokluğu ve paylaşımların hızlı gerçekleşebilmesi sayesinde herhangi bir konuda fikir, tepki ya da duyurular kısa sürede yayılabilmekte ve aynı düşüncüyü paylaşan kişilerce bir topluluk oluşabilmektedir. Bu özelliğin verdiği avantajla birlikte bir konu hakkında hesap açılarak bir merkezde örgütlenme sağlanabilmektedir.

“Bağlantılık” özelliği de İnstagram’ın etkili bir özelliğidir. Kullanıcılar, takip ettiği, etkileşim halinde olduğu sayfaları görüntüleyebilmekte ve düzenli olarak bilgi ve kaynak edinebilmektedir. Bu sayfaların gönderilerini paylaşarak diğer kullanıcılarla bağlantı kurabilmektedir. Aynı zamanda sayfalar da bu bağlantılık özelliğin aktif kullanabilmekte ve hem daha fazla kitleye ulaşım sağlayabilmekte hem de kişileri kendine çekebilmektedir.

Bu özelliklerinin yanı sıra hız, basitlik, sadelik, kolay ulaşılabilirlik gibi özellikler İnstagram uygulamasının yayılmasını ve çok sayıda kullanıcıya ulaşmasını sağlamaktadır. Çeşitlilik de önemli unsurlardan bir tanesidir. Herhangi bir alanda bilgilenmek istiyorsak ya da ilgili olduğumu bir alanı takip etmek istiyorsak sınırsız sayıda sayfa bulunabilmektedir. Herhangi

bir konuya ilişkin “takip et” butonuna tıkladığı anda hemen altında o konuyla ilişkin kişi ve sayfalar art arda sıralanmaktadır.

İnternette alışverişin hızlandığı son yıllarda Instagram uygulaması reklam için çok önemli bir araç haline gelmiştir. Kurumlar, sayfalar, kişiler, sivil toplum kuruluşları gibi her türden reklam kullanıcıların sürekli karşısına çıkabilmektedir. Oluşturulan reklam imajları ya da videoları “hikâye”, “anasayfa ya da “keşfet” bölümünde sürekli olarak göz önünde bulunmaktadırlar. Görsellerin ve videoların çok hızlı bir şekilde aktığı bu ortamda reklamlar rahatlıkla gönderilerin arasına girebilmekte, gözden kaçmamaktadır.

Instagram uygulaması, görsel paylaşım platformu olarak öne çıkmaktadır. Burada görselle kastettiğimiz sadece bir fotoğraf ya da imaj değil, aynı zamanda hareketli görüntüdür de. Kısa video ve GiF paylaşımı içerik olarak Instagram uygulamasının büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Hızlı filtreler, kolay kesme, kolajlar yapma, üzerine yazılar, emojiler, ifadeler ekleyebilme gibi çeşitli işlemler sayesinde herkesin kolay bir şekilde paylaşım yapmasına olanak sağlamaktadır. Instagram uygulaması, görseller üzerinde hızlı ve pratik müdahalelerle, esprili ve anlık tepkilerin eklenmesi sayesinde birçok kişi tarafından etkili bir eğlence ve zaman geçirme aracı olarak kullanılmaktadır. Anlık eğlenceye hitap eden yönü, içerik çeşitliliği ve özgürlük hissi uyandırması nedeniyle de kullanıcıları gündelik hayattan soyutlayabilmektedir.

Anlık “hikâye ya da “story” paylaşma özelliği burada önemli bir araçtır. Yaratıcı birçok müdahale özelliği sayesinde “hikâye” alanı kullanıcıların etkin bir şekilde kullandığı bir alandır. Buraya yüklenen gönderiler 24

saatte ya da isteğe bağlı olarak daha kısa sürede ortadan kalktığı için kullanıcılara bir özgürlük hissi uyandırmaktadır. “Hikâye” alanı kullanıcıların her türden içeriği pratik bir şekilde oluşturabilmesine ve paylaşmasına olanak sağlamaktadır. Ses efektleri, renkli ve çeşitli yazı karakterleri, gönderi üzerinde çizim yapma özelliği, görüntü üzerine ses ekleme, dublaj, süsleme, kadraj, çerçeve, otomatik düzeltme, ışık gibi çeşitli özellikler mevcuttur. Bu özellikler kullanıcının ilgisini ve zamanını bu alana yönlendirmesine olanak sağlayabilmektedir. Beğenme, yorum yapma ve gönderiyi kendi profilinde paylaşma seçenekleri nedeniyle “bağlantılık” sağlanabilmektedir.

İnstagram’da ayrıca “Canlı yayın” özelliği mevcuttur. Bu özellik aracılığıyla içeriği oluşturan taraf ile izleyici arasında mesafeyi anlık olarak ortadan kalkmaktadır. Etkileşimin anlık geliştiği bu ortamda kullanıcılar etkinlik alanlarını, faaliyetlerini, düşüncelerini, çevresini izleyicileri ile paylaşabilme ve aynı anda izleyici de tepkisini burada yorum olarak dile getirebilmektedir. Bu özellik aynı zamanda bilginin, olayların, yorumların anlık olarak iletilebilmesine ve yayılmasına olanak sağlayabilmektedir.

Keşfet bölümü İnstagram’ın yine önemli özelliklerinden birisidir. Bu alanda kullanıcıların ilgi alanlarına, takip ettiği kişilerin beğenilerine ya da popüler olan gönderilere göre otomatik bir içerik sıralanmaktadır. Kullanıcıların daha önce bu alanda ilgili olduğu gönderilere benzer içerikler oluşturulmakta ve ilgi çekici bir alan haline gelmektedir. Bu sayede kullanıcılar daha farklı kişiler, gönderiler, içeriklerle

karşılaşabilmekte ya da kendisi de farklı kişi ya da topluluklar tarafından görünür olabilmektedir.

Görsel paylaşım platformu olarak İnstagram uygulaması kullanıcıların bakış açılarını, anlık küçük reflekslerini yansıtabildikleri bir pencere gibidir. Diğer taraftan farklı kişilere ve alanlara bu pencereden bakma ve keşfetme olanağı sunmaktadır. Kullanıcılara sağladığı gösterim alanı sayesinde, kişiler, kamusal alanda ifade edemediği, anlık duygulanışlarını da yansıtabilmektedirler. İnstagram uygulaması, gönderi oluşturma sıklığı ve geçirilen zamana bağlı olarak kullanıcılar belirli bakış açıları ve alışkanlıklar kazandırmaktadır. Dolayısıyla kullanıcılarda gündelik yaşamda bu alışkanlıklar ve bakış açılarına göre davranış ve düşünce biçimi geliştirebilmektedirler. Örneğin, alışkanlık olarak herhangi bir etkinliği ya da eylemi paylaşma isteği ve refleksi oluşturabilmektedir. Ya da herhangi bir görüntüye “bu tam İnstagramlık” şeklinde bakış açıları oluşturabilmektedir. Bu da herhangi bir görüntüyü ya da videoyu düzenleyerek İnstagram’da paylaşma eğilimi yaratmaktadır. İnstagram’ın düzenleme ve şekillendirme araçları olarak kendisini sürekli yenilemesi ve özellikler eklemesi de bu eğilimi canlı tutabilmektedir.

2. Sanatçı- İzleyici İlişkisinde İnstagram’ın Önemi ve Sanatçı İmajı

İnstagram uygulamasının içerik üretme, yayılma, paylaşma, izleme, araştırma, keşfetme gibi özellikleri kullanıcıları zamanla farklı amaçlarla kullanmaya teşvik etmiştir. İlk başlarda sadece bir sosyal medya uygulamasıyken zamanla profesyonel anlamda bir gösteri, gösteriş ve iş alanına dönüşmüş durumdadır. Şükrü Balcı, Enes Bal ve Özlem Delal’in

sosyal medya ile ilgili bir araştırmalarında bu konuya ayrıntılı bir açıklama getirmişlerdir:

“Araştırmacılar yeni iletişim teknolojileri kullanımı için sosyal etkileşim, zaman geçirme, kişisel statü, kolaylık, alışkanlık, ilişkiyi sürdürme, online iş görme, paylaşım, ekonomik fayda ve kişisel sunum gibi farklı motivasyon türleri belirlemişlerdir. (...) İnstagram’ın sosyal işlevi, kullanıcıların toplumla iletişim kurmasını ve onlarla etkileşime girmesini veya kaygı ve gerginliği gidermesini sağlamasıdır. Başka bir deyişle İnstagram, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı için kanıtlar sunmaktadır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımındaki tipik ihtiyaçlar bilgi, sosyalleşme, arkadaşlık, zaman geçirme, eğlence ve kaçış gibi geniş motivasyon türleridir.”(Balcı, Bal, ve Delal, 2019:958).

Motivasyon kavramı bu noktada önemli bir yere sahiptir. Sanatçının içerik üretme motivasyonu ve izleyicinin takip, ilgi, iletişim gibi motivasyonlar sanatçı izleyici ilişkisini ortaya koymamızda önemli faktörler olarak göze çarpmaktadır. İnstagram uygulaması önemli özellikleri nedeniyle sanat çevresinin etkin kullandığı bir ortam olarak öne çıkmaktadır. Sanatçılar dijital dünyanın gelişmesiyle birlikte eserlerini hem bu dünyada sergilemeye hem de dijital sanat kavramıyla eserler üretmeye başlamışlardır. Klasik sergileme anlayışının modern, postmodern ve çağdaş sanatla birlikte yıkılması, dijital çağda sanat üretimine ve sergileme anlayışına yeni özgürlükler getirmiştir.

“Sanat içinde bulunduğu toplumsal koşullardan etkilenmektedir. Sanatın kültürel ve toplumsal yaşamda oluşan değişimlerden etkilenmemesi düşünülemez. Her çağda sanat, o çağın temel özelliklerinin ve

gereksinimlerinin etkisiyle şekillenerek günümüze kadar farklı görünümlemlerle ve anlatım biçimleriyle varlığını sürdürmüştür. Aynı şekilde sanat yapıtlarını sergileyen, diğer bir deyişle insanlarla buluşturan, kültür ve sanat kurumları da dönemin koşullarına uygun araçlar vasıtasıyla bu eserlerin tanıtımını gerçekleştirmektedir.”(Kürkcü, 2014: 206).

Bu durumda sanat eseri ve izleyici ilişkisinde her geçen gün yeni arayışlar ve üretimler yapılmaktadır. Sosyal medyanın ve dijital ekranın sanatçı-izleyici ilişkisine en önemli katkılarından birisi sanat eserinin mekân ve zaman boyutundan koparılmasıdır. Bu sayede sanat eseri, mekân olarak dijital ekranda özgürleşirken bir taraftan da katmanlı bir mekân algısı yaratmaktadır. Bu katman, sanat eserinin nesnel olarak var olduğu bir mekân ve sonsuz sayıda çoğaltılıp paylaşılabilirdiği dijital ekran mekânıdır.

Burada Walter Benjamin’in ortaya attığı bazı kavramlara değinmek faydalı olacaktır. Benjamin, “*Teknik Olanaklarla Yeniden Üretilebildiği Çağda Sanat Yapıtı*” adlı makalesinde fotoğrafın yaygınlaşmasıyla birlikte sanat yapıtının teknik araçlarla yeniden üretilmesinden bahseder. Ona göre sanat yapıtı teknik olanaklarla yeniden üretilerek *aura*’sından kopartılmaktadır. Aura, sanat eserinin üretildiği ya da sergilendiği benzersiz ve tek varoluşla alakalıdır. Teknik yöntemlerle daha geniş kitlelere yayılma fırsatı bulan sanat eserinin hem özgürlüğü hem de demokratikleşmiştir. Daha önce sadece üst sınıfın, soyluların ve kilisenin hâkim olduğu izleme alanından çıkarak halka yani daha alt sınıflara yayılabilmıştır. Sanat eserinin biricikliği burada yerinden edilmiştir. Bu sayede geniş kitlelere yayılan sanat eseri belirli bir kurum ya da kitlenin hâkimiyetinden çıkarak demokratik bir yapı kazanmıştır. Bu

demokratikleşme yoluyla sanat eseri siyasallaşmıştır. Zamanla sanatın kavramsal olarak yapısı değişmiş ve temsil biçimlerinde önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Sanat eserinin demokratikleşmesi, din temelli temsil biçiminden kurtularak farklı düşünce biçimlerine yönelebmesinin yolunu açmıştır(Benjamin, 2007:50-86).

Walter Benjamin'in ortaya attığı bu kavramlardan yola çıkarak biz de sosyal medyanın sanat yapıtının teknik olanaklarla çoğalttığını ve onu "aura"sından uzaklaştırdığını iddia edebiliriz. Sanat eseri sadece sergilendiği alanda değil; dijital ekranla birlikte daha çok izleyiciye ulaşabildiği, sonsuz bir uzamda görünür olmaktadır.

Sanatçı, İnstagram ortamında paylaştığı bir sanat eserini farklı mekânlarda ve zamanda çok sayıda izleyici ile buluşturma imkânı bulmaktadır. Sergileme alanına gitme imkânı olmayan kişilere izleme şansı tanımaktadır. Sanat eserinin görme alanı olarak dijital bir ekranla sınırlandırıldığı bir gerçektir. Fakat İnstagram'ın farklı formatlarda çekim ve paylaşım özellikleri sayesinde algısal olarak bu süreci de yok sayabilmektedir. Özellikle Covid-19 döneminde zorunluklarla birlikte bu süreç algısal olarak minimuma indirgenebilmiştir. İzleyiciler İnstagram üzerinden yadırgamadan sanat eseri ve sanatçı takip edebilmektedir. Aynı şekilde sanatçı da eserlerini bu ortamda ayrıntılı olarak paylaşma, sergileme, sanat piyasasına sokma gibi amaçlarla paylaşım yapabilmektedirler. Tüm bu gelişmelerin ışığında sanat eserinin üretiminin süreci, yeri, zamanı ve nesnesi de yer değiştirmiştir. Sanat eserinin üretimi tercihe ve üretim tarzına bağlı olarak dijital bir ortamda daha hızlı, masrafsız ve herhangi bir nesneden bağımsız olarak üretilebilir

konuma gelmiştir. Bu sayede sanat eseri çok daha hızlı üretilmekte, gösterişli ve etkili bir imaj olabilmektedir.

Sanatın her şeyi içine alabildiği ve değiştirebildiği bu ortamda sanatı, teknolojik sanat çağı olarak adlandırabiliriz. Sanat eserinin toplumsal boyutu günümüzde dijital bir boyutta gerçekleşmektedir. Günümüzde dijital ortamda sanat ortamını takip etmeyen bir kişi bazı bilgi ve etkinliklerden uzak kalabilmektedir. Sergi duyurularının el broşürleri, reklam panoları, gazetelerde reklam verilerek duyurulduğu bir ortamdan, çoğunlukla dijital ortamda duyurulduğu bir çağda yaşamaktayız. Günümüzde kültür ve sanat kurumları düzenleyecekleri sanatsal etkinliklerin tanıtımını ve duyurulmasını Facebook, Twitter, Instagram, Google+, Youtube, Foursquare, Pinterest, Vimeo, Bloglar gibi sosyal medya araçları ile gerçekleştirmektedirler(Kürkçü, 2014: 206). Bu durum sanat ortamında yeni bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Öyle ki bir sanatçının sosyal medyada etkin olmadığı sürece tanınmadığı, sanat piyasasına giremediği bir ortamdan bahsedebiliriz.

Sosyal medyanın sanatı ve sanatçıyı şekillendirme gücü vardır. Çünkü sosyal medya günümüz toplumunda sosyolojik bir gerçektir ve kullanıcılar burada çok fazla zaman geçirmektedir. Günümüzde sosyal medyayı bir mekân olarak varsaymak gerekmektedir. Covid-19 salgını sürecinde kullanıcıların alternatif olarak ulaşabildiği tek mekân sosyal medya idi. Bu durumda sanatçı üretiminde mekânı da düşünmek durumundadır. Çünkü postmodernizmde, sanat nesnesinin tamamlayıcısı izleyicidir ve bu doğrultuda sanatçı izleyici ile sanat nesnesini

buluşturacağı mekânı da düşünmek durumundadır(Tomsuk ve Yücel, 2021:240).

Sanatçılar bu gerçeklik içerisinde çıkış yolu olarak sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanmaktadırlar. Fırat'a göre sanatçılar, çalışmalarını sanatseverlere ulaştırmak için İnstagram'a yönelmektedirler ve bu burası sanatçıların ve tasarımcıların kendilerini sergilediği bir uzam haline gelmiştir(Fırat, 2019:461).

Özellikle yeni ve genç sanatçıların başvurduğu yöntemlerden olan para karşılığı reklamların satın alınması kişinin kendisine yatırdığı bir sermayedir. Sanatçının kendini metalaştırması olarak tanımlayabileceğimiz bu davranış günümüz koşullarında zorunluluk olarak görünmektedir. Diğer taraftan sanat kurumları, galeriler ve şirketler bir sanatçıyı ya da eserini sermaye yatırarak öne çıkarma davranışları sergilemektedirler. Bu türden dolayı ya da direkt reklamlarla sanatçının kendisi ya da kurumlar sanat eserini ve sanatçıyı bir imaja dönüştürme eğilimi göstermektedir. Bu eğilim nedeniyle sanat, özellikle İnstagram'da bir metanın üretim ve tüketim döngüsüne benzer bir ilişkiye girmektedir.

İnstagram'da sanatçı-izleyici ilişkisi sanatın bir statüye, imaja dönüşmesine aracılık etmektedir. Sanatçı kendi benliğini sadece eserleriyle değil, yaşam biçimiyle de ortaya koymaktadır. Yediği, içtiği, gezdiği, bakış açılarını, sosyal çevresini yansıtarak bir yaşam biçimi imajı oluşturabilmektedir. İnstagram uygulaması bu imajın oluşturulmasında önemli bir role sahiptir. Daha fazla takipçiye sahip olmak, daha fazla kişi tarafından paylaşılacak demek sanatçının takip edilen, ilgilenilen bir sanatçı olduğu imajı yaratmaktadır. Dolayısıyla sanatçı da takipçi sayısını

artırmak için aktif olarak paylaşımlar yapmakta, yeni kişiler ve çevrelerle etkileşim içine girme eğilimi göstermektedir. İnstagram uygulamasını aktif kullanmak beraberinde belirli davranış biçimlerini doğurmaktadır. “hashtag” burada önemli bir detaydır, çünkü bu hashtag ile paylaşım yapanlar aynı ortamda görünebilir olmaktadır. Bu hashtag’a giren bir kişi bu alanda paylaşım yapan her gönderiyi görebilmektedir. Örneğin bir sanatçı sanat eserini üretirken belirli aralıklarla “details” hashtag’ile sanat eserinin aşamalarından bazı detaylar paylaşmaktadır. 04,01,2022 de İnstagram uygulaması üzerinden alınan son veriye göre “details” hashtag’inde toplam 34,600,000 paylaşım görünmektedir. “art” hashtag’inde 87600,000 gönderi, “artwork” hashtag’inde 160000,000 gönderi bulunmaktadır.

Bu Hashtagler aracılığıyla yapılan paylaşımlar yoluyla sanatçı daha fazla kişiye ve en önemlisi dünyanın farklı ülkelerinde farklı izleyici kitlesiyle buluşma şansı yakalamaktadır. Dolayısıyla dünyanın her tarafında milyonlarca insanın katılımıyla bir imgeler evreni, imgeler dünyasını ortaya çıkmaktadır. Bu imgelerin istenilen şekilde kopyalanması, çoğaltılması, istenilen değişikliklerin yapıp yeniden internette yayınlanması, sosyal medyada kitlelerin kullanımına açılması, daha önce hiç yaşanmamış süreçleri beraberinde getirmektedir(Çakır, 2014: 132).

Bu İmgeler dünyasında farklı bir imaja sahip olmak sanatçıların arzuladığı şeylerden birisi olmuştur. Bu ortamda sayısız imajların arasından dikkat çekici olmak, farklı olmak gibi arzular kendini göstermektedir. Sanat, sosyal medya ve İnstagram aracılığıyla popülerleşmiş durumdadır. Mutlu Erbay’a göre; günümüzde sanat, tüketilir ve popüler bir şeydir. Kesinlikle

tüketilmesi gereken bir şeydir(Erbay'dan aktaran Kürkcü, 2014:206). Dolayısıyla sanatçılar (çoğunlukla genç sanatçılar) bu popülerliğe ayak uydurmak için sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanma eğilimi göstermektedirler. Sosyal medya bir pazardır ve bu pazarda kullanıcılar tanıttıkları ürünün kendisi konumundadırlar(Sayar, 2016:121). Bu bağlamda, sanatçıların izleyiciler ile buluşma alanlarından biri haline gelen Instagram uygulamasının sanatçı-izleyici etkileşimindeki rolü, yeni nesil sanatçılardan Eser Gündüz ve Ali Elmacı'nın sosyal medya kullanımları bu durumu kanıtlar niteliktedir.

3. Yöntem

Bu araştırma, Instagram uygulaması ve sanatçı profilleri aracılığıyla içerik analizi yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Instagram uygulamasının ve sosyal medya kavramlarının tanımı çerçevesinde literatür taramasına başvurulmuştur.

Instagram uygulamasını kullanan sanatçılar ve kurumların paylaşım zamanları ve içerikleri 22.11.2021 ile 13.01.2022 tarihleri arasında incelenmiştir. Araştırmaya dahil olan iki sanatçının Instagram profilleri günlük olarak takip edilmiş, yeni ve eski paylaşımları dikkate alınmıştır.

4. Sanatçı Ali Elmacı ve Instagram Kullanımı

Sanatçı Ali Elmacı 1976 yılında Sinop'ta dünyaya gelmiştir. Elmacı 2010 yılında Mimar Sinan Güzel Sanatlar Fakültesi, Resim Bölümü'nden mezun olmuştur. 2007 yılından bu yana birçok karma sergide yer almış ve güncel sanat çevresinde önemli bir yer edinmiştir. Resimleri figüratiftir.

Ali Elmacı sosyal medyayı etkin bir şekilde kullandığı ve buradan beslendiği için bu çalışmaya dahil edilmiştir.

Resimlerini mizahi bir tarzla birlikte, insan ve hayvan figürlerini abartarak, psikolojik bir gerilim yükleyerek ortaya koymaktadır. Onun resimlerinde doğallık bozulur ve resimleriyle yeniden yapılandırılır. Doğalı yeniden yorumlayarak yapay ve çarpık bir doğallığa vurgu yapar. Resimlerinde ikili ilişkiler de bu doğallığın bir parçası olarak dikkat çekmektedir. Onun bu tavrı, insan ilişkilerini tamamen gösteri ve imaj üzerine kurulduğuna dair bir yorumdur. Sanatçı sosyal medyayı bir vitrin olarak kullanmaktadır. Sanatçı adeta sosyal medya ile kurulan gösteri ve imaj üzerine kurulu ilişkilere dikkat çekmektedir.

“Üretimime en çok etki edenin, bir araç olarak yazılı ve görsel medya olduğunu söyleyebilirim. Sürekli değişen Türkiye gündemi, gazeteler ve haber bültenleri bana inanılmaz malzemeler sunuyor. Medya ve Türkiye gündeminden biriktirdiklerimle çalışmalarına yön veriyorum. (...) Renkli, içinde şiddetin ve cinayetin eksik olmadığı, her daim absürtlükler barındıran, mizahı da eksik olmayan bir ana haber bülteni olarak tanımlayabilirim.” (Uysal, 2012).

Sanatçı, görsel medyanın sunduğu ile gerçeğin mesafesine dikkat çekmektedir. Ona göre medyada gösterilen ile bizim algılarımız üzerinde oyunlar oynamaktadır ve medya ve kurumlar aracılığıyla sürekli izlenmekteyizdir. Bu rahatsızlığımı ise figürlerinin bakışlarını izleyicinin gözlerinin içine çevirerek vermektedir. Elmacı “medyadan ve medyanın kendi çerçevesinde yarattığı politikadan” ilham aldığını belirtmektedir. Sanatçının resimlerine uzaktan bakınca renkli ve canlı, neşeli, mutlu

resimlermiş gibi görünmektedir. Fakat yaklaştıkça, detaya indikçe rahatsız edicidir. Bunun nedeni ise medyanın olayları ve durumları gösteriş şekli ile gerçek arasındaki uçurumdan kaynaklanmaktadır(Uysal, 2012).

Ali Elmacı resimlerindeki absürt içeriklerle sisteme ve ikili ilişkilere de atıfta bulunmaktadır. Kurduğu kompozisyonlara dahil ettiği imajlar ile farklılık yaratmaktadır. Sapkın olan toplumsal ilişkiler, şizofreni, delilik gibi kavramları akla getiren Elmacı, resimlerine koyduğu isimlerle de farklılık yaratmaktadır. “İsim, o yapıtı taşımalı. İpucu vermeli, çekici kılmalı. Üzerinde çalıştığım şeyi isimlendiriyorum, böylece bir mizah oluyor içinde; güldürüyor da düşündürüyor da. (...) Sakın Bana Dokunma, Yaralarımın Yaşıyorum, Ölülerin Eliyle Sev Beni, Herkes Babasını Taşır, Onu Öldürdün Beni Güldür, Miras Babadan Oğula Geçer...” (Hiçdurmaz, 2012)

“Elmacı, eserlerinde iktidar, medya, güç, toplumsal kalıplar, popüler kültür eleştirisi yapmaktadır. Gerek toplumsal gerekse kişisel durumları izleyiciye çarpıcı bir yorumla sunarken, yapıtları karikatürize ediyor. Kendi deyimiyle ‘çirkinin resmettiği’ yapıtları dramatik bir ironi ile yüklüdür.” (<https://www.pilevneli.com/tr/artists/38-ali-elmaci/overview/>)

Sanatçı'nın çalışmalarına dahil ettiği konular modern dünyanın görünümleridir. Modern dünyada her şey sahte ve yapay görünmektedir. Görsel medya bu yapaylığın en önemli sebeplerinden birisidir. Dolayısıyla sanatçının eserlerindeki çiçekler, doğa, hayvanlar yapay ve yüzeyseldir. İlişkilerde, duygularda yapaylık vurgulanır.

Buradan hareketle Ali Elmacı'nın sosyal medya uygulamasını hem bir vitrin olarak kullandığını hem de bu vitrinin onun sanatçı kişiliğini oluşturduğunu belirtebiliriz. Dolayısıyla, güncel olan, yeni olan onun çalışmalarını dahil olabilmektedir.

Ali Elmacı İnstagram'da her gün paylaşım yapmakta ve paylaşımlarının çoğunu “Hikaye” kısmında yapmaktadır. Profilinde 1.354 gönderi bulunan Elmacı'nın paylaşımları büyük oranda eserlerine ayrılmıştır. Eserlerinin açıklama kısmına farklı etiketler ekleyerek farklı mecralarda görünmesine ve daha fazla izleyiciye ulaşılmasını sağlamıştır. Elmacı, “Sakın Bana Dokunma” adlı çalışmasına eklediği “hashtag” ler şunlardır:

#contemporaryart #alielmaci #art #drawing #artist #artstudio #painting #artgallery #arttoday #paintingday #paint #color #instagood #figurativepaintingtoday #contemporaryart #arttoday #instartist #instawork #artnews mag #creativecolors #artshowroom #art #artist #finearts #instaart #sculptureoftheday #emoji #emojiart

Sanatçı son zamanlarda oldukça popüler olan NFT alanı ile de ilgilenmekte ve bu alanda da üretim de yapmaktadır. Ürettiği NFT'leri dijital ortamda satışa sunmaktadır. İnstagram'da paylaştığı “Boynuzlarım Yumuşak, Kalbim Sert” adlı NFT'nin açıklama kısmına ise şu “hashtag”leri eklemiştir:

#alielmaci #pilevneligallery #istanbul #contemporaryart #alielmaci #art #artist #artstudio #painting #contemporaryart #arttoday #instartist #instawork #art #artist #finearts #instaart #sculptureoftheday #nft #nftart #nftcollector #nftartist #nft

Fındıklı ve Saygın'a göre "İngilizce adıyla (N)on (F)ungible (T)okens diye adlandırılan NFT "yeri doldurulamaz jetonlar" anlamına gelmektedir. NFT'ler dijital sanat eserlerini ve koleksiyon ürünlerini tescil edebilir ve satılabilir varlıklar haline getiren dijital sertifikalardır. NFT'ler de aynı sanat eserleri gibi tek ve eşsizdir, değiştirilemez, yeri doldurulamaz, dünyada hiçbir NFT bir diğeri ile aynı olamaz." (Fındıklı ve Saygın 2021:1454).

Sanatçı, paylaşım yaptığı gönderinin yakın olduğu alanlara göre "hashtag" ler ekleyerek bu alanda arama yapan kullanıcılara ulaşmak istemektedir.

5. Emre Yusufi ve Instagram Kullanımı

19.01.0981 İstanbul doğumlu Türk grafik tasarımcı, heykel sanatçısı Emre Yusufi Floransa'daki Academia İtaliana Güzel Sanatlar Okulu'ndan mezundur. Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Sanatlar Bölümünden mezun oldu ve yüksek lisansını Yeditepe Üniversitesi Görsel İletişim Tasarımı ve Grafik Sanatlar Bölümünde yapmıştır. Buradan mezun olduktan sonra beş yıl bir reklam ajansının baş sanat yönetmeni olarak çalışmıştır. Uluslararası sanat fuarlarına, müze gezilerine katılmış ve kişisel sergiler açmıştır. Eserleri dünyanın çeşitli ülkelerinde sergilenmekte ve önemli sanat koleksiyonlarında yer almaktadır. Son zamanlarda Hercules adlı özel serisiyle Herkül'ü günlük modern hayata çağdaş bir biçim kazandırarak yeniden dahil etmiştir (<https://www.emreyusufi.com>).

Yusufi'nin eserleri Türkiye'nin önde gelen isimleri tarafından satın alınmış ve tanınmıştır. Eserlerini modern gündelik yaşamımızda çokça

göz önünde olan imajlarla kurgulamaktadır. “Herkül” ile ünlü markaları bir araya getiren Yusufi, toplumun birçok kesiminin ve en önemlisi sosyal medyanın oldukça ilgisini çekmiştir. Ürettiği eserler ile sanatın çok içinde olmayan çevrelerin dahi dikkatini çekmeyi başarmıştır.

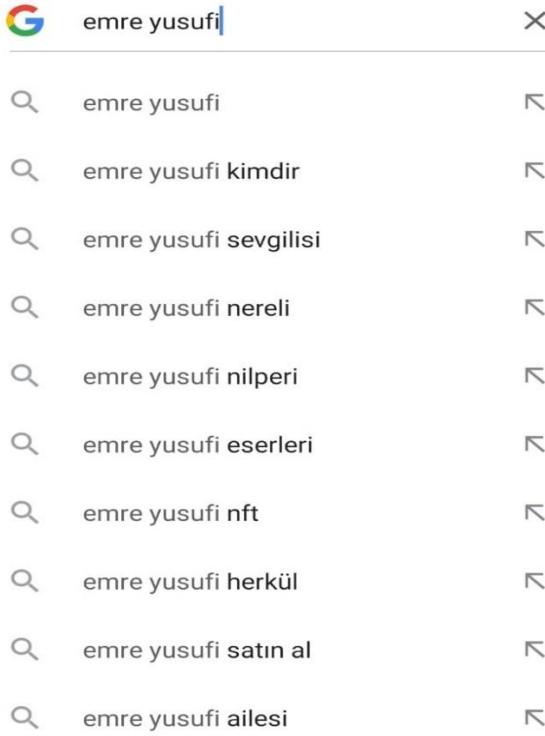
Emre Yusufi'nin çalışmamıza dahil olmasındaki en önemli etken son yıllarda medyada ve sosyal medyada popüler olmasıdır. Yusufi'nin eserlerinin yüksek meblağlarla satılması, magazine konu olması, ünlü kişilerle olan ilişkisi neticesinde sosyal medya kullanımını da dikkat çekmektedir.

Emre Yusufi heykel çalışmalarını üç “3D Printer” kullanarak üretmektedir. Ortaya çıkaracağı eserleri önce dijital ortamda tasarladığını söyleyen Yusufi, çalışmalarını NFT haline getirdiğini de belirtmektedir. Çalışmalarını güncel dijital teknolojilerden faydalanarak ve Bologna ve Floransa’da kurduğu bir ekip ile birlikte üretmektedir.

Yusufi, başarısının annesi sayesinde olduğunu belirtmiştir. Çünkü annesi uluslararası çalışan bir küratördür. Yusufi'nin sözcükleriyle “annem de koleksiyonlarımı uluslararası ortamlarda sergiledi.”(Demir, 2017). Anlaşılacağı üzere sanatçının tanınmasına ve çalışma biçimine annesi de önemli ölçüde yön vermiştir.

Yusufi'nin sanatçı profilinin henüz erken yaşlarda olarak oluşmaya başladığını ve bu oluşumda ailesinin ve yaşadığı çevrenin önemli bir katkısı olduğu görülmektedir. Fakat sosyal medyada popüler olması farklı magazinsel bir süreç olarak işlemektedir. Türkiye'nin ünlü komedyenlerinden Cem Yılmaz'ın Yusufi'nin bir eserini satın alma kararı alması ve ardından vazgeçtiği yönünde haberler medyada çokça yer

almıştır. Google arama motoruna Emre Yusufi yazıldığında farklı haber kanalları tarafından bu habere yer verildiği görülebilmektedir. Bu arama sonucunda göze çarpan başka bir detay ise Yusufi'nin “Yasak Elma'ya veda eden Gülperi Şahinkaya'nın sevgilisi kim” gibi haberleridir. Görsel 1'de de görüleceği üzere Google arama çubuğuna Emre Yusufi yazıldığında en üstlerde olanlardan birisi de “Emre Yusufi sevgilisi”dir.



Görsel 1: Google arama çubuğu

Yusufi, şu anki durumunu kendisi de “başarıdan öte popülerite” olarak tanımlamaktadır.

Günümüzde artık beğeniler üzerinden, tamamen bir ‘like’ dünyasında yaşıyoruz. Hepimiz birer sosyal varlık, bir meta olduk. Kendimizin dışında dijital başka bir yansımamız var. ‘Ben yaparım, karşımdakinin düşüncesi umurumda olmaz’ tavrını pembe bir yalan gibi görüyorum. Sonuçta üretilip sunuyorsunuz; bunu belli bir hedef kitleye karşı yapıyorsunuz. Benim eserlerime kendini yakın hisseden de vardır, ‘Bu ne biçim iş’ diyen de. Hedef kitlemi de yaptığım işler belirliyor. İşlerimi bu kitlenin seveceği doğrultuda yapmak bana çok yanlış gelmiyor(Taylan, 2021).

Yusufi, güncel ve popüler olanı özümsemektedir. Ona göre Contemporary İstanbul’da eserlere bakarken “selfy” çekenlerle dalga geçmek yerine, bu yeni ilişki biçimi ile sanatı bir arada düşünmek gerektiğini vurgulamaktadır. Her yaşta insana hitap edebildiğini belirten Yusufi, “Bir kere çocukların bir şeyi seviyor olması demek, ailelerinin de sevmesi demek. Bu çok önemli” demektedir. Yusufi sanat üretimini hedef kitleye, alınıp satılabilmesine yönelik gerçekleştirmektedir. Kendisinin hem grafikçi olması hem de pazarlama yeteneğinin olması nedeniyle bu konuda başarılıdır(Demir, 2017).

Yusufi “selfy” çeken “Herkül” le birlikte sosyal medyada daha çok paylaşılan birisi haline geldi. Sanatçı bu çalışma ile birlikte özel bir telefon şirketi ile sponsorluk anlaşması imzalamıştır. Bu eserle Yusufi, mitoloji ile günümüzde herkes tarafından gerçekleştirilen bir eylemi çarpıştırarak etkili bir imaj üretmiştir. Sosyal medyada hızlıca beğeni ve ilgi toplayan gönderiler çok hızlı bir şekilde yayılmaktadır. Bu sayede sanatçı çok hızlı bir şekilde popülarite kazanmıştır.

Emre Yusufi, yeni nesil bir sanatçı olarak, popüler olanla ilgilenmekte ve Instagram uygulamasını etkin bir şekilde kullanmaktadır. Sosyal medyada popüler olmasının nedeni, akılda kalıcılığı, dikkat çekici, toplumun her kesiminden insanların dikkati çekebilecek eserler üretmesinden kaynaklanmaktadır. Bu özellikleri nedeniyle dikkat çekici olan Yusufi, farklı kişi ve kurumların da dikkatini çekmeyi başarmıştır. Bazı giyim, takı, bankacılık gibi sektörlerle reklam anlaşması yaparak Instagram sayfasında bu reklamların paylaşımını gerçekleştirmiştir.

Yusufi, Instagram uygulaması üzerinden neredeyse her gün paylaşım yapmaktadır. “Hikaye” kısmında ise başkalarının kendisi hakkındaki paylaşımlarına yer vermektedir. Paylaşımlarının açıklama kısmına “hashtag”ler ekleyerek görünürlüğünü artırmaktadır. Yusufi eserlerini özellikle satışa dahil etmek için Instagram uygulamasını minimal bir şekilde vitrin olarak kullanmaktadır. Kişisel hayatından paylaşımlar “hikaye” kısmından paylaşılmaktadır. Sanatçı aynı zamanda NFT alanını da etkin kullanmakta ve buradan satışlar yapmaktadır. Bazı ünlü isimlerle NFT projeleri yapmaktadır.

SONUÇ

Sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanan Ali Elmacı ve Emre Yusufi, dijital teknolojileri ve gelişmeleri takip etmekte ve etkin bir şekilde kullanmaktadırlar. Buradan hareketle sanatçıların dolayısıyla da sanatın içinde bulunduğu toplumsal koşullardan etkilendiğini söyleyebiliriz. Sanatın toplumsal ve bilimsel gelişmelerden, gündelik yaşamdan etkilenmesi, sanatçıların bu gelişmelerden faydalanarak yeni üretim biçimleri, araçları ve sergileme anlayışı üretmelerinden kaynaklanmaktadır.

Tarihi gelişmelerin, dönemlerin her diliminde sanatın da ifade biçimini değiştirdiği gözlenmektedir. Bu durumda sanat, sanatçılar aracılığıyla gündelik yaşamdan doneler toplamakta ve o yaşam biçimine yeni yorumlar getirerek temsil biçimini hiç durmadan değiştirebilmektedir. İnsanların sanatla ve nesneyle etkileşim biçiminin değişmesi, görme ve düşünce biçimlerinin değişmesine olanak tanımlamaktadır. Günümüzde toplumun çoğunluğu sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanmakta, NFT ile ilgilenmekte ve yeni teknolojik gelişmeleri takip etmektedir.

Günümüz koşulları yeni gelişmeleri, güncel olayları takip etmeyi gerektirmektedir. Sosyal medyadan maddi gelir elde edilebildiği, iş olanaklarının olduğu düşünülürse bu bilgilerin güncelliği yeni nesil bireyler için önem arz etmektedir. Özellikle yeni nesil sanatçıların, bu ortamdan uzak kalması zor görünmektedir. Sosyal medya vitrinini etkin kullanamayan sanatçıların, tanınmış galerilerin desteği olmadan herhangi bir popülerlik kazanması mümkün görünmemektedir.

Sosyal medya aracılığıyla sanatçılar dünyanın her noktasından görünür olma fırsatı yakalamakta ve daha fazla seyirci ve alıcıya ulaşabilmektedir. Sanatçılar bu fırsatlar neticesinde sosyal medyayı daha etkin bir şekilde kullanmaya başlamışlar ve her geçen gün bu ortamda aktif olan sanatçı sayısı artmaktadır. Günümüzde internetin yükselişi ve küreselleşme gibi gelişmelerle sanat piyasaları, birbirine bağlı, teknoloji odaklı ve eklektik hale gelmiştir. Postmodern pazarlamada da ifade edilen etkileşimin çok yönlülüğü sanat pazarlarında da yaşanmaktadır.

Sanatçıların “sosyal etkileşim, zaman geçirme, kişisel statü, kolaylık, alışkanlık, ilişkiyi sürdürme, online iş görme, ekonomik fayda ve kişisel sunum” gibi motivasyon türlerinden faydalandıkları gözlenmektedir (Balcı, Bal, ve Delal, 2019:958).

KAYNAKÇA

- Balcı, Ş., Bal, E. ve Delal, Ö. (2019). *Instagram Kullanım Alışkanlıkları ve Motivasyonları ile Narsisizm Arasındaki İlişki Üzerine Bir İnceleme*: Selçuk Üniversitesi Öğrencileri Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6 (2), 955-974.
- Benjamim, W. (2007). *Pasajlar*, (Çev. Ahmet Cemal, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Çakır, M. (2014). *Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü*, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Demir, T. (2017, 19 Aralık). Cem Yılmaz'ın heykelimi almama sebebi para değildi, Erişim Adresi: <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/tulay-demir/cem-yilmazin-heykelimi-almama-sebebi-para-degildi-40682021>
- Elmacı, A., Erişim Adresi: <https://www.pilevneli.com/tr/artists/38-ali-elmaci/overview/>
- Fırat, M. (2019). *Sosyal Medyanın Yeni Nesil Sanatçılara Etkisi*. *ulakbilge*, 37 (2019 Haziran): s. 460–483.
- Hiçdurmaz, G. (2012, 21 Ekim). Ateşle korunulmaz ki, Erişim Adresi: [https://www.artxist.com/Content/Basinda/041020141153305462_ybkupur%20\(3\).pdf](https://www.artxist.com/Content/Basinda/041020141153305462_ybkupur%20(3).pdf)
- Kara, Ö. (2014, 1 Aralık). Tekinsizin Resmini Yapıyorum, Erişim Adresi: https://www.artxist.com/Content/Basinda/3122014105544milliyet%20sanat_ali%20elmaci_2014.pdf
- Kılıç, L. (2008) *Fotoğraf ve Sinemanın Toplumsal Tarihi*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Kuzucanlı, G. (2019). *Suriyeli Sığınmacıların, Sosyal Entegrasyon Sürecinde Sosyal Medya Araçlarını Kullanım Alışkanlıkları: Şanlıurfa Örneği*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Küçükşaraç, H., (2018) *Marka Kişiliklerinin Instagram Aracılığıyla Sunumu: İçecek Markaları Üzerine Analiz*, İletişim ve Bilişim Teknolojileri Özel Sayı, 2018, 9, 35
- Kürkçü, D., (2014, 4-7 Kasım) *Sosyal Medyada Kültür ve Sanat Kurumları Bağlamında Bir İçerik Analizi*, Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Sanatı Yönetmek Sempozyumu, 205-213
- Sayar, K. & Yalaz, B. (2016). *Sanal aşk: İnternet Çağında Aşk ve İstirap*, İstanbul: Kapı Yayınları.

- Saygın, E.P., & Fındıklı, S. (2021). Tuvalden tuşa: sanat pazarındaki dijital dönüşümde NFT'lerin rolü, *bmiij*, 9(4): 1452-1466, doi: <https://doi.org/10.15295/bmiij.v9i4.1930>
- Şentürk, Z. A., Tos, O. (2021). *Sosyal Medyada Simülasyon Pazarlamasının Göstergeleri: Facebook Uygulamalarına Yönelik Üzerine Göstergelimsel Analiz*, Selçuk İletişim Dergisi, 2021, 14(4): 1605-1640,
- Tomsuk, E., Yücel, B. (2021). "Günümüz Sanatında Değişen Galeri Ortamı Bağlamında Mekân-Doğa Etkileşimi". *Sanat Dergisi*, (37), 239-261.
- Taylan, U. (2021, 13 Kasım). Emre Yusufi: Her sanatçının bir üslubu var, benimki de bu sakallı bey, Erişim Adresi: <https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/hurriyet-cumartesi/emre-yusufi-her-sanatcinin-bir-uslubu-var-benimki-de-bu-sakalli-bey-41938136>
- Uysal, E. (2012, 1 Kasım). Korkusuzca Resmetmek, Erişim Adresi: https://www.artxist.com/Content/Basinda/041020141146421672_ybkupur.pdf
- Vural, B. A. (2010) Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesine Yönelik Bir Araştırma, *Journal Of Yaşar University*, 20(5) 3348-3382
- Yusufi, E., Erişim Adresi: (<https://www.emreyusufi.com>)
- Görsel 1: Google: Emre Yusufi: Erişim Adresi: <https://www.google.com/search?q=emre+yusufi&oq=emre+yusufi&aqs=chrome..69i57j69i60.4288j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

BÖLÜM 17

EĞİTİM DÜZEYLERİNE GÖRE E-TİCARET ÜZERİNDEN PERAKENDE MAL VE HİZMET ALMA EĞİLİMİ: MULTİNOMİAL LOGİT MODEL ANALİZİ

Dr. Öğr. Üyesi Zerife YILDIRIM¹

¹ Harran Üniversitesi, İİBF, Ekonometri Bölümü, Osmanbey Kampüsü-Şanlıurfa,/Türkiye, zerifeyildirim@gmail.com, zerifeyildirim@harran.edu.tr, Orcid: 0000-0002-2478-2823.

GİRİŞ

İnternet teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin hızı tüm dünyada pek çok sektör için iş yapma modellerini kökten değiştiren bir hal alırken, artan dijitalleşme eğilimi tüketici alışkanlıklarını da yeniden şekillendirerek mal ve hizmet alımında elektronik ticaretin yaygınlaşmasını sağlamıştır. E-ticaret hızla büyürken, ticaretin işleyişi de farklılaşmaya başlamıştır. Türkiye’de 2018 yılında 59,9 milyar TL olan e-ticaret büyüklüğü 2019 yılında %39 oranında bir artış ile 83,1 milyar TL hacmine ulaşmıştır. Tüketicilerin 2016 yılında %16,6’sı internet üzerinden alışveriş yaparken 2020 yılında bu oran %36,5’e yükselmiştir(TÜİK, 2020). Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de yaşanan COVID-19 salgını bu değişimleri ve büyümeyi hızlandıran bir katalizör görevi görerek e-ticaret üzerinden mal ve hizmet alımını hızla arttırmıştır(Rekabet Kurumu, 2019).

Demografik faktörler de e-ticaret rakamlarına doğrudan ve dolaylı olarak etki etmekte, kalabalık nüfus erişilebilir mevcut ve potansiyel müşteri sayısı anlamına gelmektedir. E-ticaret her ne kadar sınır ötesi işlemlere izin verse de tüketiciler dil, uygunluk, teslimat ve hız gibi konular nedeniyle ülkelerindeki yerleşik işletmeleri daha çok tercih etmektedirler. Ayrıca genç nüfusa sahip ülkelerde yeni teknoloji adaptasyonu ve bu teknolojilerin kullanım oranı daha yaşlı nüfusa sahip ülkelere oranla fazla olduğu için yeni gelişmelere adaptasyon süreci de hızla aşılmaktadır(TÜSİAD, 2021). Çalışmamızda, Türkiye İstatistik Kurumu(TÜİK) tarafından yapılan Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Araştırması(HBTA) 2020 yılı mikro veri seti kullanılarak, hanehalkı

bazında e-ticaret üzerinden mal ve hizmet alım sıklığı Türkiye İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması(İBBS) Düzey-1'e göre 12(on iki) bölge için yapılarak incelenmektedir. Ekonometrik yöntem olarak Tesadüfi Fayda Modellerine dayalı Nitel Tercih Yöntemlerinden Multinomial Logit Model kullanılmaktadır. Çok durumlu logit modele göre e-ticaret üzerinden mal ve hizmet alım sıklığı; en az üç ayda bir, üç ay ile bir yıl arasında bir, bir yılı aşkın bir sürede bir ve hiç kullanmıyor şeklinde olmak üzere tüketicinin fayda maksimizasyonuna göre dört tercih üzerinden belirlenmiştir. Analizlerde on iki bölge düzeyinde e-ticaret kullanım karşılaştırması, çok durumlu logit modelde belirtilen sıklık düzeyleri üzerinden açıklanacaktır. Ayrıca modelde demografik değişkenler ve hanehalkı özelliklerine dayalı değişkenler de bu tercihleri şekillendirici nitelikte yer almaktadır.

I. TEORİK ÇERÇEVE

Yaşamın her alanında kullanımı yaygınlaşan ve hızla gelişen dijital teknolojik olanaklar yaşamı kolaylaştırdığı kadar, teknolojik bağımlılığı da arttırmaktadır. E-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı tüketici taleplerine göre şekillenirken, kullanımı da çok hızlı yaygınlaşmaktadır. Bu tercihlerin yönü ve bunu etkileyen unsurlar fayda modelleri yardımıyla incelenmektedir. Karar vericilerin seçim sürecinde yaptıkları tercihler mevcut tüm alternatifleri inceleyerek fayda düzeyi en yüksek olan alternatifi göz önünde bulundurarak tercih yaptıkları varsayılmaktadır. Bu nedenle bireylerin tercihleri tesadüfi fayda teorisine dayanmaktadır(Carrasco ve Ortuzar, 2002: 200).

A. TESADÜFİ FAYDA MODELLERİ

Tesadüfi fayda teorisi, karar verici için alternatif seçenekler arasında kendisine en yüksek faydayı sağlayacak tercihi yapma yeteneğine sahip olma varsayımına dayanmaktadır. Tesadüfi fayda modelleri gözlenen özellikleri temsil eden deterministik ve gözlemlenemeyen özellikleri temsil eden stokastik kısımlardan oluşmaktadır(Hensher, John, William, 2005: 62).

Karar verici n , J alternatif arasından yapacağı tercihle, her bir alternatiften seçiminde belli düzeyde fayda sağlayacaktır. Karar verici n' in j alternatifinden elde edeceği fayda U_{nj} , $j = 1, \dots, J$, ile gösterilmek üzere, karar verici en fazla faydayı sağlayacağı alternatifi seçecektir. Karar verici, $U_{ni} \succ U_{nj} (\forall j \neq i)$ olduğu durumda kendisine daha yüksek faydayı sağlayan i alternatifini seçecektir(McFadden, 1973: 108). Araştırmacı karar vericinin karşılaştığı alternatiflerin özelliklerini, x_{nj} ($\forall j$) ve karar vericinin bazı karakteristiklerini s_n , gözlemleyebilmektedir. Araştırmacı gözlemlenen bu faktörlerle ilişkili bir fonksiyon tanımlayarak karar vericinin faydasını tahmin eder(Koning ve Ridder, 2003: 2):

$V_{nj} = V(x_{nj}, s_n)$ Bu fonksiyon vekil fayda olarak adlandırılmaktadır.

$V_{nj} \neq U_{nj}$ şartları altında araştırmacının gözlemleyemediği ya da gözlemlemediği fayda durumu söz konusu iken fayda;

$$U_{nj} = V_{nj} + \varepsilon_{nj} \quad (1)$$

şeklinde yazılabilmektedir. V_{nj} , n karar verici için j alternatifinin fayda düzeyini göstermektedir. V_{nj} , açıklayıcı değişkenlerin ve parametrelerin deterministik bir fonksiyonudur. ε_{nj} ise modelin stokastik kısmını temsil etmektedir (McFadden, 1984: 1412). ε_{nj} 'nin dağılımı gibi karakteristikleri de V_{nj} 'nin spesifikasyonuna bağlıdır (Train, 2003: 18-20).

1. Multinomial Logit Model

Multinomial Logit Model (MNL) veya diğer adıyla Çok Durumlu Logit Model tesadüfi fayda modeline dayanan ve sıralı olmayan tercihler için ikiden fazla alternatif arasından seçime dayalı nitel tercih modelleridir. MNL, $J \geq 3$ olmak üzere, J adet tercihi ele almak amacıyla tasarlanmıştır. MNL'ye göre m . tercihin i . birey tarafından seçilme olasılığı aşağıda denklem (2)'de verilmiştir (Davidson ve MacKinnon, 1999: 460)

$$P(Y_i = m | x_i) = \frac{\exp(x_i \beta_m)}{1 + \sum_{j=2}^J \exp(x_i \beta_j)} \quad m > 1 \quad \beta_1 = 0 \quad (2)$$

Y_i , i 'nci birey için bağımlı değişken vektörü, X_i bağımsız değişken vektörüdür. X_i , bireyin tercihlere göre değişmeyen karakteristiklerini temsil etmektedir. β_j , j alternatifinin seçilme olasılığına bağımsız

değişken vektörünün katkısını ölçerken, β_m de m alternatifinin tercihinde bağımsız değişken vektörünün katkısını ölçmektedir. Tahminlenen eşitlikler, X_i karakteristikleri ile bir karar verici için J adet seçimin olasılık setinin elde edilmesini sağlamaktadır. MNLM' nin tahminlenmesinde en yüksek olabilirlik yöntemi kullanılmaktadır (Güneş, Üçdoğruk Birecikli ve Yıldırım, 2017: 128-129).

Bağımlı değişkeni ordinal olmayan modellerde çok durumlu logit model(MNLM) tercih edilmektedir(Yıldırım, 2020: 101). MNLM' in kullanımında iki önemli varsayımın sağlanması gerekmektedir. Birinci unsur hata terimlerinin Gumbell dağılımına sahip olması, diğer unsur ise hata terimlerinin bağımsız olduğu varsayımdır. Bu iki unsur bir arada değerlendirildiğinde MNLM' nin en önemli kısıtı olarak İlişkisiz Alternatiflerin Bağımsızlığı (IIA) varsayımı ortaya çıkmaktadır.

2. İlişkisiz Alternatiflerin Bağımsızlığı (IIA) Varsayımı

IIA varsayımına göre herhangi iki alternatifin tercih edilme olasılıklarının birbirine oranı, tercih kümesinde başka alternatifler bulunup bulunmamasından bağımsızdır. Belirli bir durumda IIA varsayımının sağlanıp sağlanmadığı deneysel bir sorudur ve istatistiksel inceleme yapılması gerekmektedir.

IIA varsayımı Hausman ve McFadden(1984) tarafından önerilen Hausman-tipi IIA test istatistiği ile test edilerek araştırılmaktadır. Hausman-tipi IIA testi için temel hipotez yani H_0 hipotezi alternatifler birbirinden bağımsızdır ve modelde yer alan iki tercih alternatifinin

oluşturduğu fark oranı, diğer bir tercih alternatifinin varlığından veya yokluğundan bağımsızdır, yani IIA varsayımı geçerli olduğu şeklindedir. Test istatistiği aşağıda denklem (3)'de verilmiştir:

$$\chi^2 = (\hat{\beta}_s - \hat{\beta}_f)' [\hat{V}_s - \hat{V}_f]^{-1} (\hat{\beta}_s - \hat{\beta}_f) \quad (3)$$

istatistiğe göre s ; sınırlandırılmış kümeye dayalı tahminleri, f de tüm tercihler kümesine dayalı tahminleri temsil etmektedir. İstatistik, k serbestlik dereceli sınırlı χ^2 dağılımı göstermektedir(McFadden, 1984: 1417-1418).

II. UYGULAMA

Bu çalışma, Türkiye İstatistik Kurumu(TÜİK) tarafından yapılan Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Araştırması(HBTA) 2020 yılına ait veri seti ile gerçekleştirilmiştir. HBTA-2020 yılı veri seti Türkiye için 12(on iki) bölge sınıflaması dikkate alınarak oluşturulmuştur.

E-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alım sıklığı ekonometrik modelin bağımlı değişkeni olup 4(dört) alternatif seçimi ile tüketici maksimizasyonu şeklinde sıralı olmayan nominal tercihler araştırılmıştır.

A. BULGULAR

Aşağıda verilen Tablo 1'de bağımlı değişken “e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alım sıklığı”na ait bilgiler incelendiğinde en

az üç ayda bir e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapmak %29, üç ay ile bir yıl arasında en az bir defa e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapmak %11, bir yılı aşkın bir sürede e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapmak %5 ve e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapmama durumu ise %55 oran olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 1. E-Ticaret Üzerinden Perakende Mal ve Hizmet Alım Sıklığı

Sıklık	Frekans	Yüzde	Kümülatif Frekans
En az üç ayda bir	7208	29	7208
Üç ay ile bir yıl arasında	2712	11	9920
Bir yılı aşkın bir sürede	1179	5	11099
Hiç almıyor	13855	55	24954
Toplam		100.00	

Aşağıda Tablo 2’ de tanımlayıcı istatistikler verilmiştir. Çalışmada eğitim düzeylerinin e-ticaret yoluyla perakende mal ve hizmet alım sıklığına olan etkisi araştırılmaktadır. Bu nedenle cinsiyet dışında demografik değişkenler ve hanehalkı özelliklerini veren diğer değişkenler çalışmaya dahil edilmemiştir. Bağımsız değişken değerleri incelendiğinde cinsiyet değişkeni için toplamın %50 ’sini erkekler, %50 ’sini kadınlar oluşturmaktadır. Araştırmanın temel unsuru olan eğitim değişkenine dair tanımlayıcı istatistiklerde; her hangi bir okul bitirmemiş olmak %11, ilkokul düzeyinde olmak %31, ortaokul düzeyi %19, lise düzeyi %21, lisans ve ön lisans düzeyinde olmak %3, yüksek lisans düzeyinde olmak %5 ve son olarak doktora düzeyinde olmak %11’lik bir orandadır. İBBS_düzye-I için modelde yer alan 12(on iki)

bölgeye dair tanımlayıcı istatistikler ise; TR1 bölgesi %13, TR2 bölgesi %6, TR3 bölgesi %9, TR4 bölgesi %10, TR5 bölgesi %9, TR6 bölgesi %10, TR7 bölgesi %6, TR8 bölgesi %6, TR9 bölgesi %6, TRA bölgesi %5, TRB bölgesi %7 ve son olarak TRC bölgesi %12'lik bir orana sahiptir.

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Ortalama	Yüzde (%)	Gözlem
Bağımlı Değişken: E-ticaret üzerinden mal ve hizmet alım sıklığı			
En az üç ayda bir	0.29	%29	7208
Üç ay ile bir yıl arasında	0.11	%11	2712
Bir yılı aşkın bir sürede bir	0.05	%5	1179
Hiç almıyor	0.55	%55	13855
Bağımsız Değişkenler			
Cinsiyet			
Erkek	0.50	%50	24824
Kadın	0.50	%50	25194
Eğitim			
Okul bitirmemiş		%11	3714
İlkokul	0.31	%31	10377
Ortaokul	0.19	%19	6167
Lise	0.21	%21	6772
Önlisans	0.02	%2	383
Lisans	0.01	%1	95
Yüksek lisans	0.05	%5	1786
Doktora	0.11	%11	3661
12(on iki) Bölge _İBBS_Düzey-I			

TR1	0.13	%13	6324
TR2	0.06	%6	2835
TR3	0.09	%9	4719
TR4	0.10	%10	4778
TR5	0.09	%9	4632
TR6	0.10	%10	5062
TR7	0.06	%6	3241
TR8	0.06	%6	3175
TR9	0.06	%6	3240
TRA	0.05	%5	2496
TRB	0.07	%7	3639
TRC	0.12	%12	5877

Çalışmanın ekonometri+k modellerinde bağımlı değişken olarak kullanılan “e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alım sıklığı” incelendiğinde sıralı olmayan, seçime dayalı nominal bir tercih olduğu görülmektedir. İki den fazla alternatif arasından seçime dayalı bu tür tercihler için en çok kullanılan model MNLM olup, bu modelin de Bağımsız Özdeş Dağılımlar(IIA) varsayımını sağlaması gereklidir. Bu nedenle elde edilen MNLM sonuçlarına göre IIA varsayımı test edilmiştir.

Tablo 3. Bağımsız Özdeş Dağılımlar(IIA) Varsayımı İçin Hausman Testi

Modelden Dışlanan Alternatif	chi2	s.d.	P>chi2	Karar
En az üç ayda bir	-12,203	40	0.999	H ₀ reddedilemez
Üç ay ile bir yıl arasında	20,676	40	0.995	H ₀ reddedilemez
Bir yılı aşkın bir sürede bir	-5,316	40	0.999	H ₀ reddedilemez

Not: s.d., serbestlik derecesini göstermektedir.

Tablo 3’de Hausman test sonuçları verilmiştir. Hausman testinde temel hipotez, H_0 hipotezi alternatifler birbirinden bağımsızdır şeklinde kurulur. Temel hipoteze göre Bağımsız Özdeş Dağılımlar varsayımı geçerlidir. Temel sınıf olan “e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapmıyor” alternatifine göre “en az üç ayda bir e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapmak” sınıfı, “üç ay ile bir yıl arası bir süreçte e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapmak” sınıfı ve “bir yılı aşkın bir süre için e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapmak” alternatiflerine göre H_0 reddedilmemektedir. Bu durumda tahminlenen model, Hausman testinin asimtotik varsayımlarını karşıladığı için kullanılabilir.

Tablo 4’de bağımlı değişken için temel kategorinin “e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapmıyor olmak” şeklinde belirlendiği MNLM’ ye ilişkin katsayı tahminleri verilmiştir.

Tablo 4. Multinomial Logit Model (MNLM) Tahmin Sonuçları

Multinomial Logit Model (MNLM) Tahmin Sonuçları			
Temel sınıf: E-ticaret üzerinden mal ve hizmet almıyor	En az üç ayda bir alıyor	Üç ay ile bir yıl arasında en az bir defa alıyor	Bir yılı aşkın bir sürede en az bir defa alıyor
Cinsiyet (Kadın temel sınıf)			
Erkek	0.0149	0.1110**	0.3015***
Eğitim (Okula gitmemiş temel sınıf)			
İlkokul	0.7320***	0.1955	0.4397*
Ortaokul	2.0023***	1.2364***	1.2975***
Lise	3.0023***	1.7474***	1.6995***
Önlisans	4.8824***	2.4663***	2.0557***
Lisans	5.1846***	3.1051***	1.3983*
Yüksek lisans	3.6782***	2.2579***	1.9314***
Doktora	4.2080***	2.3665***	2.1310***

12(on iki) Bölge İBBS Düzey-I (TRC temel sınıf)			
TR1	1.2795***	1.0353***	0.3690***
TR2	0.8928***	0.7171***	-0.0163
TR3	1.1680***	1.1283***	0.6939***
TR4	1.3113***	1.3985***	0.4771***
TR5	0.9531***	0.8901***	0.4962***
TR6	0.9419***	1.0217***	0.6711***
TR7	0.8727***	0.7427***	0.4213**
TR8	0.9839***	0.9381***	0.1992
TR9	0.2596***	0.8357***	-0.4509**
TRA	0.6922***	0.7411***	0.2465
TRB	0.1653*	0.6181***	0.1092
Sabit	-4.1124***	-3.8744***	-4.2232***
Gözlem sayısı	24954		
Log Likelihood	-23145.17		
LR (chi2) (57)	7151.52***		
Pseudo R ²	0.1338		

Not: ***%1'de, **%5'de ve *%10'da katsayılar istatistiki olarak anlamlıdır.

Tablo 4'de MNLM tahmin sonuçları bağımlı değişkenin temel sınıf e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapmıyor iken, en az üç ayda bir e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapıyor, üç ay ile bir yıl arası bir süreç için e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapıyor ve bir yılı aşkın bir süredir e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapıyor tercihleri için değişkenlere ait katsayı sonuçlarını vermektedir. Model yorumlamasında bu tablodaki katsayı işaretleri dikkate alınır.

Tablo 5. Açıklayıcı Değişkenler İçin Wald ve LR Testleri

Değişkenler	s.d.	chi2	chi
Erkek	3	27.612***	27.965***
İlkokul	3	14.666***	17.351***
Ortaokul	3	145.672***	218.916***
Lise	3	308.892***	573.618***
Önlisans	3	364.160***	684.342***

Lisans	3	172.267***	295.726***
Yüksek lisans	3	419.035***	766.279***
Doktora	3	551.064***	1188.774***
TR1	3	297.329***	317.646***
TR2	3	103.108***	104.575***
TR3	3	234.321***	243.863***
TR4	3	320.276***	340.181***
TR5	3	158.100***	163.690***
TR6	3	167.778***	173.278***
TR7	3	100.362***	101.666***
TR8	3	129.136***	131.165***
TR9	3	56.554***	58.637***
TRA	3	54.851***	54.599***
TRB	3	23.599***	23.870***

Not: ***%1'de, **%5'te ve * %10'da istatistiki olarak anlamlıdır. s.d., serbestlik derecesidir.

Tablo 5'de MNLM tahmininde yer alan tüm değişkenlere ait katsayılar test edilmiştir. Katsayıların sıfıra eşit olduğunu söyleyen *H₀* hipotezi *LR* ve *Wald* testleri kullanılarak test edilmiştir. Test sonuçlarına göre katsayıların istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur.

Tablo 4. Multinomial Logit Model İçin Relative Risk Oranı (RRR)

Multinomial Logit Model İçin Relative Risk Oranı			
Temel sınıf: E-ticaret üzerinden mal ve hizmet almıyor	En az üç ayda bir alıyor	Üç ay ile bir yıl arasında en az bir defa alıyor	Bir yılı aşkın bir sürede en az bir defa alıyor
Cinsiyet (Kadın temel sınıf)			
Erkek	1.0150	1.1175**	1.3519***
Eğitim (Okula gitmemiş temel sınıf)			
İlkokul	2.0792***	1.2160	1.5523*
Ortaokul	7.4067***	3.4434***	3.6603***
Lise	20.1296***	5.7398***	5.4717***
Önlisans	131.9588***	11.7796***	7.8129***
Lisans	178.5086***	22.3101***	4.0486
Yüksek lisans	39.5780***	9.5639***	6.8991***
Doktora	67.2238***	10.6610***	8.4235***
12(on iki) Bölge_ İBBS_Düzyey-I (TRC temel sınıf)			
TR1	3.5950***	2.8162***	1.4463***
TR2	2.4421***	2.0485***	0.9337
TR3	3.2156***	3.0905***	2.0016***
TR4	3.7109***	4.0492***	1.6114***
TR5	2.5936***	2.4354***	1.6425***
TR6	2.5650***	2.7779***	1.9564***
TR7	2.3933***	2.1017***	1.5240***
TR8	2.6749***	2.5552***	1.2204
TR9	1.2965***	2.3064***	0.6370**
TRA	1.9982***	2.0982***	1.2795
TRB	1.1797*	1.8554***	1.1154
Sabit	0.0163***	0.0207***	0.1465***
Gözlem sayısı	24954		
Log Likelihood	-23145.17		
LR (chi2) (57)	7151.52***		
Pseudo R ²	0.1338		

Not: ***%1'de, **%5'de ve *%10'da katsayılar istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 6' da elde edilen katsayılar istatistiksel anlamlılık konusunda bilgi vermektedir ancak etkilerin büyüklüğünü açıklamamaktadır. Etkilerin büyüklükleri için farklı olasılık tahminleri kullanılmaktadır.

Bu olasılık tahminleri içinde yaygın olarak kullanılan marjinal etkilerdir. Marjinal etki, daha çok fark oranlarına veya risk oranlarına dayanılarak açıklanır. Açıklayıcı değişkende meydana gelen bir değişim bağımlı değişkenin gerçekleşme olasılığında oluşan marjinal değişimi ölçmektedir(Uğurlu, 2010: 15). Tablo 6'da her bir alternatife ilişkin marjinal etkiler sunulmuştur. Model sonuçları incelendiğinde cinsiyet değişkeni olarak modelde yer alan erkeklerin kadınlara göre ve diğer alternatiflere göre e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alma olasılığı kısa dönem için anlamsız çıkarken, üç ay ile bir yıl arası dönem ve diğer alternatif bir yılı aşkın bir süre için en az bir defa e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı gerçekleştirme olasılığı anlamlı çıkmıştır.

Hanehalkı bireyleri için eğitim durumu ve e-ticaret yoluyla alışveriş arasındaki ilişki incelendiğinde, buna göre ilkökul eğitim düzeyinde olmak herhangi bir okul bitirmemiş olmaya göre ve e-ticaret kullanmamaya göre en az üç ayda bir e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapıyor olmak tercih olasılığına göre 2,079 kat daha fazladır. Ortaokul eğitim düzeyinde olmak herhangi bir okul bitirmemiş olmaya göre ve e-ticaret kullanmamaya göre en az üç ayda bir e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapıyor olma tercihi olasılığına göre 7,406 kat daha fazladır. Lise eğitim düzeyinde olmak herhangi bir okul bitirmemiş olmaya göre ve e-ticaret kullanmamaya göre en az üç ayda bir e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapıyor olma tercihi olasılığına göre 20,129 kat daha fazladır. Ön lisans eğitim düzeyinde olmak herhangi bir okul bitirmemiş olmaya

göre ve e-ticaret kullanmamaya göre en az üç ayda bir e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapıyor olmak tercihi olasılığı 131,958 kat daha fazladır. Lisans eğitim düzeyinde olmak herhangi bir okul bitirmemiş olmaya göre ve e-ticaret kullanmamaya göre en az üç ayda bir e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapıyor olma tercihi olasılığı 178,50 kat daha fazladır. Yüksek lisans eğitim düzeyinde olmak herhangi bir okul bitirmemiş olmaya göre ve e-ticaret kullanmamaya göre en az üç ayda bir e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapıyor olmak tercihi olasılığı 39, 578 kat daha fazladır. Doktora eğitim düzeyinde olmak herhangi bir okul bitirmemiş olmaya göre ve e-ticaret kullanmamaya göre en az üç ayda bir e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapıyor olmak tercihi olasılığı 67,223 kat daha fazladır.

İkinci alternatifte eğitimin etkisi incelendiğinde, ortaokul eğitim düzeyinde olmak herhangi bir okul bitirmemiş olmaya göre ve e-ticaret kullanmamaya göre üç ay ile bir yıl arası bir süreçte en az bir defa e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapıyor olma tercihi olasılığı 3,443 kat daha fazladır. Lise eğitim düzeyinde olmak herhangi bir okul bitirmemiş olmaya göre ve e-ticaret kullanmamaya göre üç ay ile bir yıl arası bir süreçte en az bir defa e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapıyor olma tercihi olasılığı 5,739 kat daha fazladır. Ön lisans eğitim düzeyinde olmak herhangi bir okul bitirmemiş olmaya göre ve e-ticaret kullanmamaya göre üç ay ile bir yıl arası bir süreçte en az bir defa e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapıyor olma tercihi olasılığı 11,779 kat daha fazladır.

Lisans eğitim düzeyinde olmak herhangi bir okul bitirmemiş olmaya göre ve e-ticaret kullanmamaya göre üç ay ile bir yıl arası bir süreçte en az bir defa e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapıyor olma tercihi olasılığı 22,310 kat daha fazladır. Yüksek lisans eğitim düzeyinde olmak herhangi bir okul bitirmemiş olmaya göre ve e-ticaret kullanmamaya göre üç ay ile bir yıl arası bir süreçte en az bir defa e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapıyor olma tercihi olasılığı 9,563 kat daha fazladır. Doktora eğitim düzeyinde olmak herhangi bir okul bitirmemiş olmaya göre ve e-ticaret kullanmamaya göre üç ay ile bir yıl arası bir süreçte en az bir defa e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapıyor olma tercihi olasılığı 10,661 kat daha fazladır.

Üçüncü alternatifte eğitimin etkisi incelendiğinde, ilköğretim düzeyinde olmak herhangi bir okul bitirmemiş olmaya göre ve e-ticaret kullanmamaya göre bir yılı aşkın bir süre zarfında en az bir defa e-ticaret üzerinden mal ve hizmet alımı yapıyor olma olasılığı 1,552 kat daha fazladır. Ortaokul eğitim düzeyinde olmak herhangi bir okul bitirmemiş olmaya göre ve e-ticaret kullanmamaya göre bir yılı aşkın bir süre zarfında en az bir defa e-ticaret üzerinden mal ve hizmet alımı yapıyor olma olasılığı 3,669 kat daha fazladır. Lise eğitim düzeyinde olmak herhangi bir okul bitirmemiş olmaya göre ve e-ticaret kullanmamaya göre bir yılı aşkın bir süre zarfında en az bir defa e-ticaret üzerinden mal ve hizmet alımı yapıyor olma olasılığı 5,471 kat daha fazladır. Ön lisans eğitim düzeyinde olmak herhangi bir okul bitirmemiş olmaya göre ve e-ticaret kullanmamaya göre bir yılı aşkın

bir süre zarfında en az bir defa e-ticaret üzerinden mal ve hizmet alımı yapıyor olma olasılığı 7, 812 kat daha fazladır. Lisans eğitim düzeyinde olmak herhangi bir okul bitirmemiş olmaya göre ve e-ticaret kullanmamaya göre bir yılı aşkın bir süre zarfında en az bir defa e-ticaret üzerinden mal ve hizmet alımı yapıyor olma olasılığı 4.048 kat daha fazladır. Yüksek lisans eğitim düzeyinde olmak herhangi bir okul bitirmemiş olmaya göre ve e-ticaret kullanmamaya göre bir yılı aşkın bir süre zarfında en az bir defa e-ticaret üzerinden mal ve hizmet alımı yapıyor olma olasılığı 6,899 kat daha fazladır. Doktora eğitim düzeyinde olmak herhangi bir okul bitirmemiş olmaya göre ve e-ticaret kullanmamaya göre bir yılı aşkın bir süre zarfında en az bir defa e-ticaret üzerinden mal ve hizmet alımı yapıyor olma olasılığı 8,423 kat daha fazladır.

Yapılan 12(oniki) bölge sınıflamasında; alternatif üç yani bir yılı aşkın bir süre için e-ticaret üzerinden en az bir defa perakende mal ve hizmet alımı yapma olasılığı TR2, TR8, TRA ve TRB bölgelerinde anlamsızken, diğer tüm bölgeler ve en az üç ayda bir e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı ile üç ayda bir yıl arası bir süreçte en az bir defa e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı yapma olasılığı hepsinde anlamlı çıkmıştır.

SONUÇ

Teknolojik gelişmeler ve internet kullanımında artan yoğunluk hemen her alanda yaygın bir etki olarak kendini göstermektedir. Günümüzde eğitimden, spora, sağlıktan, iş dünyasına vb. birçok alanda internet

kullanımı yaygınlık kazanırken, ticari anlamda da son dönemlerde işlem hacmi hızla ivme yapmaktadır. E-ticaret kullanımı yoluyla perakende mal ve hizmet alımı tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de son dönemlerin en yaygın alışveriş yöntemi olarak gelişmekte ve büyük rağbet görmektedir. Özellikle COVID-19 salgını bu değişimleri ve büyümeyi hızlandıran bir katalizör görevi görerek e-ticaret üzerinden mal ve hizmet alımını hızla arttırmıştır. E-ticaret her ne kadar sınır ötesi işlemlere izin verse de tüketiciler dil, uygunluk, teslimat ve hız gibi konular nedeniyle ülkelerindeki yerleşik işletmeleri daha çok tercih etmektedirler. Çalışmamızda, TÜİK tarafından yapılan HBTA 2020 yılı mikro veri seti kullanılarak, hanehalkı bazında eğitim düzeylerine göre e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alım sıklığı Düzey 12(on iki) bölge için yapılarak Nitel Tercih Modelleri ile analiz edilmiştir. Alternatiflerin bağımsızlığı ve katsayıların anlamlılığı koşulları altında multinomial model tahmin sonuçları oldukça da anlamlı çıkmıştır. Buna göre hemen her düzeyi için katsayılar işaret, büyüklük ve beklentiler yönünde sonuç vermiştir. Eğitim seviyesindeki artış, dijital araç kullanımına zaman ve çeşitlilik olarak da ilgiyi arttırmıştır. Genel anlamda, e-ticaret üzerinden perakende mal ve hizmet alımı tüm alternatiflere göre, tüm bölgelerde işaret, katsayı ve büyüklük olarak eğitim seviyesi yükseldikçe daha çok rağbet görmekte ve tercih edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Carrasco, J. A, Juan de, D.O. (2002). "A Review and Assessment of the Nested Logit Model", *Transport Reviews*, 22(2). ss. 197-218.
- Davidson, R., James, G. M. (1999). "Econometric Theory and Methods", (New York: Oxford University Press).
- Davidson, Russell ve James Gordon MacKinnon. *Econometric Theory and Methods*. New York: Oxford University Press, 1999.
- Güneş, C., Üçdoğruk Birecikli, Ş., Yıldırım, Z. (2017). "Çalışan Kadının Çocuk Bakım Tercihi: Havuzlanmış Verilerle Kesikli Tercih Modellerinin Karşılaştırılması". *Sosyal Güvenlik Dergisi*. Cilt 7. Sayı 1. ss.123-144
- Hausman, Jerry ve Daniel McFadden. "Specification Tests for the Multinomial Logit Model". *Econometrica*. 52/5 (1984): 1219-1240.
- Hensher, D.A., John, M. R. ve William, H.G. (2005). "Applied Choice Analysis: A Primer". (New York: Cambridge University Press).
- Koning, R. H., Geert, R. (2003). "Discrete Choice and Stochastic Utility Maximization", *Econometrics Journal*, 6. ss. 1-27.
- McFadden, D. (1973). "Conditional Logit Analysis of Qualitative Choice Behavior", P. Zarembka, (Ed), *Frontiers in Econometrics (New York: Academic Press)*. ss. 105-142.
- McFadden, D. (1984). "Econometric Analysis of Qualitative Response Models". In: *Handbook of Econometrics*, Griliches Z. ve M. Intriligator. (Eds). North Holland, Amsterdam: Elsevier Science B.V. ss:1395-1446.
- Rekabet Kurumu. (2021). E-Pazaryeri Platformları Sektör İncelemesi Ön Raporu. Nisan 2021. Ankara
- Train, K. (2003). "Discrete Choice Methods with Simulations", (United Kingdom: University Press).
- TÜSİAD. (2019). E-Ticaretin Gelişimi, Sınırların Aşılması ve Yeni Normlar. Deloitte Digital.
- Uğurlu, E. (2010). "Kesikli Seçim Modelleri", *İstanbul Aydın Üniversitesi, Ders Notları Kitapçık-3*, doi:10.13140/rg.2.1.3262.2561.

Yıldırım, Z. (2020). “Siber-Teknoloji ve Gençlik: Sıralı Lojistik Regresyon Analizi”, Teknoloji ve....., Kitapıçı Bölüm, *SRA Academic Publishing Strategic Researches Academy*. Mart 2020, ss.93-110.

www.tuik.gov.tr Türkiye İstatistik Kurumu(TÜİK), Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Araştırması(HBTA) 2020.

BÖLÜM 18

CAM TAVAN SENDROMU*

Prof. Dr. Nihat GÜLTEKİN¹
Ayşe Cemre BOZDOĞAN²

* Bu çalışma, Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde 2020 yılında kabul edilen yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

¹ Harran Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Şanlıurfa, Türkiye, nigultekin@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-6692-1628.

² Harran Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Şanlıurfa, Türkiye, bozdogancemre7@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2353-0173.

GİRİŞ

Türkiye nüfusunun yaklaşık olarak yarısını kadın nüfusu oluşturmasına rağmen istihdam edilen kadın nüfusu oranının düşük seviyelerde seyrettiği görülmektedir (<http://www.tuik.gov.tr/>). Son yıllarda bu oran artmasına rağmen hala yeterli seviyede olmayıp özellikle üst yönetim kademelerindeki kadın yöneticilerin sayıları oldukça sınırlıdır. Kadınların iş hayatına katılmayışlarının önünde birçok engel olmakla beraber bu engellerin çoğu cinsiyet ayrımcılığından kaynaklanmaktadır.

Yapılan araştırmalarda kadınların iş yaşamı içerisinde ilerlemelerinin ve üst yönetimlere gelmelerinin önündeki engellerden bir tanesi olan cam tavan kavramı kadın çalışanların başarılarını göz ardı ederek yükselmelerini engelleyen görünmez bariyerlerdir.

Cam tavan sendromundan kaynaklanan bu engeller 3 ana gruba ayrılmaktadır. Bunlar: kadın yöneticilerin kadın çalışanlara koyduğu engeller, erkek yöneticilerin kadın çalışanlara koyduğu engeller ve kadın çalışanların kendilerinden kaynaklanan engellerdir (İmamoğlu, 2016: 31).

1. CAM TAVAN SENDROMU KAVRAMI

Cam tavan kavramı ilk olarak 24 Mart 1986 yılında Hymowitz ve Schellhardt tarafından Wall Street Journal'da "İş Yaşamında Kadın" başlıklı yazıda yer almıştır. Bu yazıda cam tavan kavramı, "özel şirket ya da kamu kurumlarında, eğitim kurumlarında veya kar amacı gütmeyen kuruluşlarda bir üst pozisyona geçmeyi arzulayan ve bunun

için çabalayan kadınların karşılaştıkları tüm engel ve haksızlıklar’’ olarak kullanılmıştır (Lockwood, 2004: 2).

Cam tavan kavramı ile ilgili yapılan çalışmalarda birçok tanım yapılmıştır. Bu tanımlardan bazıları aşağıdaki gibidir:

David’e göre cam tavan, kadınların yetenek ve başarılarını göz ardı eden, kadınların işletme içerisinde üst basamaklara çıkmasını engelleyen, görünmez ve kırılmaz engellerdir (Cotter, Hermesen, Ovadia ve Vanneman, 2001: 656).

Power ve Butterfield’e göre ise cam tavan, şirketlerdeki kadın çalışanların üst yönetim pozisyonlarına ilerlemelerini engelleyen şeffaf bariyerlerdir (Powel ve Butterfield, 1994: 68).

Karakuş’a göre cam tavan, iş yaşamındaki kadınların kariyer planlamasında hesaba katmadıkları ve olmadık bir yerde karşılına çıkan ve aşılması zor olan engellerin tümüdür (Karakuş, 2014: 335).

Cam tavan, hiyerarşik bir sistemde kadınların yükselme kademeleri erkeklere oranla kıyaslandığında hiyerarşik sistemin basamakları yükseldikçe, kadınların konumu düşmektedir (Başak, 2009: 122).

Tanımlarda da görüldüğü gibi cam tavan ile ilgili gerek ulusal gerekse uluslararası yazında birçok tanım yapılmakla beraber en genel haliyle, organizasyonların içerisinde çalışanların belirli bir seviyeye ulaştıktan sonra yükselmelerini önleyen görünmez ve aşılamayan bariyerlerdir şeklinde tanımlama yapılabilir.

İş hayatı içerisinde kadın çalışanların sayısında bir artış olmasına rağmen, bu oranın üst yönetim kademelerine yansımadağı görülmektedir. Dünya nüfusunun yarısını oluşturan kadınların, iş hayatına girmesi ile kariyer hayatlarındaki ilerlemeleri arasında doğrusal bir orantı bulunmamaktadır. Bu durumun en belirgin nedeni ise toplumların kadınlar için biçtikleri roller yani cinsiyet ayrımlarıdır. Kadın çalışanların liyakatlerine ve başarılarına bakılmaksızın yükselmeleri ve kariyer hayatlarındaki ilerlemeleri engellenmektedir. Bu engeller veya setler kadınlara kendileri, diğer kadınlar ve erkekler tarafından konulmaktadır.

Tablo 1: TÜİK Hanehalkı İşgücü Araştırma Sonuçları

İstihdam Oranları (%)	2014	2015	2016	2017	2018
Kadın	26,7	27,5	28	28,9	29,4
Erkek	64,8	65	65,1	65,6	65,7

Kaynak: <https://biruni.tuik.gov.tr>, 2018

TÜİK'in hane halkı işgücü araştırmalarına bakıldığında, kadınların istihdam oranlarının erkeklerin yarısından az olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra yine hane halkı işgücü araştırma verilerine bakıldığında; şirketlerdeki üst düzey ve orta kademe yönetici pozisyonundaki kadınların oranı 2017 yılında 17,3 olarak belirlenmiştir (<https://www.sabah.com.tr>, 6 Mart 2019).

Bağımsız denetim, vergi, muhasebe ve danışmanlık firması Grant Thornton tarafından Türkiye'nin de içinde bulunduğu 35 ülke ile yapılan araştırmaya göre, Türkiye'nin Türk şirketlerdeki kadın yönetici

ortalaması , %27'dir. Bu oran ile Türkiye 35 ülke arasında 22. Sırada yer almaktadır. Bu araştırmaya göre kadın yönetici oranının en fazla olduğu ülkeler, %47 ile Filipinler, %43 ile Endonezya, %42 ile Tayland ve %41 ile Rusya iken kadın yönetici oranının en düşük olduğu ülke %5 ile Japonya olarak belirlenmiştir (Baltacı, 2018: 1).

Cam tavan sendromu her ne kadar erkek çalışanlarda görülse de genel olarak kadın çalışanların yaşadıkları bir problemdir. Son yıllarda iş yaşamı içerisinde kadın sayısı giderek artmasına rağmen, üst düzey yönetici pozisyonlarında kadın sayısının istenilen düzeyde olmadığı görülmektedir. Yapılan araştırmalarda kadınların üst yönetim pozisyonlarına yükselmelerini engelleyen birçok neden vardır. Bu nedenlerden biri de "Cam Tavan" adı verilen engellerdir (Mızrahi ve Aracı, 2010: 150).

Bu noktada gerek sosyal gerekse psikolojik birçok nedenden dolayı kadın çalışanlar cam tavan sendromuyla karşı karşıya kalmaktadır. Kadın çalışanların cam tavan sendromunu yaşamalarının bir diğer nedeni de rol çatışması ve toplumun kadına biçtiği roldür. Çünkü toplumda kadınların öncelikli hedefleri "iyi bir anne" ya da "iyi bir eş" olması gerektiği algısıdır. Bundan ötürü kadının eğitime ve kariyer gelişimine yeterince özen gösterilmemekte, kadının kariyer ve yükselme hedefleri ikinci planda bırakılmaktadır.

Cam tavan kadın çalışanların başarılarını veya yeterliliklerini göz ardı eder ve görünmeyen ve aşılması zor bariyerler koyar. Bundan dolayı organizasyonlara rekabet avantajı sağlayabilecek nitelikteki çalışanlar

tepe noktasına ulaşamazlar. Bunların sonucunda işletmelerin etkinliği, verimliliği olumsuz yönde etkilenir.

Yapılan araştırmalar incelendiğinde, gerek özel işletmeler gerekse kamu kurumlarında cam tavan sendromunun varlığını sürdürdüğü görülmektedir. Devlet Personel Başkanlığı 2018 Aralık verilerine bakıldığı zaman kamu kurum ve kuruluşlarında istihdam eden personelin %61,52'si erkek çalışanlarken %38,48'i kadın çalışandır (<http://www.dpb.gov.tr/tr-tr>, 2018). Aynı şekilde Hâkimler ve savcılara bakıldığında ise, %64,17'si erkek, %35,83'nün kadın olduğu görülmektedir (<https://www.hsk.gov.tr/>, 3 Eylül 2019).

TBMM'de Milletvekillerinin cinsiyete göre dağılımlarına bakıldığında, kadın sayısının %17,32 oranla 102; erkek sayısının %82,68 oranla 487 olduğu görülmektedir (<http://www.ysk.gov.tr/>, Haziran 2018). Bunun yanı sıra yerel yönetimlere bakıldığında da, Türkiye'de 31 Mart 2019 Yerel seçiminde toplam 8 bin 257 kişiden yalnızca 652 tanesi kadın belediye başkan adayları şiken bunlardan 45'i (%3,23) belediye başkanı seçilmiştir (Alan, 2019: 1). Dünya geneline bakıldığında ise yerel yönetimlerdeki kadın oranı ise %9'dur (<https://www.memurlar.net>, 3 Kasım 2018).

Birleşmiş Milletler İnsani Gelişmişlik Endeksi 2013 verilerine bakıldığında, iş hayatı içerisindeki kadın oranının en yüksek olduğu ülke, Danimarka. Danimarka'da her yüz kadından 71'i çalışıyor. İkinci sırayı %70 ile İsveç, üçüncü sırayı %66 ile Hollanda, dördüncü sırayı %65 ile Finlandiya, beşinci sırayı %62 ile İngiltere alıyor. Türkiye %22

ile kadınların en az oranda çalıştığı ülke konumundadır (Aksoy, 2013. 1).

Araştırma sonuçlarında da görüldüğü gibi, cam tavan yalnızca Türkiye’de değil az veya çok tüm dünyada, her sektörde yaşanan bir problemdir.

2. CAM TAVAN SENDROMUNUN TARİHÇESİ

Konu ile ilgili literatür taraması yapıldığında, cam tavan sendromunun genel olarak kadın çalışanlarla ilgili olduğu görülmektedir ve bu bağlamda cam tavan sendromunun kadınların çalışma hayatına girmeleriyle birlikte ortaya çıktığı söylenebilir.

Cam tavan sendromu literatüre 1970 yılında girmiş olup adını pire deneyinde kullanılan materyalden almıştır. Bu deneye göre; pirelerin farklı yükseklikte zıplayabildiklerini gören bilim adamları, birkaç pireyi toplayarak 30 cm yükseklikteki cam fanusun içerisine koyarlar. Metal zemin ısıtılır. Sıcaklığın artması ile rahatsız olan pireler zıplayarak kaçmaya çalışır fakat başlarını tavandaki cama çarparak düşerler. Zemin de sıcak olduğu için tekrar zıplarlar ve tekrar başlarını cama vururlar. Pireler camın ne demek olduğunu bilmediklerinden, kendilerini neyin engellediğini anlamakta zorluk çekerler. Defalarca kafalarını cama vuran pireler sonunda o zeminde 30 santimden fazla zıplamamayı öğrenirler. Deneyin ikinci aşamasında ise, tavandaki cam kaldırılarak zemin yeniden ısıtılır. Tüm pireler 30 cm zıplar. Daha yükseğe zıplama imkanları vardır çünkü artık cam engel yoktur ama buna cesaret edemezler. Pireleri sınırlayan cam engel kalkmıştır fakat

kafalarında oluşan iç engel varlığını sürdürmektedir (Öztürk, 2011: 30-31).

Pire deneyine benzer bir deney 1975 yılında, ABD’li psikolog Martin Seligman tarafından köpekler üzerinde uygulanmıştır. Seligman, bir grup köpeği kafeslerin içerisine hapsederek köpeklere şok uygulamıştır. Bu duruma önce direnen köpekler bir süre sonra mücadele etmeyi bırakmışlardır. Belirli bir zaman sonra kafeslerin kapıları açılmış ve köpeklerin kaçabilecekleri imkan sağlanmıştır fakat köpeklerin %65’i kaçmayı denememiş ve yere uzanıp umutsuzca sızlanmayı tercih etmişlerdir. Seligman, insanların benzer davranışlara sahip olduklarını belirtmiştir. Bireylerin devamlı önlerine konulan engellerin, zamanla onların mücadele etme yeteneklerini kırdığını ve onları çaresizliğe ittiğini öne sürmüştür (Korkmaz, 2014: 9).

Deneydeki pire ve köpeklerin yaşadıkları bu olaylar, cam tavan sendromuna birer örnek teşkil etmektedir ve kadın çalışanlarda bu pire ve köpekler gibi çalışma hayatı içerisinde kendilerini neyin sınırlandırdığını bilemeden üst yönetim kademelerine gelemeler.

Bu deneylerde de görüldüğü gibi cam tavan sendromu psikoloji biliminde sıkça kullanılan “öğrenilmiş, edinilmiş çaresizlik” durumudur. Bu durumda, başarısızlığa veya yenilgiye uzun süre maruz kalınırsa ya da inanılırsa bu durumun sonucunda yenilgi, başarısızlık gerçek olur. Bu durumların neticesinde atalet durumu oluşur yani amaçlara yönelik olarak eyleme geçememe durumu meydana gelmektedir.

Bir bireyin hayallerinin en üst noktası ya da yapabileceğine, gelebileceğine inandığı en üst sınır o bireyin cam tavanıdır. Bu bağlamda, bu durumdan kurtulmanın temel şartı da farkına varabilmek ve harekete geçmektir.

Deneylerde de belirtildiği gibi, cam tavan sendromu akademik anlamda 1970’li yıllarda ABD’de ortaya çıkmış bir kavram olarak kabul edilmektedir.

Cam tavan sendromunun ortaya çıkması ve ilk kullanıldığı yerlerle ilgili literatürler incelendiğinde kronolojik olarak şu şekildedir (İpçioğlu, Eğilmez ve Şen, 2018: 16) :

1977 yılında Rosebeth Moss Kanter’ın “Şirketlerdeki Erkekler ve Kadınlar” adlı kitabı, bu kavramın ortaya çıkmasında önemli bir rol oynamıştır. Bu kitapta cinsiyetçilik ve ayrımcılık konuları üzerinde durulmuştur.

1979 yılında Basın Özgürlüğü İçin Kadın Enstitüsü Konferansı düzenlenmiştir. Hwelett Packard’ın iki kadın yöneticisi bu kavramı kadınların kariyer sürecini betimlerken kullanmışlardır.

1984 yılında cam tavan sendromu, Gay Brayant’ın Adweek dergisinde yayınlanan “Çalışan Kadınlar” makalesinde kullanılmıştır.

Fakat kavramın popüler hale gelmesi ve literatüre girmesi 1986 yılında The Wall Street Journal’da yayınlanan “İş Yaşamında Kadın” adlı makaleyle gerçekleşmiştir.

1991 yılında ise ABD Çalışma Bakanlığı , “nitelikli bireylerin örgütün yönetim pozisyonlarına yükselmesini önleyen örgütsel önyargı ve tutumlara dayalı yapay engeller” tanımıyla cam tavanın varlığını kabul etmiştir. Aynı yıl Bush ve ekibi tarafından 21 üye ile Uluslararası Cam Tavan Federasyonu kurulmuştur.

3. CAM TAVAN SENDROMUNDA ETKİN OLAN FAKTÖRLER

Cam tavan genelde gözle görülmeyen, kişilerin kendi zihinlerinde koydukları engellerdir. Yani somut olmayan engelleri içerir. Bundan dolayı cam tavan sendromunu meydana getiren unsurları sınırlandırmak pek olası olmamakla birlikte en çok karşılaşılan unsurlar aşağıda incelenmiştir.

3.1. Erkek Egemen Örgüt Kültürü

Kadınların çalışma hayatına katılması sanayi devriminden sonra gerçekleşmiştir. Bundan dolayı kadınlar örgütsel faaliyetlere erkeklerden daha sonra katılmışlardır. Nitekim örgüt politikaları, örgüt kültürü erkekler tarafından düzenlenmiştir. Dolayısıyla kadın çalışanlar erkeklerin egemen olduğu bu örgüt kültürü içinde kendilerine yer edinmekte zorlanmaktadırlar.

Organizasyonlara bakıldığı zaman cinsiyette ayrımcılığın olduğu görülmektedir. Günümüzde her ne kadar kadın çalışanların sayısı artsa dahi, alt ve orta seviyede olduğunu tepe noktada daha çok erkeklerin olduğu görülmektedir.

Geleneksel toplum düzenlerine bakıldığı zaman, erkek egemenliğini görülmektedir. Erkekliğin saygı gösterilmesi gereken bir kavram olduğu algısı vardır. Bu toplum kültüründe veya toplum yapılarında kadınların psikolojik, duygusal durumları göz ardı edilerek başarılı olmalarının koşulu erkek gibi olmalarına bağlanmaktadır.

Nasıl ki toplumsal düzende cinsiyet rolleri net bir çizgiyle ayrılmışsa, çalışma hayatında da erkeklerin daha ön planda olduğu görülmektedir. Toplum içerisinde, kadınların önceliği evindeki işleri, ailesi, çocukları olmalıdır algısı bulunmaktadır. Bundan dolayı kadınlar örgüt kültürü içinde haksızlığa maruz kalmakta ve hak ettiği pozisyonlara yükselmeleri sınırlandırılmaktadır. Bu bağlamda, hem toplumsal yapı içerisinde hem de işletme kültüründe alışılmış değerlerden vazgeçilerek, kadınların yükselmelerini önleyen ya da engelleyen unsurların kaldırılması gerekmektedir.

3.2. Aile ve İş Dengesi Mücadelesi

İş ve aile dengesini bozan; bireyin iş ile ilgili sorumlulukları ve görevlerini yerine getirirken aile ile ilgili görevlerini yerine getirmesini engellenmesi ve yaşam kalitesinin düşmesidir (Giray ve Engin, 2006: 84).

Kadın çalışanlar açısından karşılaşılan en temel sorun iş-aile dengesinin sağlanmasıdır. Toplumda kadının birincil görevinin ev işleri olduğu algısı olduğundan, kadınlar iş hayatına girdiklerinde iki görevi bir arada yürütemezler diye düşünülmektedir. Nitekim kadınlar, aile yaşamlarını ön planda tutarlarsa, iş hayatında ikinci sınıf çalışan durumunda

kalırken, iş hayatlarına öncelik verdikleri zaman da toplumun benimsediği, kutsal görevleri olarak atfedilen “iyi eş, iyi anne” konularından ödün verirler.

Bu durumda kadınlar, iş hayatı ve aile hayatını dengelemede önemli mücadeleler vermektedirler. Eskiye oranla kadınlar her ne kadar çalışma hayatının içinde daha çok yer almaya başlamış olsalar da birincil önceliklerinin aile yaşamları olduğu, hatta birçok kadının anne olduktan sonra kariyerini yarıda bıraktığı yapılan araştırmalarda görülmektedir.

Ipsos Sosyal Araştırmalar Enstitüsü'nün “Çalışan Annelerin 1000 Günü Araştırması'na göre, Türkiye'de çalışan her dört kadından biri, evlendikten ve çocuk sahibi olduktan sonra işten ayrılmaktadır (Ertekin, 2016: 1).

3.3. Rol Model ve Mentor Eksikliği

İş hayatında çalışanların kendilerine örnek olarak görebileceği kimsenin olmaması durumu rol model eksikliği olarak tanımlanmaktadır. Mentor eksikliği ise bireyin şirketteki kariyeriyle ilgili konularda fikir olabileceği kimsenin olmaması anlamına gelir (Özünü,2013: 29).

Mentorlük “örgütün deneyimli bir üyesi ile deneyimsiz üyesi arasında yaşanan, bireysel ve profesyonel gelişim sağlamayı amaçlayan birebir ilişkidir.” (Çetin ve Atan, 2012: 127).

Mentörlük ilişkisinde amaç öğrenmeyi, eğitimi ve gelişmeyi paylaşmaktır. Mentörlük ilişkisinde karşılıklı dayanışma ve etkileşim vardır. Bu bağlamda her iki tarafa da fayda sağlamaktadır. Mentörlüğün işletmeler açısından en önemli getirisi çalışanlarının örgüt bağlılığını arttırması ve çalışanların performanslarının artmasını sağlamasıdır.

Bu bilgiler ışığında bakıldığında, mentörlük ilişkisi hem işletme hem de çalışanlar için bu kadar öneme sahipken bu konuda da kadınlar cinsiyet meselesinden ayrımcılığa, haksızlığa maruz kalmaktadırlar. Kadınların gerek iş hayatına erkeklere oranla daha geç katılmaları gerekse tepe yönetimlerde kadın çalışan sayısının yetersiz olmasından dolayı rol model ve mentor eksikliği sorunu yaşamaktadırlar.

3.4. Kadınlar ve Erkekler Arasındaki Yönetimsel Tarz Farklılığı

Tepe noktası yönetimlerde söz hakkı olan kadın yöneticiler, yönetim tarzı bakımından erkek yöneticilere uyum göstermekle beraber bir takım tarz farklılıkları da bulunmaktadır.

Kadınlar ve erkekler arasındaki tarz farklılığı açısından; analitik düşünme, problem çözme, mücadele etme, sosyalleşme, motivasyon ve öğrenme yetileri gibi konularda önemli bir fark olmamakla birlikte psikolojik araştırmalara göre, kadınlar anlamaya daha meyilli ve otoriteye karşı daha saygılı iken, erkekler daha agresif ve yüksek başarı beklentisine sahiptirler (Halo, 2015: 13).

Kadınların sadece kadın oldukları için doğuştan sahip oldukları ve sergiledikleri kadınsı özellikler vardır. Örnek olarak heyecanlılık,

duygusallık, hassas olma, sorumluluk sahibi olma, merhametli olma gibi. Bununla birlikte erkeklerinde sahip oldukları erkeksi özellikler vardır. Bunlara örnek olarak da soğukkanlılık, kararlılık, hırslı olma, analitik düşünceye sahip olma, rekabetçi olma verilebilir. Bu özellikler iş hayatında ve yönetim sürecine de yansımaktadır.

Kadın yöneticiler yönetim pozisyonlarındaki ilk adımlarını attıktan sonra, yönetim tarzlarını erkeklere göre ayarlarlar ve erkek davranışları sergilemeye çalışırlar. Ancak yönetici pozisyonunda kaldığı sürece kendini geliştirerek, kendi beceri ve davranışlarını benimsemeye başlarlar ve kendi yöneticilik anlayışlarını kullanmaya başlarlar (Akdöl, 2009: 68).

3.5. Astların ve Diğer Kadın Yöneticilerin Olumsuz Tutumları

İş hayatında bakıldığında, kadın çalışanlara karşı sergilenen olumsuz tutumlar yalnızca üstleri tarafından değil aynı zamanda astları ve hemcinsleri tarafından da sergilenmektedir. Erkek egemen örgüt kültürü iş hayatında da kendisini göstermektedir.

Türkiye’de yapılmış olan birçok araştırmaya göre, yönetim kadrosunda kadınlardan ziyade erkekler tercih edildiğini göstermektedir. Bunun nedeni ise sadece erkekler değil aynı zamanda kadınlarında birçoğunun hemcinsleri ile çalışmayı istememesidir.

Yapılan araştırmaya göre, kadın yönetici ile çalışmak isteyen kadınların oranı %5 iken erkek yönetici ile çalışmak isteyen kadınların oranı %80’dir. Yine aynı katılımcılara yöneltilen “birini işten çıkarmak

zorunda kalsanız, bu kim olurdu” sorusuna verilen cevaplarda ise çoğunlukla “kadın” seçeneği işaretlenmiştir (Besler ve Oruç, 2010: 25).

3.6. Mesleki Ayrım

Toplum içerisinde bireylerin yerine getirmeleri gereken roller nasıl cinsiyete göre dağıtılmışsa, iş hayatında da “erkek mesleği, kadın mesleği” diye ayırım yapılarak cinsiyete dayalı mesleki ayırım meydana gelmektedir.

Bireylerin eğitimlerini tamamladıktan sonra elde ettikleri mesleklerin de genellikle bireyin yetenek, beceri ve isteklerinden ziyade bu statüye ve role uygun olması beklenmektedir.

Günümüz koşullarında kadınların eğitim düzeylerindeki artış ve iş yaşamında aktif rollerine karşın çalışma hayatındaki konumlarına bu durum yansımamaktadır. Geleneksel ideolojinin savunduğu görüş “kadın için her şeyden önce aile ve çocuk bakımı gelir” şeklindedir (Şahin, 2002: 41-42). Bundan ötürü toplumlarda iş hayatı içerisinde bulunan kadınlara genel olarak, yedek işgücü olarak bakılmaktadır. Örgütlerde sorumluluk, yetki gerektiren işlerde kadınlardan ziyade erkekler tercih edilmekte ve bu durumlar kadınların kariyer gelişimlerini olumsuz yönde etkilemektedir.

Feminist iktisat teorisi, cinsiyete dayalı mesleki katmanlaşmayı yatay ve dikey olmak üzere iki boyutta ele almaktadır. Yatay tabakalaşmada meslekler “kadın işi” ve “erkek işi” olmak üzere ayrılırken, dikey katmanlaşma ise aynı meslek içerisindeki kadın ve erkeklerin iş

pozisyonlarının farklı olması olarak tanımlanmaktadır (Parlaktuna, 2010: 1220).

Günümüzde kadınların ekonomik ve sosyal yaşamda oynadıkları roller artsa dahi, erkeklere oranla üst yönetim kademelerinde sayılarının daha az olması veya terfi konusunda ayrımcılığa maruz kalmaları dikey tabakalaşma sonucudur. Bunun yanı sıra, toplumda genellikle yatay tabakalaşma yaşanmakta ve meslekler erkek, işi kadın işi olarak ayrılmaktadır. Erkek işi olarak nitelendirilen işler genelde yüksek ücretli, nitelikli, sürekli, yetki ve sorumluluk gerektiren işler olurken; kadın işi ise geçici, niteliksiz, düşük ücret ve statülü işlerdir.

Nitekim kadının cinsiyeti ile belirlenen ev içi görevlerine uygun olması bakımından, sınıf ya da okul öncesi öğretmenliği, hemşirelik, ebelik kadınlar için uygun meslekler olarak görülürken; Mühendislik, polislik, pilotluk gibi meslekler erkek mesleği olarak tercih edilmektedir (Bilginar, 2015: 8).

3.7. Cinsiyetle Bağdaştırılan Kalıplaşmış Önyargılar: Stereotipler

Basmakalıp yargılar; belirli grup üyelerinin tipik davranış özellikleri gösteren inançlardır. İnsanlara ait ve onların hüküm vermesinde etkili olarak biçimlenmiş fikirler, ideolojiler ve beklentiler, bireylerin kafasındaki standardize edilmiş kalıpyargılar, basmakalıp fikirler, yaygın olarak paylaşılan ve başkalarının algılarını, davranış ve beklentilerini etkileyen değer yargılarıdır (Limon, Kara ve Antalyalı, 2019: 198).

Stereotipleme ise, geçmiş deneyimlere ya da kültürel normlara dayanarak bir insana ait olan özellikleri o insanın bulunduğu kategorideki tüm insanlar için geçerli saymak olarak açıklanmaktadır (Barutçugil, 2002, 26).

Nitekim bunlara bağlı olarak, toplumlarda kadın ve erkeğe ait olan stereotipler birbirinden farklıdır. Genel olarak kadınların zarif, duygusal, sıcakkanlı ve bağımlı oldukları düşünülürken erkeklerin ise, objektif, rasyonel, bağımsız, iddialı oldukları savunulmaktadır. Bu durumlar neticesinde kadınların üst yönetim kademelerine ilerlemeleri engellenmekte ve kadının iş yaşamına ket vurulmaktadır.

Erkeklerin kadınlar hakkındaki önyargıları aşağıda listelenmiştir. Bunlar (Ataay,1998: 245) :

Kadınlar;

- ✓ Çalışmak istemezler,
- ✓ Kariyerlerine erkeklere oranla daha az bağlıdırlar,
- ✓ Yeteri kadar sert ve dayanıklı değillerdir,
- ✓ Uzun veya mesai saatleri dışında çalışmak istemezler,
- ✓ Çalıştıkları şehri veya ülkeyi değiştirmek istemezler,
- ✓ Karar verme kapasiteleri yoktur,
- ✓ Çok duygusaldırlar.

Bunun yanı sıra Josefowitz (1980), Blau ve Ferber'in "The Economics of Women, Men and Work" adlı kitabında, cinsiyet farklılıklarından doğan algıyı "iş yerinde görünmez engeller" tablosu ile özetlemiştir.

Tablo 2: İş Yerinde Görünmez Engeller

İşyerinde Erkeklere Karşı Algı	İşyerinde Kadınlara Karşı Algı
Aile fotoğrafı erkeğin masasında -Ne kadar ciddi sorumluluk sahibi bir erkek!	Aile fotoğrafı kadının masasında -Ailesi mesleğinden önde geliyor!
Erkeğin masası çok dağınık -Çok çalışkan ve işine düşkün bir adamdır.	Kadının masası çok dağınık -Mutlaka düzensiz bir kadındır.
Erkek işyerinde arkadaşlarıyla konuşuyor -Mutlaka işteki son değişiklikleri konuşuyordu...	Kadın işyerinde arkadaşlarıyla konuşuyor -Mutlaka kayıttaydı...
Erkek yerinde yok -Bir toplantıda olmalı.	Kadın yerinde yok -Mutlaka alışverişe gitmiştir!
Erkek evleniyor -Daha düzenli ve kararlı olacaktır.	Kadın evleniyor -Hamile kalıp işi bırakacaktır.
Erkek iş seyahatine çıkacak -Kariyeri için iyi bir fırsat.	Kadın iş seyahatine çıkacak -Acaba kocası ne der?
Erkek daha iyi bir iş bulduğu için ayrılıyor -Fırsatları iyi değerlendiriyor!	Kadın daha iyi bir iş bulduğu için ayrılıyor -Kadınlara güvenilmez!
Erkek patronu tarafından eleştirildi -Bu onun performansını arttıracak.	Erkek patronu tarafından eleştirildi -Bu durumdan o çok üzgün olacak.

Kaynak: İnel, 2013: 8.

Tablodan da görüldüğü gibi iş yaşamında aynı davranışı gösteren kadın ve erkeklerin cinsiyete dayalı önyargılardan ötürü farklı şekilde algılandıkları görülmektedir. Nitekim bu ve buna benzer önyargılar, hem kadın hem erkeklerin, kadınlara karşı oluşturduğu toplumsal cinsiyete dayalı önyargıları, kadınların iş yaşamında üst yönetim kadrolarına gelmelerinde cam tavan engeli oluşturmaktadır.

4. CAM TAVAN SENDROMUNUN 3 BOYUTU

4.1. Erkek Yöneticiler Tarafından Konulan Engeller

Literatüre bakıldığı zaman, cam tavan sendromunun genellikle kadın çalışanlar ile anıldığı görülmektedir. Bunun nedenlerinden bir tanesi de erkeklerin davranışları ve önyargılarıdır. Erkeklerin kadın çalışanların önlerine koydukları engeller, cam tavan sendromuna neden olmaktadır. Erkekler açısından “kadınların üst yönetimle ilgili işleri yapamayacaklarına dair” negatif önyargılar bulunmaktadır.

Yapılmış olan bir çalışmada kadınların kariyer gelişiminin önündeki erkek yöneticiler tarafından konulan engeller aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir (Öğüt, 2006: 68):

- tarafsızlık ilkesi
- cinsiyet körlüğü
- koruma kollama içgüdü(sü)(pozitif ayrımcılık)
- kadınlarla kurulan iletişim zorluğu
- gücü elde tutma isteğidir.

Tarafsızlık ilkesiyle açıklanmak istenen cinsiyetler arasındaki fark kabul edilir lakin cinsiyetler arasında bir üstünlüğün olmadığı görüşü savunulur.

Cinsiyet körlüğü kavramında ise yalnızca “insan” görüşü hakimdir. Yani çalışanlar kadın ve erkek diye ayırma tabii tutulmaz. Yapılan işler kadın işi ya da erkek işi diye ayrılmaz. Çünkü bu şekilde bir ayırım yapıldığında kadınların üst yönetim kademelerinde daha az temsil edildiği görülmektedir.

Koruma kollama içgüdüğü yani pozitif ayrımcılık ise ataerkil toplum geleneğinin bir uzantısıdır. Kadınların daha hassas, narin, kırılğan olduğu düşüncesinin benimsenmesi ve bunun sonucunda kadınların çok fazla iş yükünü kaldıramayacağı düşüncesi ve sorumluluklarının daha çok aile alanına yoğunlaşması gerektiği inancı kadınlar açısından bir kariyer engeli oluşturmaktadır. Bu tarz kollamaların iyi niyetle yapıldığı sanılsa da örgüt içerisinde kadınların ikinci plana atılmalarına ve birçok fırsatı kaçırmalarına neden olmaktadır. Bu nedenle koruma kollama içgüdüğüne iyi niyetli ayrımcılıkta denmektedir.

4.2. Kadın Yöneticiler Tarafından Konulan Engeller

İş hayatında kadın çalışanların üst kademelere gelmelerine engel olan nedenlere bakıldığında, daha çok erkeklerin koyduğu engeller tartışılırken kadınlar tarafından hemcinslerine konulan engeller göz ardı edilmektedir. Yapılan araştırmalara bakıldığında zaman kadınların kadın yöneticilerle çalışmak istemediğini ve bu durumun kadın çalışanlara kariyer engeli oluşturduğu görülmektedir.

Kadın yöneticilerin kadın çalışanlara koymuş oldukları engeller iki şekilde kendisini göstermektedir. Birincisi “kendini referans alma yanlılığı” ikincisi ise “kraliçe arı sendromu” yani kadınların birbirini çekememeleridir (Irmak, 2010: 38).

Kendini referans alma yanlılığı; kadın yöneticilerin bilinçaltındaki “ben bu noktaya nasıl geldiysem, herkes aynı şekilde gelebilir. Özel bir çabaya gerek yok” mantığıdır (Örücü vd., 2007: 119).

Kraliçe arı sendromu ise kadınlar arasında birbirini çekememe durumu, üst noktaya gelmiş bir kadın yöneticinin tek olmayı ayrıcalık olarak algılamasıdır (Örücü vd., 2007).

Kraliçe arı sendromu tam anlamıyla bir kadının hemcinsine koyduğu engel olmakla birlikte, iş yaşamında kadınları çok fazla etkilemektedir. Kadınlar iş yaşamında tepe noktasına geldiklerinde, başkalarının bu konumu bozmasına izin vermezler nitekim hemcinslerine adil davranmayı birbirlerini sabote ederek iş hayatında yükselmelerine engeller, bariyerler koyarlar.

Kraliçe arı sendromunu açıklayan en iyi örnek yengeç sepeti örneğidir. Bu örneğe göre, bir yengeç sepetinde hiçbir yengeç sepetten çıkamaz. Yukarı tırmanmayı deneyen yengeci, diğer yengeçler engeller ve bu noktada sepetin üzeri açıktır. Sepetin üzerini kapatmaya gerek yoktur. Kadınlar da doğaları gereği bu işlevi üstlenmişlerdir. Oyunun saman altından oynandığı görülmektedir. Bir kadının ön planda olması veya diğerinden daha farklı olması diğer kadınlar tarafından cezalandırılır (Keuthen, 2006. 32-33).

4.3. Kişinin Kendi Kendine Koyduğu Engeller

Kadınların iş yaşamında karşılaştıkları engellere bakıldığında, kadın yöneticiler tarafından konulan engeller ve erkekler tarafından konulan engeller incelenmiştir. Fakat bunların yanında kadınların zamanla kendi engellerini oluşturmuş oldukları da görülmektedir. Kadınların cinsiyet ayrımcılığına çok fazla maruz kalması sonucunda ortaya çıkan bu bariyerler geniş bir havuzu ifade etmektedir.

Genel anlamda bu engellere bakıldığı zaman; kadının yeri neresi, negatif olguları baştan kabullenme, aile ve iş çatışması, kariyerde yükselme tercihi, özgüven eksikliği, ne istediğini bilememesi gibi engellerdir (Örücü vd., 2007).

İş yaşamı içerisindeki kadınlara bakıldığında cam tavan sendromu ile mücadele ettikleri görülmektedir. Nitekim bu durum devamlılık arz ettiği ve çözüm bulunamadığı için kadınların bu durumu kabul ettikleri görülmektedir.

Kadınların kendinden kaynaklanan engelleri öğrenilmiş çaresizlik sendromu ve çoklu rol üstlenme sendromu ile açıklamak mümkündür.

Öğrenilmiş çaresizlik sendromu genel olarak, geçmiş deneyimlere dayanılarak içerisinde bulunulan durumdan olumsuz sonuç alınacağını kabullenme durumu olarak tarif edilebilir. Bu bağlamda öğrenilmiş çaresizlik, Seligman ve arkadaşları tarafından ortaya atılmış bir kavram olarak, insan ya da hayvanlarda meydana gelen apati durumudur. Bu durum canlılarda, başlarına gelen şeyler üzerinde hiçbir denetimlerinin

olmadığını gördükleri zaman ortaya çıkar (Fettahlıoğlu ve Çelik, 2007: 245).

İş hayatında içerisindeki kadın çalışanlara bakıldığında, kadınların hedeflerine ulaşmak için çabalamalarına rağmen bu çabaları sonuç vermediği takdirde uğraşmaktan vazgeçtikleri görülmektedir. Bu vazgeçişten sonra kadın çalışanlar bu başarının hiçbir zaman gelmeyeceğine inanırlar. Çünkü artık engeller kadın çalışanların zihinlerindedir.

Kadınların kendilerine koydukları engellere baktığımız zaman çoklu rol üstlenme veya süper kadın sendromuna da değinilmektedir.

Çalışma hayatı içinde bulunan kadınlara bakıldığında zaman iki tane rollerinin olduğunu görülmektedir. Kadınlar iş hayatında faaliyet gösterirken diğer taraftan da ev kadınlığı sorumluluğu yüklenmiştir. Ve bu iki rol birbirini genellikle olumsuz etkilemektedir.

Günlük yaşam içinde işten ve aileden gelen istek ve gereksinimlerin eş zamanlı olması, kadın çalışanlar üzerinde baskı oluşturmakta, bu durum ise çelişkiler yaşamasına sebep olmaktadır (Güler, 2005: 76).

Çoklu rol üstlenmenin neden olduğu 3 tür gerilim ve çatışma vardır. Bunlar (Doğru, 2010: 85) :

- Zaman baskısına dayalı gerilim
- Çatışan rollerin yarattığı gerilim
- Her rolün birbirinden farklı davranış istemesinin yarattığı gerilim

Bir taraftan aile yaşamı diğer taraftan iş hayatı içerisinde yüklenen sorumlulukları yerine getirmeye çalışan kadın yoğun bir iş yükünün altına girmektedir ve rol çatışmasına neden olmaktadır.

Günümüzde çalışan kadınların aile ve iş rolleri arasındaki çatışma karşısında ya aile rollerinden tamamen feragat etmekte olduğu ya da üzerlerine yüklenen aşırı sorumluluğu taşımaya çalıştıkları görülmektedir. Bu alternatiflerden birincisi “evlenmeyi dışlamak” anlamına gelmektedir ki bu hiçbir toplumda yaygın olarak benimsenmemektedir. İkincisi “süper kadın olmak” ise sadece gerçekleşmesi zor bir seçenek olmakla kalmayıp, aynı zamanda kadınlar tarafından ödenen ciddi bir fiziki ve psikolojik bedeli içermektedir (Karaca, 2007: 54).

Süper kadın olmayı tercih etmek oldukça zor olmasından dolayı çalışma hayatı içindeki kadınlar ev yaşamındaki yüklerini azaltacak yollara başvurumaktadırlar.

5. CAM TAVAN SENDROMUNUN SONUÇLARI

Gittikçe globalleşen dünyada bilgi ve teknolojinin giderek artması iş hayatı içerisinde rekabeti oldukça artırmaktadır. Buna karşın benzer teknolojileri kullanan sektörlerin birbirlerine karşı rekabet avantajı sağlaması için en önemli husus etkili ve verimli işgücüdür. Fakat bireyin hem bireysel hem toplumsal hem de örgütsel nedenlerden dolayı maruz kalmış olduğu cam tavan sendromu bu etkinlik ve verimliliği olumsuz olarak etkilemektedir.

Cam tavan sendromunun gerek bireysel gerekse örgütsel olarak bir takım olumsuz sonuçları vardır. Bu sonuçlar (Şen, 2017: 33) :

Tablo 3: Cam Tavan Sendromu Sonuçları

bireysel sonuçlar	örgütsel sonuçlar
motivasyon kaybı	maliyet artışı
performans azalması	devamsızlık artışı
örgütsel bağlılıkta azalma	iş gören devir hızı artışı
örgütsel güvende azalma	kalite ve verimlilikte azalma
örgütsel sessizlik	
örgütsel sinizm	

5.1. Cam Tavan Sendromunun Bireysel Sonuçları

5.1.1. Motivasyon Kaybı

Motivasyon; İnsanları bir takım amaçlar doğrultusunda harekete geçiren güç olarak tanımlanmaktadır. Bireylerin örgütteki davranış şeklini, gayret düzeyini ve güçlükler karşısındaki direnç düzeyini belirleyen içsel psikolojik güçlerdir (Çelenk, 2010: 4).

Tanımdan da yola çıkarak motivasyona itici bir güçtür denilebilir. Bireyleri amaçları doğrultusunda bilinçli bir şekilde harekete geçiren veya davranışa yönelten dürtülerdir.

İşletmelerde kariyer hedeflerine ulaşamayacaklarını ya da yeteri kadar ilerleme olanaklarının olmadığını gören veya kendisine yetki ve sorumluluk verilmediğini hisseden kadın çalışanların, çalışma şevki ve motivasyonu azalacaktır (Çetin, 2011: 91).

Sonuç itibariyle cam tavan sendromuna maruz kalan kişilerin karşılaştıkları en önemli problem motivasyon kaybıdır. Nitekim bireyin kariyer hedeflerine ulaşmada karşısına çıkan engeller, cinsiyet nedeniyle fırsatların sınırlandırılması, amaçlarına ulaşamayacağını düşünmesi motivasyonunu düşürür.

5.1.2. Performans Azalması

Bilgi, iletişim ve teknolojinin hızlı bir şekilde ilerlediği günümüz koşullarında aynı teknolojiyi kullanan benzer firmaların rekabet avantajını sağlamaları için etkin ve verimli işgücüne sahip olmaları gerekir. Bu nedenle performansı yüksek olan çalışanlar örgütler için önemli bir kaynaktır.

Bu nedenle iş yerlerinde cam tavan sendromu ile karşı karşıya kalan çalışanlar artan stres nedeniyle kendilerini işe veremezler ve işe, çevreye karşı ilgisiz tutum sergilerler bu durumda işletme açısından olumsuz sonuçlar doğurmaktadır (Aydağ, 2012: 124).

Nitekim örgüt içerisinde çalışan personelin performansının yüksek olması hem kendisi hem de işletme açısından önemlidir.

5.1.3. Örgütsel Bağlılıkta Azalma

Örgütsel bağlılık, bireyin örgütsel amaç ve değerlerine güçlü bir inanç ve kabul göstermesi, örgüt adına anlamlı çaba göstermesi ve örgütte üyeliğinin sürdürülmesine güçlü bir arzu duyma durumudur (Hoş, 2015: 2).

Bu tanımlara bakılarak da örgütsel bağlılığa örgüt ve birey arasındaki ilişkinin niteliğidir denilebilir. Bireyler gerek maddi gerekse duygusal (manevi) nedenlerle örgütlerine bağlılık duymaktadırlar. Fakat cam tavan sendromuna maruz kalan çalışanlar hedeflerine ulaşamadıkları için hem maddi doyuma ulaşamamakta hem de duygusal olarak istediği mevkiye ulaşamayacağını düşündüğü için örgüte olan bağlılığı azalmaktadır (Şen, 2017: 36).

Nitekim örgütsel bağlılığı güçlü olmayan çalışanların örgüt içerisinde etkili ve verimli performans göstermesi söz konusu olmamaktadır.

5.1.4. Örgütsel Güvende Azalma

Örgütsel güven kurumlara odaklı bir güven türüdür. Örgütsel güven, genel tanımıyla örgüt üyelerinin örgütlerine karşı besledikleri güven eğilimi olarak tanımlanmaktadır (Ceylan ve Demircan, 2003: 140).

Örgüt içerisinde bütün örgüt üyelerinin katılımıyla oluşturulan psikolojik ortam örgütsel güven ortamıdır.

Örgütsel güvenin faydalarına baktığımız zaman (Okur, 2016: 50);

- ✓ İş görenin moralini yükseltir,
- ✓ Örgüte bağlılığı artırır,
- ✓ Örgüt içi ve örgütler arası iletişimi artırır,
- ✓ Stresi azaltır,
- ✓ Paylaşımaya teşvik eder,
- ✓ Ekip çalışmasına teşvik eder,
- ✓ Maliyetleri azaltır.

Cam tavan sendromunun yaşandığı örgütlerde ücret, terfi vb. gibi konularda eşitsizlik yaşanacak, çalışanların yöneticilerine, yöneticilerin işletmeye karşı duydukları güveni etkileyecektir.

5.1.5. Örgütsel Sessizlik

Örgütsel sessizlik; iş görenlerin iş yerleri, sorumluluklarındaki işleri ya da örgütün diğer eylemleriyle ilgili düşünce, fikir, endişe ve önerilerin dile getirmemeleri biçiminde sergilenen davranış halidir (Alparslan ve Kayalar, 2012: 137).

Cam tavan sendromunun sonucunda çalışanlar örgüte olan bağlılık ve güvenlerini kaybetmenin yanı sıra genellikle örgüt içindeki konularda da sessiz kalmayı tercih ederler. Bu durumun nedeni ise, kariyer hedeflerinin ve amaçlarının gerçekleşmeyeceğini düşünen bireyler fikirlerinin de dikkate alınmayacağını düşünmeleridir.

5.1.6. Örgütsel Sinizm

Sinizim; bir kişiye, bir gruba, ideolojiye, sosyal geleneğe ya da örgütlere karşı hissedilen hüsrana, hayal kırıklığı ve olumsuz duygularla ya da bu durumlara karşı duyulan güvensizlikle şekillenen tutumdur (Naus, 2017: 15).

Andersson vd. göre, sadece kendi çıkarını gözeten, çıkarlarını her şeyin üzerinde tutan ve nitekim herkesi çıkara kabul eden bireylere “sinik” bunu açıklayan düşünceye “sinizm” denilmektedir (Altınöz, Çöp ve Sığındı: 2011).

Nitekim örgütsel sinizmde bireyin içinde bulunduğu işletmeye karşı olumsuz tutumundan bahsedilmektedir. Bu nedenle örgütsel sinizm bireye olduğu kadar örgüte karşı da ağır sonuçlar doğurmaktadır. Bu sonuçlar genellikle iş yerinde memnuniyetsizlik, iş tatmininin azalması, motivasyonun düşmesi, performansın azalması şeklinde olmaktadır.

5.2. Cam Tavan Sendromunun Örgütsel Sonuçları

5.2.1. Maliyet Artışı

İşgücü maliyeti, personele ödenen ücret ve maaşlar, mesai ve izin ücretleri, ikramiyeler, sosyal yardımlar gibi ödemeleri içeren bir kavramdır (Aydağ, 2012: 112).

Maliyet işletmelerin stratejilerini yönlendirmede oldukça önemli bir rol oynamaktadır. İşletmelerin devamlılığını ve faaliyetlerini sürdürebilmeleri için maliyetlerini en aza indirmeleri gerekmektedir.

Cam tavan sendromu çalışanları olduğu kadar işletmeleri de etkilemektedir. Cam tavan sendromunun işletmelerdeki örgütsel sonuçlarından bir tanesi maliyet artışıdır.

Cam tavan sendromunun sonuçlarına bakıldığında, işletme için rekabet üstünlüğü oluşturabilecek ya da işletme verimliliğine katkıda bulunabilecek bireylerin kullanılmamasına yol açtığı görülmektedir (Aytaç, 1997: 27-28).

Bu durumlar nedeniyle çalışan personelin gönüllü ya da gönülsüz olarak işten ayrılması söz konusu olmaktadır. İşletmeler için iş görenin işten ayrılması, boş pozisyonun doldurulması ve yeni başlayan kişinin

işletme için verimli hale getirilmesi bir takım maliyetlere neden olmaktadır.

5.2.2. Devamsızlık Artışı

Devamsızlık, çalışan kişinin herhangi bir mazeret sunmaksızın işverene veya yöneticiye bilgi vermeden işe gelmemesi durumudur (Bacak ve Yiğit, 2010: 29).

Devamsızlık problemi, cam tavan sendromunun bir sonucudur. Özellikle kariyer hedeflerinin engellendiğini düşünen kadın çalışanları örgüt yapısı bir süre sonra sıkılaşmaya başlamaktadır. Yaptıkları işe karşı memnuniyetsizlikleri artan kadın çalışanların başarılı olmak için bir nedenleri kalmadığı düşüncesiyle zamanla örgütlerine olan bağlılıkları azalarak, devamsızlıkları artmaktadır.

Nitekim işletmeler için herhangi bir departmanda yaşanan devamsızlık sorunu bütün işletmeyi olumsuz yönde etkileyecek nitelikte olabilmektedir (Sezen, 2008: 65-66).

5.2.3. İş Gören Devir Hızı Artışı

İş gören devir hızı, bir dönem içinde bir işletmede oluşan işten toplam çıkış ya da giriş miktarının, o dönem içinde işletmede bulunan ortalama personel sayısına oranıdır (Günay,2018: 21).

İşletmelerin ücret ve terfi politikaları, ülkenin ekonomik konjonktürü, üst yönetim kademelerinde yaşanan sorunlar vb. gibi durumlar iş gören devir hızını etkileyebilmektedir.

Bir işletmenin iş gören devir hızının yüksek olması örgütsel bağlılığı, karı ve verimliliği düşürürken, işletmenin maliyetini de arttırmaktadır.

Cam tavan sendromunun bir sonucu olan iş gören devir hızındaki artış işletmeler için olumsuz sonuçlara sebebiyet vermektedir. Kariyer hedeflerinin gerçekleşmeyeceğini düşünen çalışanlar, iş yerinde memnuniyetsizlik yaşayıp örgütten ayrılma yoluna gitmektedirler.

İşletmeden ayrılan her çalışanın yerine yenisi alınmadığı takdirde, diğer çalışanlara ağır iş yükü ve ilave sorumluluk biner diğer taraftan işe yeni bir kişi başladığında ise onun eğitilmesi ve alıştırılması için ekstra bir süreç ve maliyet gerekmektedir (Çetin, 2011: 95).

Nitekim işten ayrılan her çalışan ve iş gören devir hızındaki her artış işletmeler açısından olumsuz bir durum yaratmaktadır.

5.2.4. Kalite ve Verimlilik Düşmesi

Kalite, Standartlara uygunluk, müşteri ihtiyaç ve taleplerine uygunluk derecesidir. Bir ürün veya hizmetin belirlenen ya da olabilecek ihtiyaçları giderme kabiliyetine dayalı özelliklerinin tümünü; verimlilik ise kaynakların doğru bir şekilde kullanımınıdır yani en az girdi ile en çok çıktıyı elde etmeyi ifade etmektedir (Oğuz, 2019: 1; Telli, 2010: 6).

Kalite bir nevi müşterilerin isteklerine cevap verebilmek, tüketicinin beklentisinin karşılanma derecesini ifade etmektedir.

Hizmet sektöründe kalite ise, müşteri ihtiyaç ve beklentilerine uygun olma, sürekli başarı, sunulan hizmeti eksiksiz ve hatasız gerçekleştirme,

ölçülebilen ve değerlendirilebilen müşteri memnuniyeti ile doğru orantılı bir kavramdır (Güven ve Çelik, 2007: 2).

İşletmelerde yaşanan cam tavan probleminin bir sonucu da işletmelerdeki kalite ve verimliliğin azalmasıdır. Kadın çalışanlara uygulanan cam tavan sendromu neticesinde yapılan işe ve işletmeye karşı duyulan bağlılık ve heves ortadan kalkmakta ve buna bağlı olarak verimli çalışma ortamı bulunmamaktadır.

Sonuç olarak ise cam tavan engelleri sonucu işten ayrılan kadınların yerine yeni başlayan personelin eğitim süreci, diğer çalışanlar ile uyum sorunu, iş gören moralinin bozulması gibi nedenlerle verimlilik ve hizmet kalitesinde azalma cam tavan sendromunun sonucudur (Sezen, 2008: 65).

6. CAM TAVAN ENGELLERİNİ KIRMAYA YÖNELİK STRATEJİLER

Çalışma hayatına baktığımız zaman cam tavan sendromunun kariyer hayatında önemli ölçüde bir engel oluşturduğu görülmektedir. Bundan dolayı bu olumsuz sonuçları kırmaya yönelik stratejiler geliştirilmiştir. Literatür taraması yapıldığında cam tavan sendromunu kırmaya yönelik temel stratejiler bireysel ve örgütsel olmak üzere iki boyutta incelenmektedir.

Cherian'ın cam tavanı kırmaya yönelik bir takım önerileri vardır. Bunlar (Cherian, 1993: 31) :

- Zor işlerde tartışmasız bir kapasite göstermeye çalışın

- Değişen iş ortamı için anlayışınızı geliştirin
- Şefleriniz ve yöneticileriniz ile işbirliği yapın ve sabırlı olun
- Karşılıklı saygıyı arttırın ve diğer çalışanlara karşı anlayışınızı geliştirin.

Cherian'ın kadınlara sunduğu bu tavsiyelerin yanı sıra örgütlere de sunmuş olduğu bir takım tavsiyeler vardır. Bunlar (Cherian, 1993: 31):

- Liderleri ve yöneticileri eğitim programlarına gönderme
- Kadınların medeni haklarını korumaya çalışma ve yurttaşlık sorumluluklarını yerine getirmesine izin verme.

Konuyla ilgili yapılmış olan çalışmalar incelendiğinde cam tavanı aşmaya yönelik temel stratejilerin alt başlıkları şu şekilde oluşturulmuştur.

Bireysel Stratejiler	Örgütsel Stratejiler
Üniversite ve mesleki eğitim edinme	Erkek egemen örgüt kültürünü değiştirme
Mentordan yardım alma	Kariyer geliştirme programları düzenleme
Sosyal ilişki geliştirme	Aile dostu iş yeri ve esneklik
Yüksek performans gösterme	Pozitif ayrımcılık

6.1. Bireysel Stratejiler

Çalışma hayatı içerisinde bulunan kadınların yükselmelerini engelleyen aynı zamanda kariyer sürecini yavaşlatan cam tavan sendromunu aşmada bireysel stratejiler oldukça önemli bir yere sahiptir. Bu stratejiler 4 başlık altında detaylı bir şekilde incelenecektir.

6.1.1. Üniversite ve Mesleki Eğitim Edinme Stratejisi

Cam tavan sendromu her ne kadar erkeklerde de yaşansa da genel olarak kadın çalışanlar ile ilişkilendirilmektedir. Nitekim cam tavan sendromunu aşmak için kullanılan en etkili yöntemlerden bir tanesi iyi bir eğitim almaktır.

Eğitim kadınların kariyer gelişimleri açısından oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü toplumsal yapıda olduğu gibi iş hayatı içerisinde de erkek egemen bir düzen mevcuttur ve bundan dolayı kadın çalışanların kendileri üzerindeki olumsuz ön yargıları yıkmak ve bunun yanı sıra ücreti yüksek olan ya da üst düzey yönetici pozisyonundaki işlere sahip olabilmeleri için eğitim seviyelerinin yüksek olması gerekmektedir.

Lewis ve Fagenson'a göre, üniversite ve mesleki eğitim bireyin kariyer basamaklarında ilerlemesi için önemli bir etkidir. Kadınlara yönelik cam tavan engeli oluşturan önyargıları kırabilmek için, kadınlar iyi bir eğitim alarak yüksek yönetim pozisyonlarını hak ettiklerini gösterebilmektedirler (Korkmaz, 2014: 11).

Sonuç olarak tüm dünya genelinde erkeklere oranla kadınların eğitim olanaklarından yeterli bir şekilde yararlanmamaları ve bunun sonucunda da iş hayatı içinde sorunlarla karşılaştıkları görülmektedir. Bu sorunlar neticesinde meydana gelen cam tavan sorununu aşmak için ise kadınlar üniversite eğitimi veya mesleki eğitim almalıdır.

6.1.2. Mentordan Yardım Alma Stratejisi

Cam tavan engellerini kırmaya yönelik temel stratejilerden bir diğeri mentordan yardım alma stratejisidir.

Bu strateji en genel haliyle bir örgütte daha az deneyim ve bilgiye sahip bireye, kariyerinin geliştirilmesi amacıyla daha üst düzeyde bilgi ve deneyime sahip bir birey tarafından yardım ve destek sağlama süreci olarak tanımlayabiliriz (Niehoff, 2006: 322).

Mentorlar sahip oldukları bilgi, tecrübe ve deneyimleri astlarına aktarır ve böylece onları yönlendirerek geliştirir.

Bugünün örgüt kültüründe önemli bir kariyer geliştirme aracı olan mentordan yardım alma stratejisi özellikle kadın çalışanlar açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Çünkü mentorlar erkek egemen örgüt kültüründe kadınların kuralları tam anlamıyla bilmelerini ve üst yönetim kademelerine daha kolay tırmanmalarında yardımcı olurlar. Nitekim mentorlar kadın çalışanların uzun dönem içerisindeki amaçlarını ve bu amaçlara nasıl ulaşacaklarını belirlemede önemli bir yere sahiplerdir.

6.1.3. Sosyal İlişki Geliştirme

Erkek egemen örgüt kültüründe kadınların sosyal ilişki geliştirmeleri iş dünyası içinde uyumlarını kolaylaştırması açısından oldukça önemlidir. Nitekim sosyal ilişki geliştiren kadın çalışanlar iş hayatında kabul görmüş davranış şekillerinin ve üslupların farkına vararak kariyer gelişimlerine önemli bir katkı sağlayarak cam tavan engellerini de daha kolay kırarlar.

Morrison ve arkadaşlarına göre, kadınlar yüksek yönetim pozisyonlarına gelebilseler bile sosyal ilişki ağlarına zor girdikleri için erkeklerden daha çok dezavantajlı durumdadırlar (Anafarta, Sarvan ve Yapıcı, 2008: 119).

Nitekim çalışma hayatında kurum içinde sosyal ilişkilerin geliştirilmesi, erkek egemen iş hayatına kadınların adaptasyonunu kolaylaştırarak, kadınların kariyerlerinde de önemli avantaj sağlar.

6.1.4. Yüksek Performans Gösterme

Bu strateji genel olarak 3 ana husustan oluşmaktadır; beklenenden daha fazla çalışmak, diğer adaylara oranla daha fazla çalışmak ve özel yetenek ve beceri geliştirmek (Halo, 2015: 33).

Ragins ve arkadaşlarının 1998 yılında yaptıkları çalışmaya göre, kadınların istikrarlı şekilde beklenilenin üzerinde performans göstermeleri, onların kariyer geliştirmelerinde vazgeçilmez bir stratejidir (Erçen, 2008: 41).

Bu strateji ile ilgili gerek ulusal gerekse uluslararası araştırmalara bakıldığında erkek yöneticilere göre kadın yöneticilerin daha genç ve eğitimli oldukları görölmektedir. Bu kaynaklar bazında erkeklerle aynı konuma gelebilmek için kadınların daha iyi vasıflara sahip olmaları gerektiği söylenebilir.

Kadın çalışanlar iş hayatlarında daha yüksek performans göstererek kendilerini kanıtlama yoluna girerler. Nitekim kadınlar sahip oldukları yetenek ve becerilerini kullanabilecekleri işleri tercih ederek mevcut işlerinden ayrılabilirler. Bunu yaparak kadın çalışanlar üst yönetim kademelerini hak ettiklerini sergilemektedirler.

Günümüzde erkek egemen örgüt kültürü kadınların iş hayatının yanı sıra ev içerisinde de sorumluluklarının olması ve toplumsal yapının oluşturduğu kadının iş hayatında erkeğe oranla daha az donanımlı olduğu inancı gibi birçok nedenden dolayı kadınlara iş hayatında yüksek kariyer yapmak için erkekten daha fazla çalışması empoze edilmiştir. Tüm bu nedenlerden ötürü kadınlar iş hayatı içerisinde beklenenin üzerinde performans sergileyerek yetenek ve becerilerini ispatlamaya çalışırlar.

6.2. Örgütsel Stratejiler

Çalışma hayatı içerisinde kadınların yükselmelerini engelleyen ve aynı zamanda kariyer süreçlerini yavaşlatan cam tavan sendromunu aşmada bireysel stratejilerin yanı sıra örgütsel stratejilerden de oldukça yararlanılmaktadır. Bu stratejiler 4 ana başlık altında incelenecektir.

6.2.1. Erkek Egemen Örgüt Kültürünü Değiştirme Stratejisi

Günümüz erkek egemen örgüt kültürlerinde işletmelerde düzenlenen eğitimlerde kadın çalışanların erkek kültürüne uyum göstermeleri amaçlanmaktadır. Fakat bu durumun aksine kadınların cam tavan engelini aşmaları için işletmelerin örgüt kültürlerini bu oranda değiştirmeleri gerekmektedir.

Lockwood'a göre cam tavanı kırmak için örgüt kültüründeki değişim şu süreci içermelidir (Şen, 2017: 50-51) :

- Örgüt kültürünü test etmek gereklidir. İnsan kaynakları politikalarının, örgütün biçimsel ve biçimsel olmayan kültürünün adil olup olmadığına; kadınların ve erkeklerin kültürü ve uygulamaları nasıl algıladığına, örgütteki politika ve programların güçlü ve zayıf yönlerine bakılmalıdır.
- Örgüt değişimi başlatmak ve çalışanları buna teşvik etmek gerekmektedir.
- Kariyer gelişiminde kadınlar eğitilmeli ve desteklenmelidir.
- Örgütteki değişimi ölçmek için örgüt kültürü yeniden test edilmelidir.

6.2.2. Kariyer Geliştirme Programları Düzenleme Stratejisi

Cam tavan engellerinin kırılmasında etkili rol oynayan stratejilerden bir tanesi de kariyer geliştirme programlarının düzenlenmesidir. Bu programlar iş hayatı içerisinde kariyer geliştirme ve üst yönetim

kademelerine ilerleme konusunda potansiyele sahip çalışanlara sunulmaktadır.

Knutson ve Schmidgall'ın çalışmalarında bahsettikleri gibi; kadınların mevcut işini değiştirme nedenlerinin ilk sırasını, yeni bilgi edinme ve beceri kazanma istemeleri oluşturmaktadır (Halo, 2015: 33).

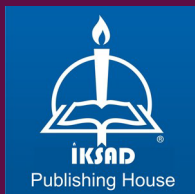
Nitekim işletmeler de kariyer geliştirme programları düzenleyerek kadın çalışanların işletmeden ayrılmasını önlemektedir.

Kariyer geliştirme konusundaki faaliyetlerin içeriğinde; danışmanlık, yazılı eserler, atölye uygulamaları, alıştırma kitapları, işte yer değiştirme, iş zenginleştirme, örgütsel yedekleme, eğitim ve geliştirme grupları, koçluk, kariyer rehberliği, mentorluk gibi değişik kariyer geliştirme programları vardır (Salihoğlu, 2014: 39).

KAYNAKÇA

- Balay, R. (2005). Yönetici ve öğretmenlerde örgütsel bağlılık. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Barutçugil, İ. (2002). İş hayatında kadın yönetici. İstanbul: Kariyer Yayınları.
- Besler, S. ve Oruç, İ. (2010). Türkiye’de ve Yazılı Basında Kadın Yöneticiler , Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10(1), 17-31.
- Bilginar, Y. (2015). Meslekli ayrımcılık: erkek hemşirelerin yaşadığı sorunlar. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Edirne.
- Doğan, S. ve Kılıç, S. (2007). Örgütsel Bağlılığı Sağlamada Personel Güçlendirmenin Yeri ve Önemi. Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi, (29), 37-61.
- Erdirençelebi, M. ve Karakuş, G. (2018). Kadın Çalışanların Cam Tavan Sendromu Algılarının İş tatminleri ve Örgütsel Bağlılıkları Üzerindeki Etkisini Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma. İşletme Araştırmalar Dergisi, 10(3), 95-119.
- Güzel, B. (2009). Kadın çalışanların kariyer engellerinin örgütsel bağlılık üzerine etkisi: Dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama (Doktora tezi).Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İzmir.
- Halo, L.M. (2015). Cam tavan sendromu ve güç mesafesi ilişkisi: akademisyenler üzerinde uygulamalı bir araştırma. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.
- Imam, A. ve Shah F. T. (2013). Impact of Gender Bias on Organizational Commitment: An Empirical Study of Glass Ceiling Practices in Corporate Sector of Pakistan.Human Resource Management, (57), 14111-14115.
- Irmak, R. (2010). Cam tavan sendromu- bir hastane uygulaması. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İzmir.
- İnce, M., ve Gül, H. (2005). Yönetimde yeni bir paradigma: örgütsel bağlılık. Ankara: Çizgi Kitabevi.
- İpçioğlu,İ, Eğilmez, Ö. ve Şen, H. (2018). Cam Tavan Sendromu: İnsan Kaynakları Yöneticileri Bağlamında Bir Araştırma. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10(25), 686-709.

- Lockwood, N. (2004). Domestic and International Perspectives. HR Magazine, 1-10.
- Öğüt, A. (2006). Türkiye’de Kadın Girişimciliğin ve Yöneticiliğin Önündeki Güçlükler Cam Tavan Sendromu, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 1(1), 56-78.
- Örücü, E, Kılıç R. ve Kılıç, T. (2007). Cam Tavan Sendromu ve Kadınların Üst Düzey Yönetici Pozisyonuna Yükselmelerindeki Engeller: Balıkesir İli Örneği, Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 14(2), 117-135.
- Öztürk, A. (2011). Kadın öğretim elemanlarının cam tavan sendromu üzerine bir araştırma: Ankara Üniversitesi örneği. (Yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü: Ankara.
- Öztürk,M. (2013). Örgütsel bağlılık ve sağlık çalışanlarının örgütsel bağlılık düzeyleri: Kırklareli örneği. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.
- Öznlü, D. (2013). Cam tavan sendromunun örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik bir araştırma.(Yüksek lisans tezi). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Kütahya.
- Sönmez, P. S. ve Bayraktar, O. (2017). Cam tavan sendromunun tükenmişlik sendromu ile olan ilişkisinin örgütsel bağlılığa olan etkisinin sonuçları (Tartışma Metinleri). İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü: İstanbul.
- Şen, H. (2017). Cam tavan sendromuna yol açan faktörler ve çıkış yollarının incelenmesi: insan kaynakları yöneticileri bağlamında bir araştırma. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Şeyh Edebalı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Bilecik.
- Şişman, M. (1994). Örgüt kültürü. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınevi.



ISBN: 978-625-8405-34-7