

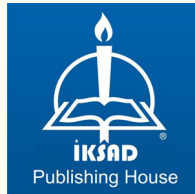
SOSYAL BİLİMLERDE SEÇME KONULAR-8

EDİTÖRLER

Doç. Dr. Hasan ÇİFTÇİ

Dr. Merve ERDOĞAN

Dr. Mehmet DEMİRDÖĞMEZ



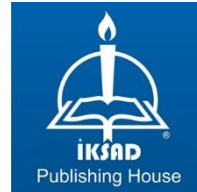
SOSYAL BİLİMLERDE SEÇME KONULAR-8

EDİTÖRLER

Doç. Dr. Hasan ÇİFTÇİ
Dr. Mehmet DEMİRDÖĞMEZ
Dr. Merve ERDOĞAN

YAZARLAR

Prof. Dr. Tansel TÜRKDOĞAN
Prof. Dr. Ziyet ÖNDOĞAN
Doç. Dr. Abdulkadir GÜZEL
Doç. Dr. Hatice AYDIN
Doç. Dr. Mehmet Ragıp GÖRGÜN
Doç. Dr. Ömer ASAL
Doç. Dr. Pınar AKSOY
Dr. Öğr. Üyesi Ece Nüket ÖNDOĞAN
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet BOZKOYUN
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ÖZCANLI
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet YILMAZ
Dr. Öğr. Üyesi Nilşah CAVDAR AKSOY
Dr. Öğr. Üyesi Okan ÇOLAK
Dr. Öğr. Üyesi Ömer ATALAY
Dr. Öğr. Üyesi Ömer Faruk KADAN
Dr. Öğr. Üyesi Songül MOLLAOĞLU
Dr. Öğr. Üyesi Zühal Özdemir YAMAN
Öğr. Gör. Dr. Yasin YILMAZTÜRK
Arş. Gör. Dr. Çağatay AKDOĞAN
Arş. Gör. Dr. Rahşan TOPTAŞ
Dr. Benan GÖK
Dr. Mahmut KUTLU
Dr. Nezahat ÇETİN
Arş. Gör. Furkan DEMİRTAŞ
Uzm. Bekir AKGÜN
Doktorant Nihal YAZICI
Derya ÖLMEZ ARITÜRK
Hüseyin Mete ÜNAL
M. Reza PASHAYİ
Zafer BOZKURT



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 Publicator: 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: 978-625-6955-36-3

Cover Design: İbrahim KAYA

December / 2022

Ankara / Turkey

Size = 16x24 cm

İÇİNDEKİLER

EDİTÖRDEN

ÖNSÖZ

Doç. Dr. Hasan ÇİFTÇİ

Dr. Mehmet DEMİRDÖĞMEZ

Dr. Merve ERDOĞAN.....1

CHAPTER 1

LEADERSHIP STYLES AND CORPORATE CULTURE INFLUENCING THE PERFORMANCE OF INSTITUTIONS: A REVIEW OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS

Hüseyin Mete ÜNAL

Zafer BOZKURT.....3

BÖLÜM 2

HEMŞİRELERİN ÖRGÜTSEL ADALET ALGILARINA YÖNELİK LİTERATÜR İNCELEMESİ

Doktorant Nihal YAZICI.....19

BÖLÜM 3

TÜKETİCİ BAKIŞ AÇISIYLA MOBİL ÖDEME SİSTEMLERİ

Dr. Öğr. Üyesi Nilşah CAVDAR AKSOY.....43

CHAPTER 4

AN OPTIMAL CONTROL PROBLEM FOR CASH FLOWS

Assist. Prof. Dr. Ömer ATALAY.....73

BÖLÜM 5

TÜRKİYE'DEKİ COĞRAFYA BÖLÜMLERİNDE ARAZİ KULLANIMI ÜZERİNE YAPILMIŞ LİSANSÜSTÜ TEZLERE YÖNELİK BİR İÇERİK ANALİZİ

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet BOZKOYUN.....81

BÖLÜM 6

KIBRIS: BATI KISKACINDA BİR ADA İKİ DEVLET SORUNU

M. Reza PASHAYI.....101

BÖLÜM 7

“JOSEPH THE PROPHET” FİLMİNDE MECAZİ AŞKTAN HAKİKİ AŞKA GEÇİŞ

Dr. Mahmut KUTLU.....135

BÖLÜM 8 DİJİTAL PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE OYUNLAŞTIRMA Doç. Dr. Hatice AYDIN.....	169
BÖLÜM 9 GES'LERİN ULAŞIM AĞINA GÖRE UYGUNLUK ANALİZİ: ŞANLIURFA İLİ ÖRNEĞİ Doç. Dr. Abdulkadir GÜZEL Uzm. Bekir AKGÜN.....	185
BÖLÜM 10 SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA Öğr. Gör. Dr. Yasin YILMAZTÜRK Arş. Gör. Dr. Çağatay AKDOĞAN.....	207
BÖLÜM 11 AKADEMİK ERTELEME KONUSUNDA TÜRKÇE LİTERATÜRDE YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR Arş. Gör. Furkan DEMİRTAŞ Doç. Dr. Mehmet Ragıp GÖRGÜN.....	239
BÖLÜM 12 ÇİN VE GÜNEY KORE BÜYÜME MODELİNİN DİNAMİKLERİ Doç. Dr. Mehmet Ragıp GÖRGÜN Arş. Gör. Furkan DEMİRTAŞ.....	263
BÖLÜM 13 FOR-PROFIT AND NON-PROFIT ORGANIZATIONS AND THEIR BOARDS Dr. Benan GÖK.....	287
BÖLÜM 14 BOSNA-HERSEK SAAT KULELERİ VE GORNJ VAKUF SAAT KULESİ Arş. Gör. Dr. Rahşan TOPTAŞ.....	323
BÖLÜM 15 VEJETARYEN TÜRK MUTFAĞI Dr. Öğr. Üyesi Zühal Özdemir YAMAN.....	351

BÖLÜM 16

MODADA HAZIR GIYİM TASARIMI VE ÜRETİMİNDE DİJİTAL TEKNOLOJİ KULLANIMI

Prof. Dr. Ziyet ÖNDOĞAN

Dr. Öğr. Üyesi Ece Nüket ÖNDOĞAN.....389

BÖLÜM 17

ERGANİ İLÇESİNDE TARIMSAL ARAZİ KULLANIMI VE COĞRAFI PLANLAMAYA DAİR ÖNERİLER

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ÖZCANLI.....411

BÖLÜM 18

ERKEN ÇOCUKLUK DÖNEMİNDE KARDEŞLER ARASI İLİŞKİLER VE KARDEŞ KISKANÇLIĞI

Doç. Dr. Pınar AKSOY.....443

BÖLÜM 19

GIYSİ TASARIMINDA “KIZILDERİLİ ETNİK KÜLTÜRÜ”NÜ KULLANARAK YENİ TASARIMLAR OLUŞTURMA

Dr. Nezahat ÇETİN.....461

BÖLÜM 20

KAZALARIN MEDYA ARACILIĞIYLA YANSITILMASI

Derya ÖLMEZ ARITÜRK

Doç. Dr. Ömer ASAL.....491

BÖLÜM 21

TURİZM İŞLETMELERİNDE STOK YÖNETİMİ

Dr. Öğr. Üyesi Okan ÇOLAK.....505

BÖLÜM 22

YENİ BİR KENTSEL KOLEKTİF TÜKETİMİ

Dr. Öğr. Üyesi Songül MOLLAOĞLU

Prof. Dr. Tansel TÜRKDOĞAN.....529

BÖLÜM 23

SOSYAL HİZMETLER AÇISINDAN SOSYAL RİSK KAVRAMI

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet YILMAZ.....555

BÖLÜM 24

YARATICI DRAMA VE YABANCI DİL OLARAK TÜRKÇE ÖĞRETİMİNDE KULLANIMI

Dr. Öğr. Üyesi Ömer Faruk KADAN.....567

ÖNSÖZ

Beşeri bilimler, Toplum bilimleri gibi isimlerle de adlandırılmış olan “Sosyal bilimlerin” konusunu insan yaşamı ve toplum oluşturmaktadır. Sosyal bilimler; toplumsal olayları, öğretileri, kültürleri, hukuk sistemlerini ve ekonomik parametrelerini inceleyen bilim dallarının ortak adıdır. Toplumların sosyo-kültürel yapısını inceleyen bilim türleri dışında tarihini, birbirleriyle olan etkileşimlerini ve ana özelliklerini inceleyen birçok disiplin de sosyal bilimler arasında yer almaktadır. Fen bilimleri ve felsefe ile birlikte, toplumların gelişmesinde öncü rol oynayan, bilimsel yöntemlerle elde edilen bilgilerin insanların hayatını kolaylaştırmak amacıyla kullanılan Sosyal bilimler, insan yaşamını inceleyen disiplinler bütünüdür. Tarih, coğrafya, sosyoloji, antropoloji, psikoloji, iktisat gibi birçok bilimin bir araya gelerek sistemli şekilde oluşturulmasıyla sosyal bilimler elde edilmektedir. Sosyal bilimler çalışmaları disiplinler arası oluşturulan bilgileri kapsadığı gibi herhangi bir konu üzerinde de yapılan araştırmalar ile amacına uygun olarak belirlenen yöntemlerle yapılan çalışmaları da içerisinde barındırmaktadır. Enflasyonun nedenlerinden, insanların oy verme davranışlarına, küreselleşmenin boyutlarından, işsizliğin sonuçlarına ya da bir medeniyetin tarihteki yeri ve önemine kadar pek çok konu ve sorun sosyal bilimler tarafından incelenip araştırılmaktadır. Araştırma sonuçları ise daha iyi bir toplumsal yaşamın inşasında, bireysel ve toplumsal sorunların çözümünde, toplumun aksayan yönlerinin tespit edilmesinde ya da geçmişe ilişkin belli noktaların aydınlatılmasında kullanılmaktadır.

Editörü olduğumuz “Sosyal Bilimlerde Seçme Konular-8” kitabımız, Türkiye’de Sosyal Bilimler alanında çeşitli konularda çalışmalar yapmış değerli bilim insanlarımız tarafından Türkçe ve İngilizce dillerinde yazılmış farklı disiplinlerdeki çalışmalar derlenerek oluşturulmuştur. Kitabın oluşmasına katkı sunan Akademisyenlerimize ve kitabın yayın hayatına

başlaması, okuyucular ve araştırmacılar ile buluşmasına imkân sağlayan İKSAD Uluslararası Yayınevi'ne teşekkür ediyoruz.

Kitabımızın öncelikle akademik camiaya ve sosyal bilimler alanı ile ilgili araştırma ve çalışma yapan herkese katkı sağlayacağı ümidindeyiz.

Editörler

Doç. Dr. Hasan ÇİFTÇİ
Dr. Mehmet DEMİRDÖĞMEZ
Dr. Merve ERDOĞAN

CHAPTER 1

LEADERSHIP STYLES AND CORPORATE CULTURE INFLUENCING THE PERFORMANCE OF INSTITUTIONS: A REVIEW OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS

Hüseyin Mete ÜNAL¹

Zafer BOZKURT²

¹ Adana Provincial Directorate of National Education, Çukurova Martyr Yılmaz Bozkurt Secondary School Directorate- Education –School Principal
e-mail:ruzgarcem44@gmail.com, Orcid ID:0000-0001-8121-6820

² Adana Provincial Directorate of National Education, Adana Çukurova Martyr Yılmaz Bozkurt Secondary School Directorate- Education- Assistant Director, e-mail:zaferbozkurt01@hotmail.com, Orcid ID:0000-0002-1660-4293

INTRODUCTION

Today, with the effect of globalization, developments in information and communication bring changes in every stage of social life. Institutional structures in social life and the factors affecting these structures are re-examined. For this purpose, it is tried to keep up with the speed of change. Among these institutions, educational institutions are very important in terms of their direct and indirect functions. In order to make reforms in these institutions, it is a need for managers to have leadership qualities and to create a constructive organizational culture that is open to innovations in these institutions.

A lot of research has been done on the leadership that has emerged with the existence of human beings. The leading people who mobilize and direct the masses have been wondered and tried to be understood. The first theory put forward to satisfy this curiosity is the theory of properties. According to this view, leadership is an innate concept that is reserved for noble people.

In the organizations that people run, no matter how well the organization is organized, it is the people who will carry it out and keep it alive. We can also see schools as an organization. Education is a multifaceted initiative and has the weight of various groups. In this respect, the school administrator should show sensitivity towards the teachers and other stakeholders who make up the informal organization and structure, especially at the unit level, for example in the school. He must plan and manage the organization very well. In this way, it realizes its goals.

Human relations principles, which are seen as applicable in many areas of management, are necessary and useful especially in personnel management. The training manager can realize the responsibility of coordinating the knowledge and skills of various specialists by being a good personnel manager. (Elma and Demir, 2004). The training manager can realize the responsibility of coordinating the knowledge and skills of various specialists by being a good personnel manager. Education is a multifaceted initiative and feels the weight of various groups. In this respect, the education manager must show sensitivity towards these groups that make up the informal organization and structure, especially at the unit level, for example in the school. (Elma and Demir, 2004). While these discussions aimed at rediscovering the human being continued, changes in the meaning attached to the concept of leadership emerged with the

Second World War. For this reason, it is aimed to determine the factors affecting leadership and to reveal the most appropriate leadership style.

1. Leadership Concept

Man, as a social being, has to take part in the group to satisfy personal needs. Without forming a group, it is not possible for people to live alone as individuals and meet all their wants and needs (Karkin, 2004, 44). As well as being social creatures living in groups, humans are also beings who need leaders to manage the groups they form and lead them to goals. All people need leaders for good and bad days. Just as they learn from their experiences with teachers, administrators, coaches, clergy, and elected officials, the attitudes and behaviors of leaders strongly influence the performance of the group and the satisfaction that group members receive from their jobs. Leaders can either keep the group together or disperse it. The formation and mobilization of groups of people oriented towards specific goals and objectives requires a separate skill and persuasion skills that are not easy in every person (Eren, 1993; Gordon, 2002, p.4). In order to understand the concept of leadership well, the following two points must first be emphasized. First, people need to be managed and/or managed, depending on their personality structure. The second is the existence of an affecting-influenced or leader-follower relationship in a process that extends from formal organizations with subordinate-superior relationships to family groups with an informal structure. The spread of leadership over such a wide area and the need to be a leader or to be attached to the leader in everyone has led to a lot of research on the subject, many branches of science, management science, sociology, psychology, biology, etc. - have tried to define leadership from their own point of view. In this context, it is possible to come across many different definitions of leadership in the literature (Karkin, 2004, p.44). Therefore, a certain consensus has not yet been reached on the definition of the phenomenon of leadership, which has an important place in the organizational, social, and political life of people (Özalp et al., 1992: 162). Leadership can be defined as the ability to persuade people to direct them to certain goals in general, and the leader is the person who gathers the group members together and motivates them to the group goals (Ünüsün, 1997: 82). In a nutshell, leadership is the art of getting others to do business by influencing them. Leadership can be defined as the ability to persuade people to direct them

to certain goals in general, and the leader is the person who gathers the group members together and motivates them to the group goals (Ünusan, 1997: 82).

When the definitions given above are examined, it becomes clear that the presence of some elements is needed to talk about the leadership process. These are (Özalp et al., 1992, p.163);

1. The presence of a group of people called spectators,
2. Effective use of motivation, interaction, and communication processes,
3. Determination of a common purpose or objectives that include the objectives of the audience,
4. Coordination and direction of the efforts and behaviors of the audience in line with the determined objectives,
5. It can be expressed as the presentation of the power and influence of the leader not by force, but to the reception of the audience

As can be seen, the concept of leadership, human, influence, purpose activation, direction, vision, and process concepts come to the fore. As we mentioned earlier, leadership is a condition that arises in the presence of another. In other words, another person is an indispensable condition for fulfilling the leadership function. The leader will ensure the realization of these goals by uniting and influencing others around a specific goal. The conclusion that emerges from this is that these elements interact with each other.

In recent years, in parallel with the rapid change in the management literature, several changes have been observed in leadership definitions. Rapid developments in information and communication technology have led to the concept of leadership gaining meaning beyond its meanings in the literature. As a result of these developments, leadership is no longer perceived as a personality, a characteristic of a certain status and staff, nor a form of behavior (Erdil and İmamoğlu, 1998: 125). The main reason why leadership has transformed from people who used to be "heroes" or "directors, who make basic decisions and mobilize others" to change-makers, participants, and designers, is that knowledge has ceased to be an element that is monopolized only by certain people (Erdil and İmamoğlu, 1998, p.125).

The leader must dream, challenge, be open to innovations, and motivate the employee to realize his thoughts. In doing so, rather than using the power derived from his position, he should prefer to develop relationships based on trust and trust by making alliances with employees and others, by cooperating and cooperating with them. In this respect, empathy, reliability, success, open communication, and honesty are extremely important points of departure. The leader should aim not only to improve himself/herself but also to develop the potential of the employees (Öztürk, 2002: 58).

As can be understood from the above explanations, the leader is the person who sets goals for the group members and guides them on how to achieve these goals. The orientation process tries to be realized by making the goals and objectives meaningful for the members, in other words, by influencing them. Although there is no consensus among social scientists, the characteristics that should be present in a leader are as follows (Erdil and İmamoglu 1998, p.125):

- Having a vision and innovation,
- Vision transfer (communication),
- Mobilizing subordinates around vision,
- Schedule
- Understanding – understanding – trust.

2. Leadership and Management

Although leadership and management are close concepts, they are not equivalent words. Manager and leader express different characteristics, roles, and behaviors. A manager is a person who harmoniously assembles and employs the means of production such as people, money, tools, equipment, machinery, etc. to realize a number of objectives within a period of time and under changing environmental conditions. In doing so, it uses the existing organizational structure, customary methods, and certain sources of authority (Commission MEB, 2001). Leadership and management definitions; It has been seen that social, institutional, individual differences, perceptions about the current time, expectations, developed approaches and findings have differentiated over time.

The relationship between the concepts of leadership and management has been one of the most discussed topics in the field of management (Arıkan 2003, p.2). Although the concept of manager is often used to include leadership, these two concepts are quite different from each other because of the purpose they serve. Not every manager can be a leader, and not every leader can effectively perform his managerial function.

The difference between leadership behavior and managerial behavior can be stated as follows;

If there is no one following the person who thinks he is the leader, that person has just gone for a walk. (John Maxwell)

Leadership is the capacity to turn vision into reality. (Wemen Bennis)

Leadership is the ability to get supporters. (John C. Maxwell)

Management is the use of the organizational structure and procedure that exists to achieve the objectives of an organization. Leadership, on the other hand, is the initiation of a new structure and procedure to achieve or change the goals of an organization. According to this distinction, the words "protection" for management and "renewal" for leadership can be expressed as key concepts (Hawthorn 1987, p.146).

-Managers basically control the employees and try to direct them towards the set goal; leaders meet the basic needs of the audience and motivate them towards the goal (Karkın, 2004: 48).

-Functionally, managers are interested in planning, budgeting, organizing, while leaders undertake functions such as directing, directing, and integrating.

The right to govern others is given by higher authorities and the right to lead is given by the audience (Karkın, 2004: 48). That is, leadership is a person-specific situation rather than an organizational gain and is accepted as the ability to influence and motivate others (Jackson 1993, p.105-106).

A manager can have dynamic power through legal powers, as well as gain power because of the support provided by the group members. That may not always be the case. Not every executive with legal authority will hold the position of leader, nor does every leader have to have legal powers. There may even be more than one leader in an organization according to the situation and time. Just as there are managers who do not have leadership qualities, there may

also be leaders who do not have a managerial role. The ideal situation is that the manager also has leadership qualities (Korkut, 1992, p.159-160).

1.3. The Importance of Leadership

Due to the rapid change in the 21st century, the importance of management is increasing in societies that need organization and in all branches of business life. The ability of managers to perform the tasks expected of them in the best way is closely related to the leadership qualities they have. It cannot be said that every manager has leadership qualities. However, to be a good manager, there is no doubt that it is necessary to have leadership skills at the same time (Önal, 2000, p.108).

Leadership; enables employees to voluntarily strive to achieve organizational goals. The manager is only the people who depend on him; he can be their leader if he allows it to influence his thoughts, attitudes, and behaviors. If the manager does not enjoy it while influencing their thoughts, attitudes, and behaviors, then it can only be said that there is a manager, not a leader. Ideally, the manager should also have the title of leader. Because leadership and management are the two sides of the success coin that complement each other (Genç, 1995: 30). In particular, great leaders mobilize employees and can serve as a role model for individuals who are passionate and prone to initiative (Goleman et al., 2002, p.15). Thus, as a role model, the leader who arouses passion and excitement in the employee makes an important contribution to organizational efficiency.

In ancient times, people gained honor and fame according to the socio-economic status of their families. The only reason they came to their positions of ruler was because they came from a noble family, believing that directing was a right bestowed upon them by God. For this reason, for a long time, people did not question and accepted these rights. But in history, a slave like Spartacus could gather other slaves around him and demand rights and freedom. A commoner like William Wallace could challenge kings. Even though such people were in the minority, what made them leaders? What characteristics made them leaders in the eyes of thousands of people vis-à-vis other nobles and kings who believed that government was a right given to them? With such questions being asked frequently, researchers have tried to understand the

characteristics of leaders and have begun to make efforts in this direction (Lawless, 1979, p.403).

Over time, when it became clear that an effective result could not be obtained from the studies on physical characteristics, the personality characteristics of the leaders began to be emphasized. Among the personality traits of leaders, many characteristics such as goal, ability to set direction, friendship, love, honesty, professional competence, determination, comprehension ability, teaching ability and faith were subjected to research (Knudson, 1978, p.236) When the studies evaluating the physical and personality characteristics of the leaders could not produce satisfactory results, the researchers were able to draw attention to the group managed rather than the leader with the effect of the research conducted by Ohio State University. have begun. In this approach, "the behavior of the leader and how these behaviors affect the group and how these behaviors are affected by the members who make up the group" are emphasized. Environment after group and leader; in other words, the situation began to take place in leadership theories (Luthans, 1992, p.273). "There is no leadership without understanding people. He understands that it should be done together with people in his leadership who understands people" (Yavuz, 2015, p.9).

"Education cannot be managed without training management" (Yavuz, 2015, p.1).

"There is no disease. There is a sick" (Hippocrates, Anonymous). Then there are those who are not sick. Just as not everyone can be prescribed the same, some people don't need a prescription. The same treatment method cannot be applied to every patient, and leaders should not treat every employee in the organization in the same way. Everyone should be aware of their talents and give them roles and responsibilities accordingly. He should be aware of his feelings and act accordingly.

Leaders prefer to treat all stakeholders fairly than to treat them equally. Being equal does not always mean being fair, what is fair is acting according to need among equals. For example; You can divide a cake evenly among 3 children aged 5, 10 and 14, which means you are treated equally, but it also means that you are not fair. Because the needs of each of them are different. That's the way it is in leadership. It is necessary to know the group well and to act and direct according to their abilities and capacities.

Knowing the group they lead very well, they go in front of some of them for a while, they go after some, they can go after others. Leadership is not always about being ahead. Staying behind doesn't diminish leadership. Sometimes staying behind is also a leadership approach. One of the best examples of this may be that the coaches of some football teams watch the matches from the places where they can see much better from the stands, not from the sidelines, in order to see their team better. Leaders who act this way can be more successful.

1.4. Management and Training Management

Management is the sum of the efforts made to ensure the cooperation of a group of people in order to achieve a certain goal. Management consists of planning, organizing, executing, communication, supervision, and training processes of employees. Management is the most important organ that a structure called "organization/institution" has for its survival and development. It is not possible to talk about the success and sustainability of organizations with a solid and improperly structured management.

Educational management is the process of implementing general management in the field of education. It tries to reveal how the processes related to management are reflected in the field of education.

1.5. Executive and Leadership Models

Leadership and management definitions; It has been seen that social, institutional, individual differences, perceptions about the current time, expectations, developed approaches and findings have differentiated over time. In addition, there are different models of management and leadership.

Today, many leadership models can be mentioned. For example, according to Goleman, there are six leadership models known for their research on Emotional Intelligence (Goleman et al., 2003).

Challenger Leader: "Do as I tell you". Pressure is the most basic element. It is not adopted and receives reaction.

Authoritarian Leader: Acts with the "follow me" method. Since they want to retain all the powers, they are left alone.

The Leader Who Establishes Closeness: There is a "people first" approach. The tendency to please everyone hinders the way things work.

Democratic Leader: "What do you think?" His question is fundamental. Increases participation and joint decisions.

Exemplary Leader: "Do it the way I did and do it now". High expectations and not paying attention to individual differences can tire people out and discourage them.

Guiding Leader: Prepares people for the future with questions like "What can you do?"

The way leaders participate in decision-making processes may vary. This difference determines their leadership attitudes and can occur at different levels, from democratic to authoritarian.

2. School Leader as Facilitator

Facilitating leadership, which can frame the roles such as developing harmony and cooperation in schools, creating a common vision, taking on the role of change leader in school, supporting the training and development of employees, planning and providing resources, facilitating learning, supporting motivation within the school, managing with values, empowering teachers and controlling the process, responding to the inevitable needs of today's schools with these management features can give. Facilitating leaders; they must have effective communication skills, be aware of what they want for themselves and the group they manage, be consistent and sincere in their beliefs, flexible in their practice, and tolerant of differences (Berry, 1993).

The facilitating leader proceeds from the fact that the school is one with the environment and society. Both the community, the environment and the school are in constant interaction and change. Managing interaction and ensuring that change serves the school's purposes is one of the important tasks of the school administrator.

Managing problems by using less effort and time is a preferred course of action by institutions. Enabling the development of positive relationships with the environment in which the school is located makes it easier to stay up-to-date on change and development and what will contribute to the school. If the school can reflect the communication and relationship network within its system positively to the relationship between the environment and society,

which will be a situation that will be achieved with the efforts of the facilitating leader, it will provide the opportunity for a sustainable development.

3. The Relationship Between Leadership Styles, Organizational Culture and Performance in Educational Institutions

Schools are communities where value systems are important rather than institutions governed by officially institutionalized authority models, rules, and procedures (Ensari, 2000, p.92). In other words, educational organizations are human-oriented, environmentally sensitive, and value-based organizations (Ahag, 1987, p.147). From this point of view, due to the nature of the school administration, it is impossible to reach a conclusion only by using legal power. School administrators should pay special attention to the effective use of each dynamic in schools (Demirel, 2003: 210). Recent research in the field of educational management focuses on two important dimensions of management. The first is to create a democratic environment by ensuring cooperation among employees and motivate them to achieve organizational goals. The second is that the manager, who should be an effective diagnostician, has to find the sources of problems and bring solutions to them (Çalık, 1997, p.56). In this context, the concept of leadership comes to the agenda (Öztekin, 1996: 183).

It is possible to talk about many duties and responsibilities that education leaders should perform in the organization in terms of the organizational levels they are in. As people who have the success of meeting the various needs of the organization, leaders should make the following values functional within the organization (Yıldırım, 2002):

1. Vision and symbols: Education managers should ensure the interaction of the values of the schools with the staff, students, and the external environment.
2. Participatory management: It is the desired leadership behavior in educational organizations.
3. Student focus: Everything should be focused on and for students.
4. Support for independence, experience, failure: Education leaders must encourage their staff to be open to innovation, to seek and find it.

5. Creating the family environment: Education leaders should prepare close warm environments that can create a sense of unity between teachers, students, staff, and families.
6. Rhythm, passion, intensity, and desire: These are personality quality traits that are essential in educational leaders.

The main objective of the school principal as administrator and leader is to provide professional leadership and management to the school. The school principal should be a professional who creates the vision and general objectives of the school and directs the school (Turan, 2006).

A school principal who demonstrates successful management and an exemplary leadership model includes the following issues while performing his duties.

When planning; Develops an Action Plan based on the vision and mission of the school.

When editing; It determines the main priorities of the school and aims at institutional and individual improvement.

Directing/managing; considering individual differences in accountability and empowerment; cares about "we" consciousness and supports teamwork (Şişman, 2002, p.150-151).

CONCLUSIONS and RECOMMENDATIONS

When the research findings on leadership style and the impact of organizational (institution) culture on performance were examined, it was concluded that facilitator leadership style has a more decisive effect on direct performance. Facilitating leadership, which can frame the roles such as developing harmony and cooperation in schools, creating a common vision, taking on the role of change leader in school, supporting the training and development of employees, planning, and providing resources, facilitating learning, supporting motivation within the school, managing with values, empowering teachers and controlling the process, responding to the inevitable needs of today's schools with these management features can give.

In creating a Corporate Culture, behaviors in the institution, shared values and basic objectives should be kept in the foreground, an institution that wants to be successful should give importance to and pay attention to activities such as meetings, trainings, ceremonies etc. that will enable employees to adopt

corporate values, embrace the institution and feel happy. It should not be forgotten that the employee who sees himself as an important part of the organization will carry his organization to success by using the power of the collective mind with his team spirit at the same time.

Facilitator School Leadership is inevitable in today's schools due to its effects on the roles of Facilitator School Leadership in developing harmony and cooperation in schools, creating a common vision, assuming the role of change leader in school, supporting the training and development of employees, planning, and providing resources, facilitating learning, supporting motivation within the school, managing with values, empowering teachers and controlling the process. It is concluded that it can respond to the needs with these management features.

As it is known, motivation is one of the main determinants in work efficiency and satisfaction. When people's motivations are adequately supported, they can produce much higher than expected of them. It has been concluded that leaders who are successful in creating an effective corporate culture should keep the motivation of their employees high, that they should cooperate, consider the feelings, thoughts, wishes and expectations of stakeholders, and that leaders who take into account fair, open, transparent, accountable and responsible characteristics will positively affect the organization performance. If it is important to carry out the work, then motivation is very important, it must be provided by the leader.

If the School Leader is satisfied with only the material management administrative behaviors of the administration, he will be interested in the material dimension of the school and will leave the spiritual dimension incomplete. The success and effectiveness of the school will be realized by the equal mobilization of both dimensions. If the school administrator exhibits leadership behavior while performing the management function, he will also make the beliefs, values and symbols related to the school functional. Since schools are social systems, first of all, their cultural formation should be addressed and analyzed. Values and symbols have an important place in school life and school-related processes. These guide the actions and activities in the school. People make their choices and actions according to the values they have. A management and manager independent of values is unthinkable. As one of the basic processes related to the school, values have an important place

in the decision process. The School Leader has to be a model that represents the core values of the school. The creation of an effective and successful culture in the organization depends most on the leader in the organization. The more actively the leader plays in uniting the different groups in the organization and encouraging them to work, the more solid and successful the culture to be created. The leader who attaches importance to meeting the spiritual needs of the employees and who can show them goals beyond the material possibilities and allows them to enjoy their work can only create a culture focused on success. If leadership is considered as the ability to manage teams and acquire fans, the leader's ability to acquire fans must be developed. Leaders must find meaning in their work, they must be in control, they must be positive, they must be compatible. Once leaders take charge of an organization, they face numerous problems. Therefore, to successfully overcome these problems, they need to establish a strong social relationship. Leaders should derive their strength not from the positions they have, but from the effective communication they establish, their use of technical knowledge and skills, so that it is easy for them to be accepted by the employees in the organization and the positive attitudes and behaviors of the employees towards the organization lead to the formation of a good corporate culture. Leaders need to push their limits. Leaders should not act according to established patterns. "Stretch Your Foot According to Your Quilt" (Proverb). Leaders should always stretch their feet according to the quilt, as emphasized in the proverb, but extend the quilt. It should try to reach its goal with different perspectives, strategies, and practices of the organization / institution it leads. Leaders must define their roles well. He must recognize uncertainties. Leaders must control their own destiny, or others do, putting the leader in a difficult position. Leaders need experience. They need to analyze the factors that lead the leader to success and failure because of every job they do. The competencies of leadership in one area are different from the competencies of leadership in another.

REFERENCES

- Ansari, H. (2000). Total Quality Management for 21st Century Schools. Sistem Publishing: 217, Education Series Book, Second Edition, Istanbul, p.92.
- Arikan, S. (2003). Leadership Behaviors of Women Managers and an Application in the Banking Sector. Journal of Gazi University I.I.B.F. 5(1), pp. 1-19.
- Calik, T. (1997). Effective Training Manager. Journal of National Education. 134, pp. 55-56.
- Commission, MoNE (2001). Human Relations. Ministry of National Education General Directorate of Male Education.
- Demirel, D. (2003). Introduction to the Teaching Profession. Pegem A Publishing, 4. Edition, Ankara, p.210.
- Elma, C. and Demir, K. (2004). "Contemporary Approaches in Management: Practices and Problems". Ankara: Ani Publishing.
- Eren, E. (1993). Management Psychology. Refurbished Fourth Edition. Beta Basım Yayın A.Ş., Istanbul, p.286.
- Genç, N. (1995). The Road to the Top, Management, Success Sequence. Timaş Publications: 226, Istanbul, p.30.
- Goleman, D., Richard B, Annie McK. (2002). New Leaders. Varlık Publications, 1. Edition, Istanbul.
- Gordon, T. (2002). Effective Leadership Training. Istanbul Sistem Publishing, p.4.
- Hawthorn, M. (1987). Management and Leadership. Eskişehir Anadolu University Journal of Faculty of Education. 2(1), pp. 146-147.
- Karkin, N. (2004). Leadership Behaviors of Public and Private Sector Managers: A Literature Analysis Essay, Ministry of Interior Turkish Journal of Administration, 76 (445), p. 44-48.
- Knudson, R. (1978). Organizational Behavior: A Management Approach, Cambridge Massachusetts. p.236.
- Korkut, H. (1992). Leadership Behaviors of University Academic Managers. Journal of Public Administration, 25(1), pp. 159-160.
- Lawless, D. J. (1979). Organizational Behavior: The Psychology of Effective Management, Prentice Hall Press, 2nd Edition, USA.
- Luthans, F. (1992). Organizational Behavior. McGraw-Hill Publishing House, 6. Edition, Singapore. p.273.
- Onal, G. (2000). Basic Business Knowledge. 3rd Edition, Turkmen Bookstore, Istanbul, p. 108.
- Ozalp, I. (2005). Business Management. Birlik Ofset, Eskisehir.
- Ozturk, N. K. (2002). Political Common Sense and Leadership Ethics. Turkish Journal of Administration, 434(74), p. 55-70.
- Şişman, M. (2002). Organizations and Cultures, Pegem A Publications, 1. Edition, Ankara, p.150-151.
- Turan, p. (2006). Educational Leadership. School Management Development Program (OYGEP).
- Yavuz, M. (2015). Learning Leadership. Ankara, Turkey
- Yildirim, H. A. (2002). Total Quality in Education: TQM Implementation Model in Primary and Secondary Education Institutions, Nobel Publishing Distribution Ltd., 1st Edition, Ankara. p.83.

BÖLÜM 2

HEMŞİRELERİN ÖRGÜTSEL ADALET ALGILARINA YÖNELİK LİTERATÜR İNCELEMESİ

Doktorant Nihal YAZICI¹

¹ Yalova Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yalova, Türkiye.
nihalyazici77@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-9378-0998

GİRİŞ

Örgütsel adalet ile ilgili çalışmaların, Homans'ın 1961 yılında dağıtım adaleti üzerine yürüttüğü çalışma ile başladığı söylenebilir. Bu çalışmayı 1965 yılında Adams tarafından ortaya atılan eşitlik kuramı takip etmektedir. Bu temel çalışmaların üzerine, örgütsel adalet literatürü 1975-1999 yılları arasında ortalama 600 makale, 2000-2010 yılları arasında ise ortalama 1600 makaleyle gelişim göstermiştir (Colquitt vd., 2013). Günümüzde ise Web of Science'da (WoS) toplamda örgütsel adalet konulu toplam 4112 makale bulunmaktadır. Bu çalışmaların 3040 tanesi ise 2011-2022 yılları arasında yürütülmüştür. Ayrıca bu konuda pek çok sistematik derleme (Hadi vd., 2020; Silva ve Caetano, 2016), meta analiz (Cohen-Charash ve Spector, 2001; Colquitt vd., 2001; Colquitt vd., 2013) ve literatür taraması (Chang ve Dubinsky, 2005; Cansoy ve Polatcan, 2018; Yürür, 2015) bulunmaktadır. Görüldüğü gibi örgütsel adalet, örgütsel davranış konuları arasında azımsanamayacak bir öneme sahiptir. Ancak yapılan incelemelerde, hemşirelerin adalet algılarına yönelik pek çok ampirik çalışma (örn; (Choi ve Shin, 2022; Hwang ve Yi, 2022; Zhu vd. 2021; Gluschkoff vd., 2021; Shimamura vd., 2021; Wynendaele vd., 2021) olduğu gözlemlenirken, bu konuda bir derlemeye rastlanmamıştır. Oysaki derleme çalışmaları bir konuda yürütülen pek çok çalışmadan faydalanarak genellemeler yapmaya hatta gelecek çalışmalara yol göstermeye katkı sağlamaktadır (Yürür, 2015). Bu yüzden bu çalışma, hemşirelerin adalet algılarına yönelik çalışmaları inceleyerek alana ilişkin çıkarımlar yapmayı amaçlamaktadır. Bu amacı gerçekleştirmek için WoS'ta taranan makaleler (1) *hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmaların türü ve yöntemi*, (2) *hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili en çok yayın yapan dergiler*, (3) *hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili en çok atıf alan çalışmalar*, (4) *hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmaların yıllara göre dağılımı*, (5) *hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmalarda kullanılan örgütsel adalet ölçekleri*, (6) *hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmalarda kullanılan örgütsel adalet boyutları*, (7) *hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmalarda kullanılan örgütsel adalet değişkeninin türü*, (8) *hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmalarının yürütüldüğü ülkeler*, (9) *hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmalarının ilişkilendirildiği değişkenler ve ilişkilerin dayandırıldığı kuramlar* açısından incelenmiştir

Buradan yola çıkarak bu çalışmanın katkıları; (i) örgütsel adalet literatürünü hemşirelerin adalete ilişkin rolünü bağlamında yeniden gözden geçirmek, (ii) hemşirelerin örgütsel adalet algılarına ilişkin konu, kuram ve yöntem açısından genel bir çerçeve sunmak ve (iv) örgütsel adalet literatürüne bir literatür özeti sunmaktır. Bunları gerçekleştirmek üzere, çalışmaya örgütsel adalet kavramının ve boyutlarının gelişiminin incelenmesiyle başlanmıştır. Sonrasında, bir sağlık çalışanı olarak hemşirelerin adalet algısına ilişkin literatür incelenmiştir. Son olarak örgütsel adalet ile ilgili çalışmalar yöntem, konu ve kuram açısından sınıflandırılarak incelenmiştir.

1. ÖRGÜTSEL ADALET

Örgütsel adalet ile ilgili çalışmalarda öncelikle sadece kaynakların dağıtımına odaklanılmış ve çalışanların adalete yönelik algıları kaynakların dağıtımını üzerinden açıklanmıştır (Adams, 1965). Daha sonra, Thibaut ve Walker (1975) çalışanların sadece kaynakların dağıtımını ile ilgilenmediğini, aynı zamanda kaynakların dağıtımına ilişkin süreçlerle de ilgilendiğini belirtmiştir. Böylece örgütsel adalet iki farklı odağa sahip olmuştur; kaynakların dağıtımını, dağıtıma ilişkin süreçler. Zamanla, bu iki odak Bies ve Moag'ın (1986) adaletin iletişim yönünün de olduğunu vurgulamasıyla zenginleşmiştir. Böylece, çalışanlar açısından adalet, kaynakların dağıtımını, dağıtıma ilişkin süreçler ve iletişimin kalitesini ihtiva eden bir kavram olarak ifade edilmiştir. Örgütsel adaletin zaman içerisindeki bu gelişiminden yola çıkarak, örgütsel adaletin; örgütsel kaynakların dağıtımına, kaynakların dağıtımında uygulanan yöntem ve metotlara ve bunların çalışanlara nasıl aktarıldığına yönelik çalışan algısı olarak (Colquitt vd., 2001) tanımlandığını söylemek mümkündür. Bu tanımlamadan da anlaşılacağı üzere örgütsel adaletin üç boyutu olduğu sonucuna varılabilir: Kaynakların dağıtımını ifade eden *dağıtım adaleti*, kaynakların dağıtımında uygulanan yöntem ve metotları ifade eden *prosedür adaleti* ve adaletin iletişim yönünü ifade eden *etkileşim adaleti* (Niehoff ve Moorman, 1993). Örgütsel adalet tartışmaları, Greenberg'in (1993) etkileşim adaletinin iki farklı bakış açısını barındırdığı vurgusuyla son halini almıştır. Bu vurgu ile etkileşim adaleti kişilerarası adalet ve bilgilendirme adalet olmak üzere iki alt boyuta işaret etmektedir. Örgütsel adalete ilişkin tüm bu tartışmaların sonucunda artık örgütsel adalet dört boyutlu bir yapıyı ifade etmektedir: Dağıtım adaleti, prosedür adaleti, kişilerarası adalet, bilgilendirme

adaleti (Colquitt, 2001). Örgütsel adalete ilişkin boyutlar bu çalışmada alt başlıklar halinde açıklanacaktır.

1.1. Dağıtım Adaleti

Temelleri eşitlik kuramı (Adams, 1965) ile atılan dağıtım adaleti, örgütsel kaynakların dağıtımını (örn., maaş, terfi vb.) ile ilgili olup çalışanların elde ettikleri kazanımların katkılarına denk olup olmadığına yönelik algılarını ifade etmektedir (Adams, 1965; Deutsch, 1975; Leventhal, 1980). Buna göre eğer çalışan elde ettikleri kazanımların katkılarına denk olduğunu düşünürse örgütsel kaynakların dağıtımının adil olduğunu algılar, denk olduğunu düşünmezse örgütsel kaynakların dağıtımının adil olmadığını algılar.

1.2. Prosedür Adaleti

Prosedür adaleti, örgütsel kaynakların dağıtımında uygulanan yöntem, metot veya süreçlerin adilliğine ilişkin çalışan algısını ifade etmektedir (Thibaut ve Walker, 1975). Leventhal (1980), yöneticiler tarafından uygulanan prosedürlerin, tutarlı olması, doğru bilgiye dayalı olması, önyargıdan uzak olması, hataların düzeltilebilme özelliğinin olması, tüm tarafları temsil edebilmesi ve etik standartlara dayalı olması gerektiğini belirtmiştir. Diğer bir ifadeyle prosedür adaleti, yönetici açısından kararların *nasıl* alınması gerektiğini ortaya koymaktadır. Eğer çalışanlar, örgütsel kaynakların dağıtımında uygulanan prosedürlerin bu özelliklere sahip olduğunu düşünürlerse, sonuç ne olursa olsun prosedürleri adil algılayacaktır (Thibaut ve Walker, 1975).

1.3. Etkileşim Adaleti

Bies ve Moag (1986) tarafından örgütsel adaletin üçüncü boyutu olarak etkileşim adaleti ortaya atılmış ve örgütsel adaletin *iletişim* yönüne vurgu yapılmıştır. Böylece, çalışanların sadece dağıtım kararlarıyla ya da prosedürlerle değil, bu kararların kendilerine nasıl iletildiği ile de ilgilendikleri görüşü açığa çıkmıştır. Etkileşim adaleti, örgüt içi iletişimin kalitesine yönelik çalışan algısı olarak (Bies ve Moag, 1986) tanımlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle çalışanlar örgütsel kararlar kendilerine doğru, zamanında ve nazikçe aktarılmasını, etkileşim adaleti açısından adil algılamaktadır.

Etkileşim adaleti tanımından da anlaşılacağı üzere, iki odağı vardır (Greenberg, 1993): kişilerarası adalet ve bilgilendirme adaleti. Bu iki alt boyut aşağıda irdelenmiştir.

1.3.1. Kişilerarası Adalet

Kişilerarası adalet, çalışanların örgütsel kararlarla ilgili bilgilendirme yapılırken kendilerine nasıl davranıldığı ile ilgilidir. Eğer çalışan kendisine saygılı, duyarlı, hassas ve nazik davranıldığını düşünüyorsa kişilerarası adaletin tesis edildiği, ancak kendisini bu şekilde davranılmadığını düşünüyorsa kişilerarası adaletin tesis edilmediği söylenebilir (Greenberg, 1993).

1.3.2. Bilgilendirme Adaleti

Bilgilendirme adaleti, işe yönelik gerekli bilgilerin zamanında, eksiksiz ve doğru bir şekilde çalışanlara açıkça aktarılıp aktarılmadığına odaklanan bir adalet boyutudur (Greenberg, 1993). Eğer çalışan, zamanında ve doğru bir şekilde bilgilendirildiğini düşünüyorsa bilgilendirme adaletinin tesis edildiği söylenebilir.

1.4. Hemşirelerin Örgütsel Adalet Algısı

İnsan hayatının her döneminde önemli olan, ancak hastalık durumunda daha da önem kazanan sağlık hizmetlerinin en önemli unsurlarından birisi de hemşirelik mesleği ve hemşirelerdir. Hemşirelik; bireylerin, ailelerin ve aslında toplumun sağlık durumu ile ilgilenen uygulamalı bir disiplin, hemşireler ise bireylere, ailelere ve daha büyük ölçekte topluma sağlık hizmeti veren, sağlık/hastalık durumunda gerekli olan bakım ve uygulamaları gerçekleştiren kişilerdir. Hemşirelerin bu gerekli olan bakım ve uygulamaları daha iyi gerçekleştirebilmesi için bazı faktörler vardır. Örneğin, bireysel bir faktör olarak iletişim bilgi ve becerisi hemşirelerin bakım verdiği bireylere ulaşmasını sağlayan en temel araçtır (Ertem, vd., 2007; Avşar ve Kaşıkçı, M. (2010). Ayrıca, empatik olmanın (Özcan ve Mercan, 2016), girişimci kişilik özelliklerinin (Yıldırım, 2016) ve dışa dönüklük, yalan, nörötisizm ve psikotisizm gibi kişilik özelliklerinin (Gözel vd., 2017) de etkili olduğu tespit edilmiştir.

Hemşirelerin bireysel özelliklerinin yanı sıra örgütsel faktörlerin de hemşireler üzerinde etkisinin olduğunu ileri süren bir literatür bulunmaktadır (*örgütsel adalet*, Taşkaya ve Şahin, 2011; Tağraf vd., 2016; *hizmetkar liderlik*, Özer, 2019a; *personel güçlendirme*, Küçüksarı, 2020, *lider üye etkileşimi*, Özer, 2019b). Bu çalışma örgütsel adaletle odaklandığı için, hemşirelerin adalet algısı üzerinden değerlendirmeler yapmaya gayret göstermektedir.

Hemşirelerin adalet algısını inceleyen literatüre bakıldığında, örgütsel adaletin genel olarak bağımsız değişken olarak ele alındığı görülmektedir (örn., Taşkaya ve Şahin, 2011; Songur vd., 2017; Çitak ve Kahraman, 2021; Öztürk ve Çınarbay, 2020; Choi ve Shin, 2022; Hwang ve Yi, 2022; Zhu vd. 2021; Gluschkoff vd., 2021; Shimamura vd., 2021; Xu vd., 2021; Tekin ve Kaya, 2021; Hashish, 2020; Habib vd., 2020; Sokhanvar vd., 2018; Wan vd., 2018; Elliott vd., 2017; Kodama vd., 2016; Armstrong-Stassen vd., 2015; Kuokkanen vd., 2014). Bu çalışmalar detaylı incelendiğinde; örgütsel adaletin iyi oluş (örn., Skinner vd., 2018), *performans* (örn., Gözel vd., 2017; Habib vd. 2020; Küçüksarı, 2020; Nurse, 2005; Özer, 2019a; Özer, 2019b; Tağraf vd., 2016), *hastaneye saygı* (örn., Laschinger, 2004), *iş yerinde kalma niyeti* (örn., Armstrong-Stassen vd., 2015), *örgütsel bağlılık* (örn., Laschinger ve Finegan, 2005; Taşkaya ve Şahin, 2011), *sosyal sermaye* (örn., Xu vd., 2021), *iş tatmini* (örn., Rowdell ve Gulyas, 2013) ve *affetme niyeti* (örn., Tekin ve Kaya, 2021) gibi olumlu sonuçları olduğu görülmektedir. Diğer taraftan örgütsel adaletsizliğin de *işten ayrılma niyeti* (örn., Choi ve Shin, 2022; Hwang ve Yi, 2022; Sokhanvar vd., 2018), *sapma davranışı* (örn., Hashish, 2020; Magnavita ve Heponiemi, 2011) ve *intikam niyeti* (örn., Tekin ve Kaya, 2021) gibi olumsuz sonuçları olduğu ifade edilmektedir.

Çalışmanın devamında hemşirelerin adaletle ilişkin algılarına ilgili literatür çalışmanın türüne, yöntemine, çalışmaların aldığı atıflara, çalışmaların yıllara göre dağılımına, örgütsel adalet boyutlarına, adaleti ölçmek için kullanılan ölçeklere, adaletin ilişkilendirildiği değişkenlere ve ilişkilerin açıklandığı kuramlara göre incelenmiş ve bir literatür özeti sunulmuştur.

2. YÖNTEM

Bu çalışmada, hemşirelerin örgütsel adalet algılarının incelendiği çalışmaların bir literatür özeti sunulması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda WoS’ da “organizational justice” (örgütsel adalet) ve “nurse”

(hemşire) yazılarak 15.11.2022 tarihinde yapılan taramada 37 çalışma olduğu görülmüştür. Bu çalışmaların içinden kitap, kitap bölümü ve kongre bildirisi olan çalışmalar çıkartılmış ve geriye 34 makale kalmıştır. Elde kalan 34 makale incelendiğinde iki çalışmada örgütsel adaletin değişken olarak kullanılmadığı tespit edilmiş ve araştırma kapsamından çıkartılmıştır. Geriye kalan 32 makale detaylı olarak incelenmek üzere araştırma kapsamına alınmıştır.

Yapılan incelemelerde, araştırma kapsamına alınan makalelerin öncelikle türüne, yayımlandıkları dergilere, yayımlandıkları yıllara ve makalelerin aldıkları atıflara ve araştırmanın gerçekleştirildiği ülkelere bakılmıştır. Ardından, araştırmada kullanılan örgütsel adalet ölçekleri ve örgütsel adalet boyutları, örgütsel adalet değişkeninin nasıl bir değişken olduğu, araştırmanın dayandırıldığı kuramlar ve örgütsel adaletin ilişkilendirildiği değişkenler incelenmiştir. İzleyen kısımda bahsi geçen bu incelemeler detaylı olarak tartışılmıştır.

2.1. Bulgular

2.1.1. Hemşirelerin Örgütsel Adalet Algıları ile İlgili Çalışmaların Türü

Araştırmaya dahil olan makaleler ampirik ve kavramsal olmak üzere çalışmaların türü açısından incelenmiştir. Yapılan inceleme sonucunda 29 makalenin ampirik makale olduğu, 3 makalenin ise kavramsal makale olduğu tespit edilmiştir. Bu araştırma ampirik makalelere odaklandığı için 3 makale (Lönnqvist vd., 2020; St-Pierre ve Holmes, 2010; Maykut, 2020) araştırmanın kapsamı dışında bırakılmış ve makale incelemesine 29 makale (örn., Choi ve Shin, 2022; Hwang ve Yi, 2022; Zhu vd. 2021; Gluschkoff vd., 2021; Shimamura vd., 2021; Wynendaele vd., 2021; Xu vd., 2021; Tekin ve Kaya, 2021; Hashish, 2020; Habib vd., 2020; Sokhanvar vd., 2018; Wan vd., 2018; Skinner vd., 2018; Elliott vd., 2017; Rayner ve Muldoon, 2017; Kodama vd., 2016; Armstrong-Stassen vd., 2015; Kuokkanen vd., 2014; Rodwell ve Gulyas, 2013; Rodwell ve Munro, 2013; Magnavita ve Heponiemi, 2011; Squires vd., 2010, Rodwell vd., 2009; Arries, 2009; Pekkarinen vd., 2008; Laschinger ve Finegan, 2005; Nurse, 2005; Laschinger, 2004) ile devam edilmiştir. Hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmaların türleri Tablo 1’de özetlenmiştir.

Tablo 1: Çalışmaların Türü

Çalışmanın Türü	Çalışma Sayısı
Ampirik	29
Kavramsal	3

2.1.2. Hemşirelerin Örgütsel Adalet Alguları ile İlgili Çalışmaların Yöntemi

Araştırmaya dahil olan çalışmalar nicel ve nitel yöntem olmak üzere çalışmaların yöntemi açısından incelenmiş ve 27 makalede (örn., Choi ve Shin, 2022; Hwang ve Yi, 2022; Zhu vd. 2021; Gluschkoff vd., 2021; Shimamura vd., 2021; Wynendaele vd., 2021; Xu vd., 2021; Tekin ve Kaya, 2021; Hashish, 2020; Habib vd., 2020; Sokhanvar vd., 2018; Wan vd., 2018; Elliott vd., 2017; Rayner ve Muldoon, 2017; Kodama vd., 2016; Armstrong-Stassen vd., 2015; Kuokkanen vd., 2014; Rodwell ve Gulyas, 2013; Rodwell ve Munro, 2013; Magnavita ve Heponiemi, 2011; Squires vd., 2010, Rodwell vd., 2009; Arries, 2009; Pekkarinen vd., 2008; Laschinger ve Finegan, 2005; Nurse, 2005; Laschinger, 2004) nicel yöntemin, 1 makalede (Skinner vd., 2018;) ise nitel yöntemin kullanıldığı, Tablo 2’de belirtildiği gibi, tespit edilmiştir.

Tablo 2: Çalışmaların Yöntemi

Çalışmanın Türü	Çalışma Sayısı
Nicel	28
Nitel	1

Bu araştırma niceliksel bir incelemeye odaklandığı için, derleme çalışması buradan itibaren nicel yöntemin kullanıldığı 27 makale ile devam etmiştir.

2.1.3. Hemşirelerin Örgütsel Adalet Alguları ile İlgili En çok Yayın Yapan Dergiler

Yapılan inceleme sonucunda, ilgili makalelerin 22 farklı hakemli akademik dergide yayınlandığı tespit edilmiştir. Yapılan incelemede, en çok yayını olan ilk 5 dergi göze çarpmaktadır. Journal of Nursing Scholarship’ de 3 (Kuokkanen vd., 2014; Rodwell vd., 2019; Magnavita ve Heponiemi, 2011),

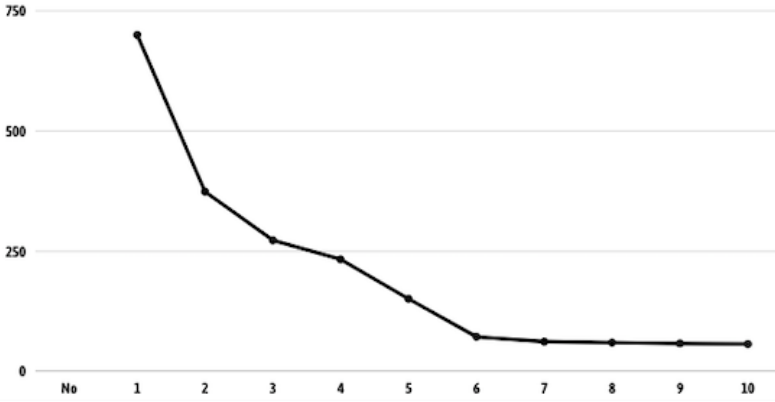
Journal of Nursing Management'da 2 (Squires vd., 2010; Elliott vd., 2017; Journal of Advanced Nursing'de 2 (Rodwell ve Munro, 2013; Rodwell ve Gulyas, 2013), Nursing Ethics'de 2 (Hashish, 2020; Arries, 2009) ve Journal of Nursing Management'de 2 makale (Hwang ve Yi, 2022; Kodama vd., 2016) yayımlandığı görülmektedir. Geri kalan 17 dergide ise birer makale (örn., Safety Science, Gluschkoff vd., 2021; Applied Nursing Research, Shimamura vd., 2021) yayımlanmıştır. Hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili en çok yayın yapan dergiler Tablo 3 aracılığıyla gösterilmektedir.

Tablo 3: En Çok Yayın Yapılan Dergiler

Dergiler	Çalışma Sayısı
Journal of Nursing Scholarship	3
Journal of Nursing Management	2
Journal of Advanced Nursing	2
Nursing Ethics	2
Journal of Nursing Management	2

2.1.4. Hemşirelerin Örgütsel Adalet Algıları ile İlgili En Çok Atıf Alan Çalışmalar

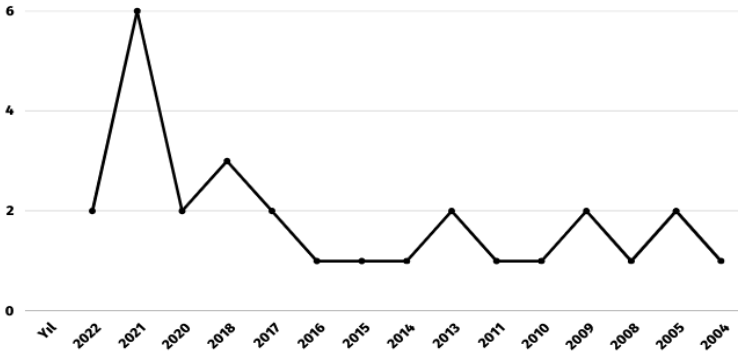
Araştırma kapsamına dahil olan makaleler aldıkları atıflara göre incelendiğinde, Laschinger ve Finegan (2005) tarafından yürütülen çalışmanın 700 ile en çok atıf alan çalışma olduğu görülmektedir. Bu çalışmayı 374 atıfla Magnavita ve Heponiemi'nin (2011), 273 atıfla Laschinger'in (2004), 233 atıfla Squires ve diğerlerinin (2011), 151 atıfla Nurse'ün (2005), 72 atıfla Rodwell ve diğerlerinin (2009), 62 atıfla Rodwell ve Gulyas'ın (2013), 60 atıfla Pekkarinen vd.'nin (2008), 58 atıfla Armstrong-Stassen ve diğerlerinin (2015) ve 57 atıfla Rodwell ve Munro'nun (2013) çalışması takip etmektedir. Atıflara ilişkin grafik Şekil 1'de gösterilmektedir.



Şekil 1: En Çok Atıf Alan Çalışmalar

2.1.5. Hemşirelerin Örgütsel Adalet Algıları ile İlgili Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Araştırma kapsamına dahil olan makalelerin yıllara göre dağılımı incelendiğinde, 2022 yılına ait 2 makale (Choi ve Shin, 2022; Hwang ve Yi, 2022), 2021 yılına ait 6 makale (Zhu vd. 2021; Gluschkoff vd., 2021; Shimamura vd., 2021; Wynendaele vd., 2021; Xu vd., 2021; Tekin ve Kaya, 2021), 2020 yılına ait 2 makale (Hashish, 2020; Habib vd., 2020), 2018 yılına ait 3 makale (Sokhanvar vd., 2018; Wan vd., 2018), 2017 yılına ait 2 makale (Elliott vd., 2017; Rayner ve Muldoon, 2017), 2016 yılına ait 1 makale (Kodama vd., 2016), 2015 yılına ait 1 makale (Armstrong-Stassen vd., 2015), 2014 yılına ait 1 makale (Kuokkanen vd., 2014), 2013 yılına ait 2 makale (Rodwell ve Gulyas, 2013; Rodwell ve Munro, 2013), 2011 yılına ait 1 makale (Magnavita ve Heponiemi, 2011), 2010 yılına ait 1 makale (Squires vd., 2010), 2009 yılına ait (Rodwell vd., 2009; Arries, 2009), 2008 yılına ait 1 makale (Pekkarinen vd., 2008), 2005 yılına ait 2 makale (Laschinger ve Finegan, 2005; Nurse, 2005) ve son olarak 2004 yılına ait 1 makale (Laschinger, 2004) olduğu tespit edilmiştir. Hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmaların yıllara göre dağılımı Şekil 2 aracılığıyla özetlenmiştir. Aynı zamanda yapılan incelemeler hemşirelerin adalet algılarıyla ilgili çalışmaların 2004'te başladığını ve günümüze kadar devam ettiğini göstermektedir.



Şekil 2: Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

2.1.6. Hemşirelerin Örgütsel Adalet Algıları ile İlgili Çalışmalarda Kullanılan Örgütsel Adalet Ölçekleri

Araştırmaya dahil olan makalelerde kullanılan ölçeklere gelince, en çok Colquitt (2001) tarafından geliştirilen ölçeğin kullanıldığı görülmektedir (örn., Armstrong-Stassen vd., 2015; Elliott vd., 2017; Zhu vd., 2021; Rodwell vd., 2009; Kuokkanen vd., 2014; Hashish, 2020; Magnavita ve Heponiemi, 2011; Xu vd., 2021; Rowdell ve Gulyas, 2013; Rowdell ve Munro, 2013). İkinci olarak, Moorman'ın (1991) geliştirildiği ölçeğin kullanıldığı tespit edilmiştir (örn., Reyner ve Muldon, 2017; Hwang ve Yi, 2022; Laschinger ve Finegan, 2005; Laschinger, 2004; Arries, 2009; Pekkarinen vd., 2008). Son olarak, Niehoff ve Moorman'ın (1993) geliştirildiği ölçeğinde Colquitt'in (2001) ve Moorman'ın (1991) ölçeğine kıyasla daha az tercih edilse de kullanıldığı görülmektedir (örn., Wynendaele vd., 2021; Choi ve Shin, 2022; Shimamura vd., 2021). Yaygın olarak kullanılan bu ölçeklerin haricinde, Bies ve Moag'ın (1986), Colquitt ve Shaw'ın (2005), Donovan ve diğerlerinin (1998), Elovainio ve diğerlerinin (2010), Folger ve Cropanzano'nun (1998), Hansen ve diğerlerinin (2014), Liu ve diğerlerinin (2003), Roch ve Shanock'un (2006) ve Shibaoka ve diğerlerinin (2010) çalışmalarında kullandıkları ölçekler bir kez olmak üzere araştırma kapsamında yer alan makalelerde kullanılmıştır. Hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmalarda kullanılan örgütsel adalet ölçekleri Tablo 4'te özetlenmiştir.

Tablo 4: Çalışmalarda Kullanılan Örgütsel Adalet Ölçekleri

Çalışmalarda kullanılan ölçekler	Çalışma Sayısı
Colquitt (2001)	10
Moorman (1991)	6
Niehoff ve Moorman (1993)	3
Bies ve Moag (1986)	1
Colquitt ve Shaw (2005)	1
Donovan vd. (1998)	1
Elovainio vd. (2010)	1
Folger ve Cropanzano (1998)	1
Liu vd. (2003)	1
Roch ve Shanock (2006)	1
Shibaoka vd. (2010)	1

2.1.7. Hemşirelerin Örgütsel Adalet Algıları ile İlgili Çalışmalarda Kullanılan Örgütsel Adalet Boyutları

Bu araştırma kapsamında incelenen bir diğer konu da hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmalarda kullanılan örgütsel adalet boyutlarıdır. Yapılan incelemelere göre örgütsel adaletin 5 makalede (Kodama vd., 2016; Gluschkoff vd., 2021; Magnavita ve Heponiemi, 2011; Sokhanvar vd., 2018; Zhu vd., 2021) tek boyut olarak kullanıldığı, 6 makalede (Wynendaele vd., 2021; Choi ve Shin, 2022; Shimamura vd., 2021; Hwang ve Yi, 2022; Kuokkanen vd., 2014; Hashish, 2020) dağıtım, prosedür ve etkileşim adaleti boyutları olmak üzere üç boyutta kullanıldığı tespit edilmiştir. Ayrıca, yine farklı olan 6 makalede örgütsel adaletin dört boyutlu yapısının tercih edildiği görülmektedir (örn., Wan vd., 2018; Elliott vd., 2017; Rodwell vd., 2009; Rodwell ve Gulyas, 2013; Rodwell ve Munro, 2013; Xu vd., 2021). Bunlara ek olarak, yapılan incelemelerde sadece etkileşim adaletin kullanıldığı 5 (örn., Squires vd., 2010; Laschinger ve Finegan, 2005; Laschinger, 2004; Arries, 2009; Habib vd., 2020), sadece prosedür adaletinin kullanıldığı 2 (örn. Pekkarinen vd., 2008; Armstrong-Stassen vd., 2015) ve hem prosedür hem etkileşim adaletinin birlikte kullanıldığı 2 (örn., Reyner ve Muldon, 2017; Nurse, 2005) makale olduğu görülmüştür. Hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmalarda kullanılan örgütsel adalet boyutları Tablo 5'te özetlenmiştir.

Tablo 5: Çalışmalarda Kullanılan Örgütsel Adalet Boyutları

Çalışmalarda kullanılan adalet boyutlar	Çalışma Sayısı
Tek boyut (örgütsel adalet)	5
İki boyut (prosedür adaleti ve etkileşim adaleti)	2
Üç boyut (dağıtım adaleti, prosedür adaleti, etkileşim adaleti)	6
Dört boyut (dağıtım adaleti, prosedür adaleti, kişilerarası adaleti, bilgilendirme adaleti)	6
Prosedür adaleti	2
Etkileşim adaleti	5

2.1.7. Hemşirelerin Örgütsel Adalet Algıları ile İlgili Çalışmalarda Kullanılan Örgütsel Adalet Değişkenin Türü

Örgütsel adalet değişkenin türüne ilişkin yapılan incelemede örgütsel adaletin büyük çoğunlukla bağımlı değişken olarak kullanılırken (örn., Choi ve Shin, 2022; Hwang ve Yi, 2022; Zhu vd. 2021; Gluschkoff vd., 2021; Shimamura vd., 2021; Xu vd., 2021; Tekin ve Kaya, 2021; Hashish, 2020; Habib vd., 2020; Sokhanvar vd., 2018; Wan vd., 2018; Elliott vd., 2017; Kodama vd., 2016; Armstrong-Stassen vd., 2015; Kuokkanen vd., 2014; Rodwell ve Gulyas, 2013; Rodwell ve Munro, 2013; Magnavita ve Heponiemi, 2011; Squires vd., 2010, Rodwell vd., 2009; Pekkarinen vd., 2008; Laschinger ve Finegan, 2005; Nurse, 2005; Laschinger, 2004) azınlık olacak şekilde bağımsız değişken olarak kullanıldığı görülmektedir (örn., Wynendaele vd., 2021; Rayner ve Muldoon, 2017; Arries, 2009). Ayrıca, araştırma kapsamına dahil olan makalelerde örgütsel adaletin moderatör, mediatör ya da kontrol değişken olarak kullanılmadığı da tespit edilmiştir. Hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmalarda kullanılan örgütsel adalet değişkenin türleri Tablo 6'da gösterilmektedir.

Tablo 6: Çalışmalarda Kullanılan Örgütsel Adalet Değişkenin Türü

Değişkenin Türü	Çalışma Sayısı
Bağımsız değişken	3
Bağımlı değişken	25

2.1.8. Hemşirelerin Örgütsel Adalet Algıları ile İlgili Çalışmalarının Yürütüldüğü Ülkeler

Araştırmaya dahil olan makaleler araştırmanın yapıldığı ülkeler açısından incelendiğinde, araştırmaların 5 makaleyle en çok Kanada'da (Squires vd., 2010; Reyner ve Muldon, 2017; Laschinger ve Finegan, 2005; Laschinger, 2004; Armstrong-Stassen vd., 2015) yürütüldüğü sonucuna varılmıştır. Bunu 4 makaleyle Avusturya (Elliott vd., 2017; Rodwell vd., 2009; Rodwell ve Gulyas, 2013; Rodwell ve Munro, 2013) ve 3'er makaleyle Finlandiya (Gluschkoff vd., 2021; Kuokkanen vd., 2014; Pekkarinen vd., 2008) ve Çin (Wan vd., 2018; Zhu vd., 2021; Xu vd., 2021) takip ederken, Japonya'da (Kodama vd., 2016; Shimamura vd., 2021) da 2 makale yürütülmüştür. Geri kalan 11 araştırmanın her biri İran, Pakistan, Mısır, İtalya ve Türkiye gibi farklı farklı ülkelerde yürütülmüştür. Hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmalarının yürütüldüğü ülkeler Tablo 7'de özetlenmiştir.

Tablo 7: Çalışmalarının Yürütüldüğü Ülkeler

Ülkeler	Çalışma Sayısı
Avusturya	4
Kanada	5
Finlandiya	3
Çin	3
Japonya	2

2.1.9. Hemşirelerin Örgütsel Adalet Algıları ile İlgili Çalışmalarının İlişkilendirildiği Değişkenler ve İlişkilerin Dayandırıldığı Kuramlar

Bu araştırma da Araştırmaya dahil edilen makaleler örgütsel adaletle ilişkilendirilen değişkenler ve ilişkilerin kuramsal arka planı açısından da incelenmiştir. İnceleme sonucunda, örgütsel adaletin; *örgütsel bağlılık* (Squires vd., 2010; Laschinger ve Finegan, 2005), *işten ayrılma niyeti* (Choi ve Shin, 2022; Hwang ve Yi, 2022; Sokhanvar vd., 2018), *iş tatmini* (Rodwell vd., 2009; Rodwell ve Gulyas, 2013), *iyi oluş* (Rodwell vd., 2009), *psikolojik sıkıntı* (Rodwell vd., 2009; Rodwell ve Gulyas, 2013) ve *sapma davranışı* (Hashish, 2020; Magnavita ve Heponiemi, 2011) gibi konularla ilişkilendirildiği görülmüştür. Bu ilişkiler çoğunlukla (örn., Squires vd., 2010; Wynendaele vd., 2021; Rayner ve Muldoon, 2017; Wan vd., 2018; Armstrong-Stassen vd., 2015; Habib vd., 2020) mübadele ilişkisinin taraflarından her birinin, karşı tarafın gelecekteki davranışlarına bağlı olarak hareket edeceğini öne süren *sosyal mübadele kuramına* (Blau, 1964), sıklıkla (örn., Nurse, 2005; Arries, 2009; Tekin ve Kaya, 2021; Hwang ve Yi, 2022) çalışanların adalet algılarının; kendi katkı (çalışanların işleri için harcadıkları çaba, işe yönelik tecrübeleri, eğitim düzeyleri) ve kazanım (ücret, prim, geniş bir oda, şirket arabası, özel park yeri, eğitim fırsatı) oranlarını kendileriyle eş gördükleri (örn., eğitim düzeyi, çalışma süresi) bir çalışanın katkı kazanım oranlarıyla kıyaslanmasıyla oluştuğunu öne süren *eşitlik kuramına* (Adams, 1965) dayandırılarak açıklanmıştır. Ayrıca, bazı çalışmaların (örn., Elliott vd., 2017; Rodwell vd., 2009; Magnavita ve Heponiemi, 2011) çalışanların algılığı sosyal desteğin iş koşullarının çalışanlar üzerindeki etkilerini değiştirebileceğini öne süren *talep-kontrol-destek modeline* (Sargent ve Terry, 2000; Pelfrene, vd., 2001) bağlamında tartışıldığı da görülmektedir.

3. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışma uluslararası literatürde hemşirelerin adalet algılarını irdelleyen çalışmalara yönelik bir derleme çalışmasıdır. Bu derleme çalışması, hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmaların türünü ve yöntemini, hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili en çok yayın yapan dergileri, hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili en çok atıf alan çalışmaları,

hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmaların yıllara göre dağılımını, hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmalarda kullanılan örgütsel adalet ölçeklerini, hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmalarda kullanılan örgütsel adalet boyutlarını, hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmalarda kullanılan örgütsel adalet değişkenin türünü, hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmalarının yürütüldüğü ülkeleri ve hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmalarının ilişkilendirildiği değişkenleri ve ilişkilerin dayandırıldığı kuramları kapsamaktadır.

Bu derleme çalışmasından elde edilen ilk bulgu, hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmaların türü incelenerek elde edilmiştir. Bu incelemeye göre, çalışmaların türünün büyük çoğunlukla ampirik olduğu ve bu çalışmalarda nicel yöntemin tercih edildiği sonucuna varılmıştır. Nitel çalışmaların ise sayıca çok az olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, yönetim organizasyon literatürünün genel görünümüyle (Yürür, 2015; Özen, 2002) paralellik göstermektedir. Özen (2002) ve Yürür'ün (2015) değerlendirmelerinden yola çıkarak bu çalışmayla gerek hemşirelik özelinde gerekse genel olarak örgütsel adalet algısının nasıl oluştuğunu ve örgütsel adalete ya da adalete nasıl tepki verildiğinin derinlemesine yani nitel yöntemle irdelenmesi gerekliliğinin bir kez daha altı çizilmiştir.

Hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili en çok yayın yapan dergilere bakıldığında en çok yayının Journal of Nursing Scholarship dergisinde olduğu görülmüştür. Ayrıca, hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili en çok atıf alan çalışmanın ise hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmaların başlangıcı sayacağımız Laschinger ve Finegan'ın (2005) çalışması olmuştur.

Bu çalışmanın irdedelediği bir diğer konuda hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmaların yıllara göre dağılımıdır. Bu incelemeye göre, hemşirelerin örgütsel adalet algıları ilk defa 2004 yılında irdelenmeye başlamıştır. Örgütsel adalet literatürü Homans'ın 1961 yılında başladığı düşünülürse odağın hemşirelere çevrilmesinin bayağı uzun bir zaman aldığı söylenebilir.

Hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmalarda kullanılan örgütsel adalet ölçekler araştırmanın incelediği başka bir konuydu. Yapılan inceleme de görülmüştür ki çoğunlukla Colquitt (2001) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Örgütsel adalet literatürünün bugün geldiği noktada

görülmektedir ki örgütsel adalet dört farklı sacayağından oluşmakta (Greenberg, 1993) ve Colquitt'in (2001) ölçeği bu dört unsuru ihtiva etmektedir: Dağıtım adaleti, prosedür adaleti, kişilerarası adalet, bilgilendirme adaleti. Bu yüzden Colquitt'in (2001) ölçeğinin tercih edildiği düşünülmektedir.

Hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmalarda kullanılan örgütsel adalet boyutlarına gelince, boyutların çoğunlukla üç boyut (dağıtım adaleti, prosedür adaleti, etkileşim adaleti) ve dört boyut (dağıtım adaleti, prosedür adaleti, kişilerarası adaleti, bilgilendirme adaleti) olarak kullanıldığı görülmektedir. Bunlara ek olarak tek boyut (örgütsel adalet) olarak ve etkileşim adaleti boyutu olarak da tercih edildiği tespit edilmiştir. Bu şekilde çeşitli boyutlar aracılığıyla örgütsel adaletin açıklanması adaletin farklı konular odağında daha ayrıntılı anlaşılmasını sağlamıştır. Tüm bunlara ek olarak etkileşim adaletinin sık olarak tercih edilmesi de etkileşim adaletinin yönetici ve çalışan arasındaki ilişkinin direk bir sonucu (Scott vd., 2009) olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmalarda kullanılan örgütsel adalet değişkenin türüne bakıldığında, adaletin büyük çoğunlukla bağımlı değişken olarak kullanıldığı sonucuna varılmıştır. Bu bulgu, örgütsel adalet literatürünün adaletin bağımlı değişken olarak çalışılması çağrılarını işaret etmektedir (örn., Scott vd., 2007; Yazıcı vd., 2022). Bu yüzden hemşirelerin örgütsel adalet algılarıyla ilgili literatürün de adaletin arka planının gelecek çalışmalar aracılığıyla açıklanması önerilmektedir.

Hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmalarının yürütüldüğü ülkeler başta Kanada olmak üzere, Avusturya, Finlandiya ve Çin ve son olarak Japonya olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu ülkelerin bazıları Hofstede'nin (1980) yapmış olduğu kültürel sınıflamada aynı özelliklere sahipken bazıları da farklı özelliklere sahiptir. Bu yüzden farklı ülkelerde hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmaların yürütülmesi kültürel farklılıkları ya da benzerliklerinin nasıl olabileceğini çağrıştırılmaktadır. Bu yüzden gelecek çalışmalarda kültürel incelemeler yapan derleme çalışmaları ya da ampirik çalışmaların yürütülmesi önerilmektedir.

Son olarak bu çalışmada, hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmalarının ilişkilendirildiği değişkenler ve ilişkilerin dayandırıldığı kuramlar açısından da incelenmiş; konun örgütsel bağlılık (Squires vd., 2010;

Laschinger ve Finegan, 2005), işten ayrılma niyeti (Choi ve Shin, 2022; Hwang ve Yi, 2022; Sokhanvar vd., 2018), iş tatmini (Rodwell vd., 2009; Rodwell ve Gulyas, 2013), iyi oluş (Rodwell vd., 2009), psikolojik sıkıntı (Rodwell vd., 2009; Rodwell ve Gulyas, 2013) ve sapma davranışı (Hashish, 2020; Magnavita ve Heponiemi, 2011) gibi konularla ilişkilendirildiği ve ilişkilerin sosyal mübadele kuramı (Blau, 1964), eşitlik kuramı (Adams, 1965) ve talep-kontrol-destek modeline (Sargent ve Terry, 2000; Pelfrene, vd., 2001) bağlamında tartışıldığı da görülmüştür. Gelecek çalışmalarda hemşirelerin örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmalarının ilişkilendirildiği değişkenler farklı konularla (örneğin, örgütsel vatandaşlık, çalışan savunuculuğu, duygusal emek vb.) incelenerek literatürün genişletilmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Adams, J.S. (1965). Inequity in social exchange. *Advances in Experimental Social Psychology*, 2, 267-299.
- Armstrong-Stassen, M., Freeman, M., Cameron, S., & Rajacic, D. (2015). Nurse managers' role in older nurses' intention to stay. *Journal of Health Organization and Management*, 29(1), 55-74.
- Arries, E. J. (2009). Interactional justice in student-staff nurse encounters. *Nursing Ethics*, 16(2), 147-160.
- Avşar, G., & Kaşıkçı, M. (2010). Hemşirelik yüksekokulu öğrencilerinde duygusal zekâ düzeyi. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 13(1), 1-6.
- Bies, R. J. & Moag, J. S. (1986). Interactional justice: Communication criteria of fairness. *Research on Negotiations in Organizations*, 1, 43-55.
- Blau, P. M. (1964). Justice in social exchange. *Sociological Inquiry*, 32(4), 193-206.
- Cansoy, R., & Polatcan, M. (2018). Türkiye'de okullarda örgütsel adalet araştırmaları: Ampirik araştırmalara bir bakış. *Turkish Studies*, 13(4), 163-184.
- Chang, C. C., & Dubinsky, A. J. (2005). Organizational justice in the sales force: A literature review with propositions. *Journal of Business-to-Business Marketing*, 12(1), 35-71.
- Choi, H., & Shin, S. (2022). The factors that affect turnover intention according to clinical experience: A focus on organizational justice and nursing core competency. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(6), 3515-3527.
- Cohen-Charash, Y., & Spector, P. E. (2001). The role of justice in organizations: A meta-analysis. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 86(2), 278-321.
- Colquitt, J. A. (2001). On the dimensionality of organizational justice: a construct validation of a measure. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 386-400.
- Colquitt, J. A., Conlon, D. E., Wesson, M. J., Porter, C. O., & Ng, K. Y. (2001). Justice at the millennium: A meta-analytic review of 25 years of organizational justice research. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 425-445.
- Colquitt, J. A., Greenberg, J., & Zapata-Phelan, C. P. (2013). What is organizational justice? A historical overview. In J. Greenberg & J. A. Colquitt (Eds), *Handbook of organizational justice* (pp. 3-56). Psychology Press.
- Colquitt, J. A., & Shaw, J. C. (2013). How should organizational justice be measured?. In J. Greenberg & J. A. Colquitt (Eds), *Handbook of organizational justice* (pp. 113-152). Psychology Press.
- Cougot, B., Fleury-Bahi, G., Gauvin, J., Armant, A., Durando, P., Dini, G., Gillet, N., Moret, L., & Tripodi, D. (2020). Exploring perceptions of the work environment among psychiatric nursing staff in France: A qualitative study using hierarchical clustering methods. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(1), 142-157.
- Çitak, G., & Kahraman, B. B. (2021). Yöneticilerin etik liderlik davranışları ve hemşirelerin örgütsel adalet algıları. *Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi*, 8(1), 31-41.
- Deutsch, M. (1975). Equity, equality, and need: What determines which value will be used as the basis of distributive justice?. *Journal of Social Issues*, 31(3), 137-149.

- Djukic, M., Jun, J., Kovner, C., Brewer, C., & Fletcher, J. (2017). Determinants of job satisfaction for novice nurse managers employed in hospitals. *Health Care Management Review, 42*(2), 172-183.
- Donovan, M. A., Drasgow, F., & Munson, L. J. (1998). The perceptions of fair interpersonal treatment scale: Development and validation of a measure of interpersonal treatment in the workplace. *Journal of Applied Psychology, 83*(5), 683-692.
- Elliott, K. E. J., Rodwell, J., & Martin, A. J. (2017). Aged care nurses' job control influence satisfaction and mental health. *Journal of Nursing Management, 25*(7), 558-568.
- Elovainio, M., Heponiemi, T., Sinervo, T., & Magnavita, N. (2010). Organizational justice and health; review of evidence. *Giornale Italiano di Medicina del Lavoro ed Ergonomia, 32*(3), 5-9.
- Ertem, M., Arda, H., Baran, G., & Durgun, Y. (2007). Dicle Üniversitesi araştırma hastanesinde çalışan hekim ve hemşirelerin hasta iletişimi konusundaki görüşleri. *Florence Nightingale Journal of Nursing, 15*(59), 68-74.
- Folger, R. G., & Cropanzano, R. (1998). *Organizational justice and human resource management* (Vol. 7). Sage.
- Gluschkoff, K., Kaihlanen, A., Palojoiki, S., Laukka, E., Hyppönen, H., Karhe, L., Saranto, K. & Heponiemi, T. (2021). Reporting of health information technology system-related patient safety incidents: The effects of organizational justice. *Safety Science, 144*. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2021.105450>
- Greenberg, J. (1993). Stealing in the name of justice: Informational and interpersonal moderators of theft reactions to underpayment inequity. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 54*(1), 81-103.
- Gözel, G., Atmaca, G. D., & Durat, G. (2017). Hemşirelerin kişilik özellikleri ile iş performansları arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi. *Kocaeli Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, 3*(1), 11-16.
- Habib, N., Awan, S. H., Naveed, S., & Shoaib Akhtar, C. (2020). Effectiveness of interpersonal leadership for engagement and task performance of nurses. *SAGE Open, 10*(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020924429>
- Hadi, S., Tjahjono, H. K., & Palupi, M. (2020). Study of organizational justice in smes and positive consequences: Systematic review. *International Journal of Advanced Science and Technology, 29*(03), 4717-4730.
- Hashish, E. A. A. (2020). Nurses' perception of organizational justice and its relationship to their workplace deviance. *Nursing ethics, 27*(1), 273-288.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Sage.
- Homans, G. C. (1961). The humanities and the social sciences. *American Behavioral Scientist, 4*(8), 3-6.
- Hwang, E., & Yi, Y. (2022). Workplace spirituality and organizational justice in turnover intention of mental health professionals at small-sized centres. *Journal of Nursing Management, 30*(1), 328-335.
- Kodama, Y., Fukahori, H., Sato, K., & Nishida, T. (2016). Is nurse managers' leadership style related to Japanese staff nurses' affective commitment to their hospital?. *Journal of Nursing Management, 24*(7), 884-892.

- Kuokkanen, L., Leino-Kilpi, H., Katajisto, J., Heponiemi, T., Sinervo, T., & Elovainio, M. (2014). Does organizational justice predict empowerment? Nurses assess their work environment. *Journal of Nursing Scholarship*, 46(5), 349-356.
- Küçüksarı, T. (2020). *Hemşirelikte personel güçlendirmenin iş performansı ve bakım davranışları ile ilişkisi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Laschinger, H. K. S. (2004). Hospital nurses' perceptions of respect and organizational justice. *JONA: The Journal of Nursing Administration*, 34(7), 354-364.
- Laschinger, H. K. S., & Finegan, J. (2005). Using empowerment to build trust and respect in the workplace: A strategy for addressing the nursing shortage. *Nursing Economics*, 23(1), 6-13.
- Leventhal, G. S. (1980). What should be done with equity theory? New approaches to the study of fairness in social relationships. In K. Gergen, M. Greenberg, & R. Willis (Eds.), *Social exchange: Advances in theory and research* (pp. 27-55). Plenum Press.
- Li, Y., Long, L., & Liu, Y. (2003). Review of organizational justice research. *Advances in Psychological Science*, 11(1), 78-84.
- Magnavita, N., & Heponiemi, T. (2011). Workplace violence against nursing students and nurses: an Italian experience. *Journal of Nursing Scholarship*, 43(2), 203-210.
- Maykut, C. A. (2020). Skillful moral leadership: Collective action to foster moral habitability. *Nurse Leader*, 18(5), 491-496.
- Moorman, R. H. (1991). Relationship between organizational justice and organizational citizenship behaviors: Do fairness perceptions influence employee citizenship?. *Journal of Applied Psychology*, 76(6), 845.
- Niehoff, B. P., & Moorman, R. H. (1993). Justice as a mediator of the relationship between methods of monitoring and organizational citizenship behavior. *Academy of Management Journal*, 36(3), 527-556.
- Nurse, L. (2005). Performance appraisal, employee development and organizational justice: exploring the linkages. *The International Journal of Human Resource Management*, 16(7), 1176-1194.
- Özcan, C. T., & Mercan, N. (2016). Hemşirelerin travma ile karşılaşma durumlarına ve kişilik özelliklerine göre empati ve tükenmişlik düzeyleri. *Gulhane Medical Journal*, 58(1), 11-17.
- Özer, Ö. (2019a). Hemşirelerde hizmetkâr liderlik ve çalışan performansının incelenmesi. *Sağlık Bilimleri ve Meslekleri Dergisi*, 6(1), 105-112.
- Özer, Ö. (2019b). Hemşirelerde lider-üye etkileşimi ve çalışan performansının incelenmesi. *Sağlık ve Hemşirelik Yönetim Dergisi*, 6(1), 11-21.
- Öztürk, C., & Çınarbay, Ö. (2020). Örgütsel adalet ile örgütsel bağlılık ilişkisi üzerine bir alan araştırması: van muradiye ilçesindeki sağlık meslek mensupları. *Journal of International Social Research*, 13(75), 647-657.
- Pekkarinen, L., Sinervo, T., Elovainio, M., Noro, A., & Finne-Soveri, H. (2008). Drug use and pressure ulcers in long-term care units: do nurse time pressure and unfair management increase the prevalence?. *Journal of Clinical Nursing*, 17(22), 3067-3073.
- Pelfrene, E., Vlerick, P., Mak, R. P., De Smet, P., Kornitzer, M., & De Backer, G. (2001). Scale reliability and validity of the Karasek' Job Demand-Control-Support' model in the Belstress study. *Work & stress*, 15(4), 297-313.

- Rayner, J., & Muldoon, L. (2017). Staff perceptions of community health centre team function in Ontario. *Canadian Family Physician*, 63(7), e335-e340.
- Roch, S. G., & Shanock, L. R. (2006). Organizational justice in an exchange framework: Clarifying organizational justice distinctions. *Journal of Management*, 32(2), 299-322.
- Rodwell, J., & Gulyas, A. (2013). The impact of the psychological contract, justice and individual differences: nurses take it personally when employers break promises. *Journal of Advanced Nursing*, 69(12), 2774-2785.
- Rodwell, J., & Munro, L. (2013). Well-being, satisfaction and commitment: the substitutable nature of resources for maternity hospital nurses. *Journal of Advanced Nursing*, 69(10), 2218-2228.
- Rodwell, J., Noblet, A., Demir, D., & Steane, P. (2009). Supervisors are central to work characteristics affecting nurse outcomes. *Journal of Nursing Scholarship*, 41(3), 310-319.
- Sargent, L. D., & Terry, D. J. (2000). The moderating role of social support in Karasek's job strain model. *Work & Stress*, 14(3), 245-261.
- Scott, B. A., Colquitt, J. A. & Paddock, E. L. (2009). An Actor-Focused Model of Justice Rule Adherence and Violation: The Role of Managerial Motives and Discretion. *Journal of Applied Psychology*, 94(3), 756-769.
- Scott, B. A., Colquitt, J. A. & Zapata-Phelan C. P. (2007) Justice as a Dependent Variable: Subordinate Charisma as a Predictor of Interpersonal and Informational Justice Perceptions. *Journal of Applied Psychology*, 92(6), 1597-1609.
- Shibaoka, M., Takada, M., Watanabe, M., Kojima, R., Kakinuma, M., Tanaka, K., & Kawakami, N. (2010). Development and validity of the Japanese version of the organizational justice scale. *Industrial Health*, 48(1), 66-73.
- Shimamura, M., Fukutake, M., Namba, M., & Ogino, T. (2021). The relationship among factors of organizational justice, organizational citizenship behavior, job satisfaction, and ease of work among Japanese nurses. *Applied Nursing Research*, 61. <https://doi.org/10.1016/j.apnr.2021.151479>
- Silva, M. R., & Caetano, A. (2016). Organizational justice across cultures: A systematic review of four decades of research and some directions for the future. *Social Justice Research*, 29(3), 257-287.
- Skinner, N., Van Dijk, P., Stothard, C., & Fein, E. C. (2018). "It breaks your soul": An in-depth exploration of workplace injustice in nursing. *Journal of Nursing Management*, 26(2), 200-208.
- Squires, M. A. E., Tourangeau, A. N. N., Spence Laschinger, H. K., & Doran, D. (2010). The link between leadership and safety outcomes in hospitals. *Journal of Nursing Management*, 18(8), 914-925.
- Songur, C., Özer, Ö., & Şahin D. S. (2017). Etik liderliğin örgütsel adalet üzerine etkisi: Bir kamu hastanesinde uygulama. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 20(4), 445-456.
- Sokhanvar, M., Kakemam, E., Chegini, Z., & Sarbakhsh, P. (2018). Hospital nurses' job security and turnover intention and factors contributing to their turnover intention: A cross-sectional study. *Nursing and Midwifery Studies*, 7(3), 133-140.
- Tağraf, H., Özkan, A. M., & Şahin, İ. (2016). Çalışanların örgütsel adalet algıları ve performans arasındaki ilişki: bir sağlık kuruluşunda araştırma. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 17(2), 67-83.

- Taşkaya, S., & Şahin, B. (2011). Hastane çalışanlarının kişisel özellikleri ile örgütsel adalet algılarının örgüte bağlılık düzeyleri üzerine etkisinin yapısal eşitlik modeli ile değerlendirilmesi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(1), 165-185.
- Tekin, G., & Kaya, Ş. D. (2021). Hemşirelerin örgütsel adalet algısının, intikam ve affetme davranışı ile ilişkisi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 107-130.
- Thibaut, J. & Walker, L. (1975). *Procedural Justice: A Psychological Analysis*. USA: Lawrence Erlbaum Associates.
- Xu, J. M., Kunaviktikul, W., Akkadechanunt, T., Nantsupawat, A., & Turale, S. (2021). Factors influencing workplace social capital among registered nurses in China. *International Nursing Review*, 68(3), 372-379.
- Wan, Q., Zhou, W., Li, Z., & Shang, S. (2018). Associations of organizational justice and job characteristics with work engagement among nurses in hospitals in China. *Research in Nursing & Health*, 41(6), 555-562.
- Wynendaele, H., Gemmel, P., Peeters, E., Myny, D., & Trybou, J. (2021). The effect of self-scheduling on organizational justice and work attitudes through leader-member exchange: A cross-sectional study using propensity scores. *International Journal of Nursing Studies*, 122. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2021.104032>
- Yazıcı, N., Yürür, S., & Elçi, M. (2022). Adalete Yönetici Tarafından Bakmak: Astın Samimiyeti ve Yetkinliğinin Rolü. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(2), 125-143.
- Yıldırım, N. (2016). *Hemşirelerin girişimci kişilik özellikleri, problem çözme becerileri ve etkili faktörlerin değerlendirilmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Bilim Üniversitesi.
- Yürür, S. (2015). Türkiye’de Örgütsel Adalet Konusunda Yapılan Çalışmalara Yönelik Bir Derleme. In R. Ö Kutanis (Ed.), *Türkiye’de Örgütsel Davranış Araştırmaları-I* (pp. 1-19) *Gazi Kitapevi*.
- Zhu, X., Kunaviktikul, W., Sirakamon, S., Abhichartibutra, K., & Turale, S. (2021). A causal model of thriving at work in Chinese nurses. *International Nursing Review*, 68(4), 444-452.

BÖLÜM 3

TÜKETİCİ BAKIŞ AÇISIYLA MOBİL ÖDEME SİSTEMLERİ

Dr. Öğr. Üyesi Nilşah CAVDAR AKSOY¹

¹ Galatasaray Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İstanbul, Türkiye.
ncaksoy@gsu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-0734-3930

GİRİŞ

İnternet, mobil ağlar, mobil cihazlar gibi teknolojilerin gelişmesi, iş dünyasında kullanılan geleneksel ödeme sistemlerinin değişikliğe uğramasına sebep olmuş ve mobil ödeme sistemleri bu şekilde bireylerin hayatında yer bulmaya başlamıştır (Liébana-Cabanillas vd., 2018a). İki taraf arasında kablosuz ağ gibi kimi teknolojilerle (örneğin, Kablosuz Bağlantı Alanı-Wireless Fidelity- (Wi-Fi), 4G Uzun Vadeli Evrim-Long Term Evaluation-(LTE), Yakın Alan İletişimi-Near Field Communication- (NFC), Bluetooth, Radyo Frekansı ile Tanımlama-Radio Frequency Identification- (RFID), Liu vd., 2019) desteklenen finansal değiş tokuş olarak tanımlanan mobil ödeme (Hampshire, 2017; Lee vd., 2019), mobil cihazlar vasıtasıyla hızlı, kolay, güvenilir ve basit şekilde gerçekleşen ödeme ve diğer işlemleri temsil etmekte ve bu şekilde gerçekleştirilen her türlü bireysel ve ticari faaliyeti kapsamaktadır (Liébana-Cabanillas vd., 2018a). Mobil ödeme sistemleri, finans ve teknolojinin bir bileşimi olarak görülen finans teknolojisinin (FinTech) öne çıkan bir temsilcisi olarak görülmekte ve bu alanda verilen hizmetlerin en popülerleri olarak gösterilmektedir (Lee vd., 2019).

İlk defa 1997 yılında, bir mobil cihaz kullanılarak yapılan ödeme işlemi ile açığa çıkan mobil ödeme 25 yıllık bir tarihe sahiptir ve bu sürede hem akademik hem sektörel anlamda ilgili görmüştür (Leong vd., 2022). Grand View Research'e göre (2022), bugün bu alana yönelik pazar payı 52,21 milyar dolardır. 2030 için gelir tahmini ise, 587,52 milyar dolar olarak görülmekte ve böylelikle 2022'den 2030'a %35,3 oranında bir büyüme beklenmektedir. Türkiye özelindeki veriler incelendiğinde ise, daha geniş bir perspektifle, dijital ödeme sistemlerinin 2022'deki işlem değeri 63,45 milyar dolardır (Statista, 2022). 2027 yılına kadar %16,63'lük bir büyüme beklentisi bulunmakta ve işlem değerinin 136,90 milyar dolara ulaşması beklenmektedir. Böylelikle görülmektedir ki mobil ödeme sistemleri modern çağın teknolojik devrimlerinden biri olma özelliği taşımakta ve dünyanın pek çok yerinde pazarı domine eden konumunda varlığını sürdürmektedir (Humbani ve Wiese, 2019).

Geniş bir kapsama ve kullanım alanına sahip olan mobil ödeme sistemleri, genellikle bir teknoloji olarak konumlandırılmakta ve bu bakımdan, tüketici davranışı araştırmalarında çoğunlukla bu teknolojinin benimsenmesi veya kabulüne odaklanılmaktadır (örneğin, Schierz vd., 2010; Upadhyay vd., 2022). Öte yandan, yine büyük çoğunlukla ya mobil ticaret, mobil bankacılık

gibi türlerine odaklanılmakta (Hampshire, 2017) ya da mobile ödeme sistemleri genel olarak ele alınarak tüketiciden genel değerlendirmeler toplanmaktadır (örneğin, Schierz vd. 2010, Laksamana vd., 2022). Akademik araştırmalardaki bu sınırlı odak sürerken iş dünyasında mobil ödemeler konusundaki çalışmalar hızla ilerlemektedir, bu alandaki teknolojik yenilikler art arda sektörde yerini bulmaktadır. Bu durum ise akla şu soruyu getirmektedir: mobil ödeme sistemlerini kapsam açısından sınırlı şekilde ele almak ve davranışsal yanıtlar konusunda ise, kimi spesifik teorik yaklaşımlar ve beraberinde kimi belli başlı davranışsal yanıtlarla ilerlemek, bu alandaki teorik ilerlemeye ne kadar katkı sağlayabilir ve bu bakımdan, sektörel ilerlemeye ise nasıl yön verebilir? Buradan hareketle, bu çalışmanın amacı mobil ödeme sistemleri literatürünün bir özetini sunmak ve bu özet vasıtasıyla araştırma boşluklarını keşfedip gelecek araştırmalara bir yol haritası oluşturmaktır. Teorik katkı açısından akademik ilerleme sağlanması ve pazarlama bilgisi elde ederek tüketici davranışı araştırmalarına yön vermenin yanı sıra, bu çalışma sunduğu literatür özeti ile mobil ödeme sistemleri geliştiricileri ve diğer mobil teknoloji araştırmacılarına bir tüketici içgörüsü sunacaktır.

Bu çalışma ilgili amacı gerçekleştirmek ve belirtilen katkıları sunmak üzere şu şekilde ilerleyecektir: İlk olarak, ilgili literatürü daha iyi inceleyebilmek için anlaşılması gereken konular olan mobil ödeme türleri ve mobil ödemenin kullanım alanları işlenecektir. Sonrasında, alanın durumunu anlayabilmek için gerekli bir alt başlık olarak mobil ödemenin avantaj ve dezavantajları aktarılacaktır. Araştırmanın ana motivasyonuna uygun olarak, bireylerin mobil ödeme sistemlerine yaklaşımları; araştırılan mobil ödeme türleri, teorik yaklaşım, mobil ödeme sistemlerine tüketici yanıtları ve bu yanıtlara etki eden faktörler vasıtasıyla incelenecektir. Son olarak, mevcut tüketici bakış açısına yönelik bu çalışma vasıtasıyla sektörel, akademik ve toplumsal çıkarımlarda bulunulacaktır.

1. MOBİL ÖDEME TÜRLERİ

Mobil ödeme sistemlerinin sınıflandırılması üzerine farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Liébana-Cabanillas vd. (2015a) ve Liébana-Cabanillas vd. (2018a) işlevsellik üzerinde durup mobil ödeme türleri için üç temel kritere dayanarak bir sınıflandırma yapmıştır: hizmetin türüne göre mobil ödemeler (mobil bilet, mobil park, mobil havale, mobil satış noktası terminalleri-point-

of-sale- (POS)), kullanılan teknolojiye göre mobil ödemeler (SMS, WAP, NFC, USSD), kullanım amacına göre mobil ödemeler (mobil sipariş, mobil bankacılık, mobil teslimat, mobil kontrat). Köster vd. (2016) ile Zhang ve Mao (2019) ise, iki temel mobil ödeme türü olduğunu savunur: yakın ödemeler ve uzaktan ödemeler. Yakın ödemelerde, ödeme işlemleri mobil cihazın teknolojik desteğiyle ilgili alanda gerçekleşirken (POS ile ödemeler, örneğin, Starbucks'tan bir kahve aldığımızda) uzaktan ödemeler lokasyondan bağımsızdır (mobil bankacılık, mobil internet ödeme hizmetleri, örneğin, akıllı telefon kullanarak Amazon'dan bir sipariş verdiğinizde).

Mobil bankacılık ve mobil para gibi kavramlar çoğunlukla mobil ödeme sistemleri ile birlikte anılsa da Shaikh vd. (2022) bu üçünün farklı hizmet türleri olduğunu vurgulamıştır. Bunu yaparken ilgili hizmet türleri; kullanılan cihaz kategorisi ve türü, hizmet sağlayıcısı, hizmet erişim metotları, hizmet türü ve kapsamı, ödeme türü, birincil tüketici segmenti şeklindeki belirleyicilere göre kategorize edilmiştir. Bu belirleyicilere göre farklılaşan özellikler taşıyan hizmet türlerinin ortak yanı ise, her birinin mobil finansal hizmetlerin birer temsilcisi olmasıdır. Benzer şekilde, Bojjagani vd. (2021) mobil bankacılık, mobil ödeme ve değer eklenmiş hizmetlerin ayrıştırılması gerektiğini vurgulamıştır ve her birinde verilen ana hizmetlerin farklı olduğu belirtilmiştir. Bu çalışmada, mobil ödeme altında ele alınan kategoriler ise kişiden kişiye ödemeler-Peer-to-Peer- (P2P), fatura ödemeleri ve otomatik ödeme, sanal cüzdan, POS çözümleri/NFC şeklindedir.

Liu vd. (2019) ise mobil ödeme sistemlerini ilgili transfer işlemini gerçekleştirmek için kullanılan uygulamalar ve platformlar çerçevesinde tasnif etmiştir. Bu yaklaşıma göre, Apple Wallet gibi çeşitli mobil cüzdanlar, PayPal Mobile Cash, Alipay ve Venmo gibi mobil ödeme uygulamaları ve WeChat gibi cüzdan özelliği taşıyan veya ödeme fonksiyonuna sahip sosyal medya uygulamaları olmak üzere üç temel mobil ödeme sistemi kategorisi bulunmaktadır. Bu çalışma, aynı zamanda, mobil ödeme ile mobil bankacılığın ayrı ele alınması gerektiğini savunan çalışmalardandır ve her ikisinde de internet vasıtasıyla dijital ödeme yapılması olanaklı olsa da mobil ödeme teknolojilerinin genellikle geleneksel olmayan finansal şirketler tarafından sunulduğu vurgulanmıştır.

Kimi çalışmalarda öne çıkan bir tür olarak ise, platform temelli mobil ödeme sistemleri incelenmektedir. Lee vd. (2019) platform temelli mobil

ödeme sistemlerini hâlihazırdaki üyelerini kullanarak bir platform genişlemesi yapıp mobil ödeme pazarına giren firmalar olarak görmektedir. Burada, firmanın önceden bir finansal pazar tecrübesinin olması gerektiği vurgulanmaktadır. Bunun en popüler örneği, Alipay olarak görülebilir. Jun vd. (2018) de benzer bir yaklaşımla, mobil kolay ödeme hizmetlerinin bir tür olarak ayrıştırılması gerektiğini vurgulayan bir çalışma yürütmüştür. Bu yaklaşıma göre, mobil kolay ödeme hizmeti basit bir kimlik doğrulaması ile kolayca ödeme yapılmasını sağlayan elektronik bir yöntemdir.

2. MOBİL ÖDEMENİN KULLANIM ALANLARI

Mobil ödeme sistemlerinin kullanım alanları ile mobil ödeme türleri zaman zaman iç içe geçmektedir. Bu bakımdan, hangi alanda kullanıldıklarını anlamak ve hangi alanda hangi türlerin öne çıktığını görmek bu karışıklık için bir çözüm olabilir. Bunu gerçekleştirmek için öncelikle mobil ödeme uygulamalarının iki temel özelliğini vurgulamak yerinde olacaktır. İlk olarak, mobil ödeme uygulamaları Airbnb, Amazon, Groupon ve Walmart gibi çeşitli satıcılar; Alipay Wallet, Android Pay, Samsung Pay ve PayPal gibi farklı sağlayıcılar için müşteriye ulaşmada aracı görevi üstlenmektedir. İkincisi, mobil ödeme uygulamaları çok çeşitli ödeme durumlarını desteklemektir. Burada yalnızca mobil bankacılık işlemlerinin gerçekleştirilmesi değil; kimlik doğrulama, sipariş verme gibi pek çok işlem gerçekleştirilebilmektedir (Gong vd., 2022). Sektördeki örnekleri vurgulamak gerekirse, Facebook'un Facebook Messenger'ı, Alibaba'nın Alipay'ı, Naver'in N-Pay'ı, KakaoTalk'un KakaoPay'ı burada karşımıza çıkmaktadır.

Mobil ödeme pazarı genel olarak değerlendirildiğinde ise, ağırlıklı olarak kredi kartı ve bankaların varlığı dikkat çekse de elektronik/iletişim şirketleri, ICT/platform şirketleri, donanım/yazılım üreticileri ve distribütörleri gibi finansal şirketler ile kimi finansal olmayan şirketlerin mobil ödeme pazarında bulunduğu belirtilmektedir (Lee vd., 2019). Facebook, Alipay gibi örnekler bize bilişim tarafında gelişmiş olan kimi firmaların platform temelli olarak gerçekleştirdiği mobil ödeme sistemlerini örneklemektedir. Öte yandan, Belanche vd. (2022) mobil ödeme sistemlerinin sağlık, ulaşım ve medya hizmetleri gibi sektörlerde zamanla daha çok var olacağını belirtmiştir.

Dahlberg vd. (2008) mobil ödeme konusundaki öncü çalışmalarında, mobil ödemenin dijital içerikler için yapılan ödemelerde (zil sesi tonu, logo,

haberler, müzik, oyun vb.), bilet alımlarında, park ödemelerinde, ulaşım ödemelerinde, fatura ödemek için elektronik ödeme erişimlerinde, fiziksel malların satın alımında (satış ve biletleme makineleri ile POS) kullanıldığını belirtmiştir. Ödemeler temelinde sunulan bu kategorizasyona alternatif olarak kimi çalışmalarda spesifik bir sektöre odaklanılmıştır. Bu bakımdan, mobil ödeme sistemlerinin öne çıkan kullanım alanlarından bir diğeri ise perakendeciliktir. Örneğin, Lee vd. (2019) hem perakendeci hem bireysel kullanıcıların kullanım niyetlerine odaklanan bir araştırma gerçekleştirmiştir. Benzer şekilde, burada çevrim içi veya mobil alışverişi de bir alan olarak görmek mümkündür. Kimi çalışmalarda, bireylerin bu tür alışverişlerinde mobil ödeme kullanımına odaklanılmaktadır (Köster vd., 2016). Suyunchaliyeva vd. (2021) ise, turizm alanı üzerine çalışarak mobil ödeme sistemlerinin pandemi sonrasındaki süreçte sunabileceği faydalara vurgu yapmıştır.

3. MOBİL ÖDEMENİN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI

Mobil ödemenin işletmeler, tüccarlar, bireysel kullanıcılar için kimi avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır. İlk olarak, işletme ve tüccarları ele aldığımızda, mobil ödeme sistemleri bu taraflara çok yönlülük kazandırmaktadır (Liébana-Cabanillas vd., 2018a). Burada, telefon ağları sayesinde işlemlerin çeviklik kazanması söz konusu olmuştur ve bu durum beraberinde daha kolay ve zaman kazandıran bir hizmet sunma ve alma avantajını getirmiştir. Alıcılar böylelikle bu sistemleri daha kabul edebilir hale gelmiş ve satıcılar için de kullanıcı davranışlarını küresel ölçekte analiz edebilmek daha kolay olmuştur. Ek olarak, güvenlik sorunları internet ortamının ve dijital dünyanın daima önemli bir sorunu olarak görülse de mobil ödemelerdeki güvenlik protokolleri, mobil ödeme sistemlerinin kullanıcılar tarafından güvenilir bulunması avantajını sunmuştur. Liébana-Cabanillas vd. (2018b) ise, mobil ödeme sistemlerinin avantajlarını bilgi birikimi, güven, bulunurluk, mobilite, teknoloji seviyesi, kolaylık, uyumluluk, kullanım kolaylığı, sosyal karakter, işe yararlık, maliyet olarak sıralamıştır. Çalışmada, her bir avantaj farklı mobil ödeme sistemleri için karşılaştırılmış ve ilgili mobil ödeme sisteminde hangi avantajların bulunduğu vurgulanmıştır. Daha makro bir perspektifle ele alındığında, Pal vd. (2020) mobil ödeme sistemlerinin

ekonomik ilerleme açısından büyük katkı sağlayacağını, bilhassa gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkeler için finansal açıdan dahil olmayı sağlayarak bu ülkelere eşitlik ve faydalanma avantajları sunacağını vurgulamaktadır. Tüm finansal hizmetlerin erişilebilir hale gelmesinin yanı sıra, bu sistemler danışmanlık ve müşteri hizmetlerinde iyileştirmelerin olması ve NFC teknolojilerini içeren akıllı telefonların kullanımı nedeniyle POS terminallerinin sayısının artması gibi fırsatlar da yaratmıştır (Belanche vd., 2022). Tüm bu avantajlar vasıtasıyla görülmektedir ki mobil ödeme uygulamaları müşterilerin yaşamında geniş bir yer tutar hale gelmiş ve bu yönüyle dünya ekonomisinin yeni bir lokomotifini olarak adlandırılmaya başlanmıştır (Gong vd., 2022).

Aynı zamanda, mobil ödemenin kimi dezavantajları olduğu belirtilmektedir. Liébana-Cabanillas vd. (2021), mobil ödeme sistemlerine yönelik tek bir risk kategorisi sunmuştur: risk/güvenlik. Bu durum dört mobil ödeme kategorisi için incelenmiş ve güvenlik riskinin akıllı kart ödeme sistemi, mobil POS, mobil cüzdan ve P2P mobil ödeme şeklindeki dört kategoride de bulunduğu vurgulanmıştır. Jun vd. (2018), konu değer temelli değerlendirildiğinde ele alınabilecek iki faktör olan teknik efor ve maliyete vurgu yapmış, bunları yansıtması adına değişim maliyeti ile algılanan gizlilik riskine odaklanmış ve her birinin mobil ödeme sistemlerindeki durumunu analiz ederek ilgili hususlara dikkat çekmiştir. Kimi çalışmalarda ise, spesifik olarak bazı türlerin dezavantajlarına odaklanılmıştır. Örneğin, Dang vd. (2022) nakit olmayan dijital ödemelerin gizlilik endişeleri, gözetim, dolandırıcılık, kişisel bilgi kaybı gibi dezavantajlarının olduğunu belirtmiştir. Öte yandan, SMS temelli ödeme sistemlerinin ise, mesaj gönderildikten sonra alıcıda depolanması, kodlama eksikliği, alındı doğrulamasının olmaması, bilgi gönderimi için sınırlı kapasitesinin olması şeklinde dezavantajlarının olduğu vurgulanmıştır (Liébana-Cabanillas vd., 2015a; Liébana-Cabanillas vd., 2018a).

4. TÜKETİCİLERİN MOBİL ÖDEME SİSTEMLERİNE YÖNELİK YAKLAŞIMLARI

Çalışmanın bu bölümünde, mobil ödeme sistemleri konusundaki literatür incelenerek erişilen tüketici bakış açısını yansıtan çalışmalar hakkında detaylı bilgi sunulacaktır. İlgili makale havuzunu oluşturmak üzere, “mobile payment” ve “marketing” ve “consumer” ile “mobile payment” ve “marketing” ve “customer” taraması yapılmış, “mobile payment” yerine “m-payment” ve “m payment” kullanılarak yeniden taramalar gerçekleştirilmiştir. İlgili tarama, Web of Science platformunda bulunan makaleleri kapsamaktadır. Kitap bölümleri, kitap değerlendirmeleri, kongre bildirimleri çalışmaya dâhil edilmemiştir.

5.1. Araştırılan Mobil Ödeme Türleri

Mobil ödeme sistemlerine yönelik araştırmalarda, herhangi bir sınıflandırma yapılmadan ilerlenen çalışmalar olduğunu gözlemlemekteyiz. Örneğin, Schierz vd. (2010), Liébana-Cabanillas vd. (2014a), Oliveira vd. (2016), Liébana-Cabanillas vd. (2018a), Chen vd. (2019), Hussain vd. (2019), Park vd. (2019), Sinha vd. (2019), Chung vd. (2020); Flavián vd. (2020), Liébana-Cabanillas vd. (2020a), Patil vd. (2020), Handarkho (2021), Raman ve Aashish (2021), Xue vd. (2021), Lisana ve Handarkho (2022), Mouakket (2020), Yeh (2020), Cham vd. (2022), Laksamana vd. (2022), Tripathi vd. (2022) mobil ödeme sistemlerine yönelik olarak genel değerlendirme toplayan çalışmalardandır.

Kimi araştırmalarda ise, spesifik olarak bazı mobil ödeme türlerine yönelik araştırmalar gerçekleştirilmiştir (bakınız Tablo 1). Örneğin, kimi çalışmalar konuyu daha geniş bir perspektiften ele alarak mobil ödeme uygulamalarını incelemiştir (örneğin, Köster vd., 2016; Pal vd., 2020). Kimi araştırmalarda ise, bu uygulamaların belirli türlerine odaklanılmıştır. Örnek olarak, Ramadan ve Aita (2018) mal ve hizmet satın alımını mümkün kılan perakende mobil uygulamalarına odaklanmıştır. Kullanılan teknolojilerin öne çıktığı kimi çalışmalar da mevcuttur. NFC ile mobil ödeme (örneğin, de Luna vd., 2016; Malarvizhi vd., 2022), VSN ve SMS ile mobil ödeme (Liébana-Cabanillas vd., 2015a; de Luna vd., 2019), QR ile mobil ödeme (de Luna vd., 2019; Turker vd., 2022) burada karşımıza çıkan mobil ödeme türlerindedir. Bu çalışmaların içerisinde de ilgili türü daha spesifik örneklerle araştıranlar

mevcuttur. Örneğin Liébana-Cabanillas vd. (2015a, 2015b, 2015c), SMS teknolojisi ile desteklenmiş ödeme sistemlerini Zong adlı sistem örneğiyle incelemiştir. Bazı çalışmalar, direkt hangi teknolojinin öne çıktığına yönelik bilgi işlem temelli yaklaşımlara da ilgili teknolojik yeniliği vurgulayarak bir örnek alan seçmiştir. Burada karşımıza yüz tanıma sistemlerinin kullanımı çıkmaktadır (örneğin, Dang vd., 2022; Lee ve Pan, 2022). Mobil ödeme sistemlerindeki kullanıcılara odaklanarak bağlam seçimi yapıldığı da gözlemlenen yaklaşımlardan biridir. P2P ödeme sistemleri burada araştırılan bir tür olarak görülmekte ve bu sistemler özelinde yürütülen araştırmalar da bulunmaktadır (örneğin, Kalinic vd., 2019; Belanche vd., 2022). Bu tür içerisindeki kimi spesifik örneklerin de detaylı incelendiği gözlemlenmektedir. Örneğin, Bizum adlı P2P ödeme sistemi, örnek olarak kullanılarak araştırma yürütülen markalardan biridir (örneğin, Kalinic vd., 2019). Bazı çalışmalarda ise, mobil ödemenin hangi sektörde kullanıldığına yönelik olarak bir seçim yapılmıştır. Örneğin, Hampshire (2017) ve Upadhyay vd. 2022 mobil bankacılık türüne odaklanarak araştırmalarını yürütmüştür. Kimi araştırmalarda ise (örneğin, Singh vd., 2017; Singh, 2022) mobil cüzdanlara odaklanılmış ve bunlardan bazılarında da Alipay (örneğin, Gong vd., 2022) gibi spesifik bir mobil cüzdan markası üzerine çalışılmıştır. Ödeme sistemlerinin bir alt hizmet olarak sunulduğu kimi platformlar da bulunmaktadır. Kimi araştırmalar bu tür platformlara odaklanmıştır. Örneğin, Wu vd. (2017) ve Tang vd. (2021) burada öne çıkan bir tür olan WeChat örneği ile çalışmalarını yürütmüştür. Yakın mobil ödeme (örneğin, Giovanis vd., 2022), platform temelli mobil ödeme (örneğin, Lee vd., 2019), mobil kolay ödeme (Jun vd., 2018) gibi kimi spesifik türlere odaklanıldığı da gözlemlenebilmektedir. Tüm bu türlerde, kimilerinin iç içe geçtiği görülse de bu çalışmada ilgili türleri açığa çıkarabilmek adına, makalelerdeki yazar odakları baz alınmıştır. İlgili yazar(lar) araştırdıkları türü nasıl vurguluyorsa bu çalışma kapsamında da o şekilde ele alınmış ve bu tasnif gerçekleştirilmiştir.

Tablo 1: Mobil ödeme davranışı araştırmalarında odaklanılan türler

Odak	Kaynak
Mobil ödeme uygulamaları	Köster vd., 2016; Ramadan ve Aita, 2018; Humbani ve Wiese, 2019; Karjaluto vd., 2019; Zhang ve Mao, 2019; Liébana-Cabanillas vd., 2020b; Pal vd., 2020
NFC mobil ödeme	de Luna vd., 2016; Bailey vd., 2017; Khalilzadeh vd., 2017; Liébana-Cabanillas vd., 2017; Ozturk vd., 2017; Liébana-Cabanillas vd., 2018b; de Luna vd., 2019; Zhang ve Mao, 2019; Zhao vd., 2019; Liébana-Cabanillas vd., 2021a; Agárdi ve Alt, 2022; Malarvizhi vd., 2022
VSN ve SMS mobil ödeme	Liébana-Cabanillas vd., 2015a; Liébana-Cabanillas vd., 2017; Liébana-Cabanillas vd., 2018a; de Luna vd., 2019
QR mobil ödeme	de Luna vd., 2019; Liu vd., 2021; Turker vd., 2022
Yüz tanıma sistemli mobil ödeme	Lee ve Pan, 2022; Dang vd., 2022
P2P mobil ödeme	Kalinic vd., 2019; Lara-Rubio vd., 2021; Liébana-Cabanillas vd., 2021b; Belanche vd., 2022
Yakın mobil ödeme	Giovanis vd., 2022; Mu ve Lee, 2022
Platform temelli mobil ödeme	Lee vd., 2019
Mobil bankacılık	Hampshire, 2017; Upadhyay vd., 2022
Mobil cüzdan	Singh vd., 2017; Kumar vd., 2018; Gong vd., 2020; Kaur vd., 2020; Gong vd., 2022; Hidayat-ur-Rehman vd., 2022; Senali vd., 2022; Singh, 2022
Mobil kolay ödeme	Jun vd., 2018
Ödeme sistemli sosyal iletişim aracı	Wu vd., 2017; Tang vd., 2021

5.2. Teorik Yaklaşım

Mobil ödeme sistemleri araştırmalarında faydalanılan teoriler incelendiğinde (bakınız Tablo 2), genellikle teknolojinin benimsenmesi veya kabulü konusuna odaklanan temel teorilerin yoğunluklu kullanımı dikkat çekmektedir. Zaman zaman bu teorilerden birinin kullanılarak araştırmalar gerçekleştirildiğini görülmekteyken (örneğin, Teknoloji Kabul Modeli-Technology Acceptance Model- (TAM), Liébana-Cabanillas vd., 2015a) kimi zaman birkaçının birlikte kullanıldığı (örneğin, TAM, Gerekçeli Eylem Teorisi-Theory of Reasoned Action- (TRA) ve Birleştirilmiş Teknoloji Kabulü ve Kullanımı Teorisi-Unified Theory of Acceptance and Use of Technology-(UTAUT), Liébana-Cabanillas vd., 2018a) kimi zaman ise kimi diğer teorilerle

birlikte daha geniş bir perspektifte kullanıldıkları (örneğin, TAM/TAM 2, Yenilik Yayılımı Teorisi-Information Diffusion Theory- (IDT) ve Sosyal Bilişsel Teori-Social Cognitive Theory, Ramadan ve Aita, 2018) görülmektedir. Tabloda görülebileceği gibi, teknolojiyi benimseme modelleri sıklıkla karşımıza çıkarken yoğun şekilde görebileceğimiz diğer bazı yenilik odaklı teoriler de bulunmaktadır (IDT ve Yeniliklerin Yayılması Teorisi-Diffusion of Innovation Theory- (DOI)) ve bunlar da teknolojiyi benimseme veya kabul modelleriyle birlikte çalışılsa da zaman zaman tekil olarak da çalışılmaktadır.

Bazen bu teoriler ilgili literatüre dayanak teşkil etse de zaman zaman geliştirilmiş olan farklılaşan araştırma modelleri de dikkat çekmektedir. Bu modellerde, yalnızca teorinin sunduğu ana değişkenler kullanılmakla kalınmamış literatüre kimi yeni perspektifler kazandırılmıştır. Örneğin, Liébana-Cabanillas vd. (2018a) TAM, TRA ve UTAUT'u kullandığı çalışmalarında, güven ve algılanan risk değişkenlerinin etkisini de ele almıştır. Hampshire (2017) de bu değişkenler ile bir TAM genişlemesi gerçekleştirmiştir. Ek olarak, karakteristik özellikleri modele dahil etmişlerdir. Liébana-Cabanillas vd. (2020) ise, güven ve risk eklemelerine ayrıca yenilikçilik, stres ve memnuniyeti de katmıştır. Kalinic vd. (2019) ise, eğlencelilik, yenilikçilik, memnuniyet gibi değişken eklemeleri ile ilerlemiştir. Zhang ve Mao (2019) TRA, TAM ve DOI dayanağıyla oluşturdukları çalışmalarında genişletilmiş bir model sunmuşlardır. Temelde göreceli avantaj değişkeninin teknoloji kabulü incelemesine eklendiği çalışmada, algılanan faydalılık ve sübjektif normun da öncülleri incelenerek bir genişletme yapılmıştır.

Öte yandan, zaman zaman mobil ödeme sistemleri farklı teorik dayanaklarla incelenerek teorik ilerleme sağlanması amaçlanmıştır. Örneğin, Gong vd. (2022) Adanmışlık-Kısıtlama modelini (Dedication-Constraint model) teorik dayanak olarak ele alıp bağlama dayalı bir Adanmışlık-Kısıtlama modeli geliştirmiştir. Humbani ve Wiese (2019) de farklı bir teorik dayanakla ilerleyen çalışmalardandır. Teknolojiye Hazırlık Ölçeği-Technology Readiness Index (TRI) ile Beklenti Onaylama Modeli kapsamında yürütülen çalışmada, bütünleşik bir model testi gerçekleştirilmiştir.

Tablo 2: Mobil ödeme davranışı araştırmalarında kullanılan teorik dayanaklar

Teori	Kaynak
Teknoloji benimseme, kabul modelleri* TRA, TPB (Planlı Davranış Teorisi-Theory of Planned Behavior), TAM, TAM2, UTAUT, UTAUT 2	Schierz vd., 2010; Liébana-Cabanillas vd., 2014a; 2014b; Di Pietro vd., 2015; Liébana-Cabanillas vd., 2015a; 2015b; 2015c; de Luna vd., 2016; Oliveira vd., 2016; Bailey vd., 2017; Hampshire, 2017; Khalilzadeh vd., 2017; Liébana-Cabanillas vd., 2017; Singh vd., 2017; Liébana-Cabanillas vd., 2018a; Liébana-Cabanillas vd., 2018b; Ramadan ve Aita, 2018; de Luna vd., 2019; Hussain vd., 2019; Kalinic vd., 2019; Liébana-Cabanillas vd., 2019; Sinha vd., 2019; Zhang ve Mao, 2019; Zhao vd., 2019; Flavián vd., 2020; Kalinic vd., 2020; Liébana-Cabanillas vd., 2020a; Liébana-Cabanillas vd., 2020b; Patil vd., 2020; Yeh, 2020; Lara-Rubio vd., 2021; Liébana-Cabanillas vd., 2021a; Liébana-Cabanillas vd., 2021b; Raman ve Aashish, 2021; Tang vd., 2021; Xue vd., 2021; Agárdi ve Alt, 2022; Bailey vd., 2022; Belanche vd., 2022; Dang vd., 2022; Giovanis vd., 2022; Laksamana vd., 2022; Malarvizhi vd., 2022; Senali vd., 2022; Turker vd., 2022; Upadhyay vd., 2022
Yeniliğin yayılması, benimsenmesi modelleri* DOI, IDT	Di Pietro vd., 2015; Oliveira vd., 2016; Liébana-Cabanillas vd., 2018b; Ramadan ve Aita, 2018; Liébana-Cabanillas vd., 2019; Raman ve Aashish, 2021; Kalinic vd., 2019; Karjaluto vd., 2019; Zhang ve Mao, 2019; Flavián vd., 2020; Kaur vd., 2020; Liébana-Cabanillas vd., 2020a; Yeh, 2020; Xue vd., 2021; Giovanis vd., 2022; Hidayat-ur-Rehman vd., 2022
Sosyal Bilişsel Teori	Ramadan ve Aita, 2018; Suyunchalievva vd., 2021
Sosyal Etki Teorisi	Handarkho, 2021; Lisana ve Handarkho, 2022
Öz Belirleme Teorisi	Chung vd., 2020; Liu vd., 2021
Sosyal Mübadele Teorisi	Tripathi vd., 2022
Beklenti Onaylama Modeli	Kumar vd., 2018; Humbani ve Wiese, 2019; Kalinic vd., 2019; Liébana-Cabanillas vd., 2021a
Uyaran-Organizma-Tepki Modeli	Chen vd., 2019; Wu vd., 2022
Teknolojiye Hazırlık Ölçeği	Humbani ve Wiese, 2019
Ağ Etkisi Teorisi	Gong vd., 2020
Güven Aktarım Teorisi	Handarkho, 2021
Marka Ederi Teorisi/ Tüketici-Temelli Marka Ederi Teorisi	Gong vd., 2020; Singh, 2022
Bilişsel-Duygusal-Davranışsal Sadakat Çerçevesi	Gong vd., 2020

Değerlik Bağı Teorisi	Ozturk vd., 2017
Kuşaklar Arası Grup Teorisi	Agárdi ve Alt, 2022
Değer Temelli Benimseme Modeli	Jun vd., 2018
Bağlılık-Güven Teorisi	Karjaluto vd., 2019
Bilişim Sistemleri Başarı Modeli	Mouakket, 2020
Tüketici Yanıt Sistemi	Wu vd., 2017
Duygulanım Buluşsal Yöntemi	Wu vd., 2017
İşlevsel Tutum Teorisi	Dang vd., 2022
Koruma Motivasyonu Teorisi	Wang, 2020
Adanmışlık-Kısıtlama Modeli	Gong vd., 2022
Herkes Tarafından Prestijli Marka (masstige brand) Teorisi	Singh, 2022
Migrasyon (birinden diğerine geçme durumu) Teorisi	Mu ve Lee, 2022
Direnç Teorisi	Chung vd., 2020; Pal vd., 2020; Cham vd., 2022
Stresör-Gerilme-Çıktı Çerçevesi	Lee ve Pan, 2022
İtme-Çekme Yaklaşımı	Hsieh, 2021

*Kimi zaman biri, kimi zaman birkaçı, kimi zaman tamamı kullanılmıştır.

5.3.Mobil Ödeme Sistemlerine Tüketici Yanıtları

Tüketicilerin mobil ödeme sistemlerine yönelik vermiş olduğu davranışsal yanıtlar incelendiğinde (bakınız Tablo 3), genellikle kullanım niyeti (örneğin, Schierz vd., 2010; Turker vd., 2022) çalışmaları karşımıza çıkmaktadır. Kullanım niyeti kadar yoğunluklu olmasa da kullanmaya devam etmeye yönelik niyet de yoğunlukla çalışılan tüketici yanıtlarından bir diğeri olmuştur (örneğin, Jun vd., 2018; Laksamana vd., 2022). Çalışmamız kapsamında, yazarların yaklaşımları baz alındığından ilgili yanıtı ifade ediş biçimine göre çıkarımlarda bulunulmuştur. Örneğin, Handarkho (2021) benzer bir bağımlı değişken üzerinde çalışmıştır ancak burada, bir niyet vurgusu yapılmamış ve ilgili değişken ‘kullanımı devam ettirme’ olarak ifade edilmiştir. Kimi çalışmalarda ise, niyetin ötesine geçerek gerçekleşen davranış incelenmiştir. Burada, ilgili sistemlerin kullanımı veya bir diğer söylemiyle,

kullanma davranışı incelenmiştir (örneğin, Hampshire, 2017; Upadhyay vd., 2022).

Bazı çalışmalarda, farklı konuların aydınlatılması için kimi farklı değişkenler ele alınmıştır. Örneğin, Gong vd. (2022) mobil ödeme uygulaması değiştirme davranışına odaklanmıştır. Bunu yaparken, Alipay wallet markası örneği incelenmiştir. Su vd. (2021) ise, iki yönlü olarak ele aldığı sadakat konusunu aydınlatmak üzere bir araştırma gerçekleştirmiştir: çevrim içi sadakat ve çevrim dışı sadakat. Ağızdan ağıza pazarlama veya benzer bir yaklaşım olan önerme niyeti de burada karşımıza çıkan tüketici yanıtlarındandır. Örneğin, Oliveira vd. (2016) ve Belanche vd. (2022) burada pozitif bir yaklaşımla konuyu ele alan çalışmalardandır. Lee ve Pan (2022) ise, konuya tam tersi bir şekilde bakmış ve negatif ağızdan ağıza pazarlamaya odaklanmıştır.

Tablo 3'te görülebileceği gibi bunlar dışında kimi tüketici yanıtları da bulunmakta ve bunlara genellikle kapsam içerisinde yalnızca bir çalışmada rastlanılabilmektedir.

Tablo 3: Mobil ödeme davranışı araştırmalarında bulunan bağımlı değişkenler

Bağımlı değişken	Kaynak
Kullanım niyeti / Davranışsal niyet / Benimseme niyeti / Kabul niyeti	Schierz vd., 2010; Liébana-Cabanillas vd., 2014a; Liébana-Cabanillas vd., 2014b; Di Pietro vd., 2015; Liébana-Cabanillas vd., 2015a; Liébana-Cabanillas vd., 2015b; Liébana-Cabanillas vd., 2015c; de Luna vd., 2016; Bailey vd., 2017; Khalilzadeh vd., 2017; Liébana-Cabanillas vd., 2017; Ozturk vd., 2017; Wu vd., 2017; Liébana-Cabanillas vd., 2018a; Liébana-Cabanillas vd., 2018b; Ramadan ve Aita, 2018; Chen vd., 2019; Hussain vd., 2019; Kalinic vd., 2019; Lee vd., 2019; de Luna vd., 2019; Park vd., 2019; Sinha vd., 2019; Zhao vd., 2019; Chung vd., 2020; Flavián vd., 2020; Kalinic vd., 2020; Kaur vd., 2020; Liébana-Cabanillas vd., 2020a; Liébana-Cabanillas vd., 2020b; Wang vd., 2020; Zhang ve Mao, 2020; Liébana-Cabanillas vd., 2021b; Tang vd., 2021; Agárdi ve Alt, 2022; Belanche vd., 2022; Giovanis vd., 2022; Hidayatur-Rehman vd., 2022; Senali vd., 2022; Turker vd., 2022
Sistem kullanımı / Kullanma davranışı	Hampshire, 2017; Singh vd., 2017; Patil vd., 2020; Yeh, 2020; Xue vd., 2021; Bailey vd., 2022; Upadhyay vd., 2022
Devam niyeti	Jun vd., 2018; Kumar vd., 2018; Humbani ve Wiese, 2019; Liébana-Cabanillas vd., 2019; Mouakket, 2020;

	Pal vd., 2020; Liébana-Cabanillas vd., 2021a; Raman ve Aashish, 2021; Laksamana vd., 2022
Kullanımı devam ettirme	Handarkho, 2021
Değiştirme niyeti	Hsieh, 2021; Gong vd., 2022; Mu ve Lee, 2022
Benimsememe niyeti	Cham vd., 2022
Sadakat	Gong vd., 2020; Su vd., 2021; Wu vd., 2022
Ağızdan ağıza pazarlama niyeti / Önerme niyeti	Oliveira vd., 2016; Kaur vd., 2020; Suyunchaliyeva vd., 2021; Verkijika vd., 2021; Belanche vd., 2022
Memnuniyet	Karjaluto vd., 2019
Bağlılık	Karjaluto vd., 2019
Güven	Handarkho, 2022
Ödeme istekliliği	Boden vd., 2020
Ödeme hazzı	Liu vd., 2021
Marka algısı (herkes tarafından prestijli marka-masstige brand)	Singh, 2022
Marka savunuculuğu	Tripathi vd., 2022
'Öde' butonuna basmakta tereddüt etme	Park vd., 2022
Direnç	Lee ve Pan, 2022
Negatif ağızdan ağıza pazarlama	Lee ve Pan, 2022

5.4. Tüketici Yanıtlarını Etkileyen Faktörler

Mobil ödeme sistemleri çalışmaları incelendiğinde, karşımıza öncelikle yukarıdaki teorik dayanaklarla da paralel olarak kabul veya benimseme modeli değişkenleri çıkmaktadır (bakınız Tablo 4). Tabloda görülebileceği gibi, bunlar ilgili teorilerin sunduğu ana değişkenlerdir ve ilgili çalışmalarda, bu değişkenlerin mobil ödeme sistemleri kapsamında bağlam olarak genişletilmesi sağlanmıştır (örneğin, Schierz vd., 2010; Upadhyay vd., 2022). Burada yalnızca teknolojiye yönelik değişkenler kullanılmamış aynı zamanda yenilik olarak konumlandırma yapılarak buna yönelik değişkenler de kullanılmıştır (örneğin, Di Pietro vd., 2015; Senali vd., 2022).

Mobil ödeme sistemleri araştırılırken sıklıkla kullanıldığı gözlemlenebilen teknolojiyi benimseme veya kabul modelleri teorik dayanak olarak mevzubahis olduğunda sıklıkla karşılaştığımız kimi ek değişkenler bulunmaktadır. Bunlardan bazıları, ilgili teknolojik sisteme veya yeniliğe yönelik faktörlerdir: güven (örneğin, Liébana-Cabanillas vd., 2015), algılanan risk (örneğin, Hampshire, 2017), algılanan beklenti (örneğin, Ramadan ve Aita, 2018), algılanan deneyim (örneğin, Ramadan ve Aita, 2018). Ek olarak, bu

yaklaşım ile yürütülen araştırmalarda aynı zamanda kimi bireysel özelliklerin birer öncül faktör olarak ele alındığı da gözlemlenebilmektedir. Örneğin, karakteristik özellikler (örneğin, Hampshire, 2017), spesifik olarak yenilikçilik (örneğin, Kalinic vd., 2019), stres (örneğin, Liébana-Cabanillas vd., 2020) bunlardan bazılarıdır.

Zaman zaman, ardıl olma özelliği taşıyan kimi değişkenlerin burada nihai bağımlı değişkenin bir öncülü olarak yer aldığı da görülmektedir. Memnuniyet (örneğin, Humbani ve Wiese, 2019), tutum (örneğin, Zhang ve Mao, 2019) karşımıza çıkan bu tür değişkenlere birer örnektir.

Mobil ödeme sistemleri araştırmalarında, zaman zaman farklı perspektifler görülmektedir. Bunların bazılarında tamamıyla farklı teorik dayanaklar ve açıklanmaya çalışılan bağımlı değişkenler kullanılmıştır. Örneğin, Gong vd. (2022) mobil ödeme uygulaması değiştirme davranışını açıklamak üzere, adanmışlık temelli mekanizma olarak platform liderliği, hizmet liderliği ve teknoloji liderliği değişkenlerinin duygusal bağlılık üzerindeki etkisini; kısıtlayıcılık temelli mekanizma olarak kişiselleştirme maliyetleri, öğrenme maliyetleri ve belirsizlik maliyetlerinin hesapçı/çıkarıcı bağlılık üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Aynı zamanda, her iki bağlılığın değiştirme davranışı üzerindeki direkt etkisi, hesapçı/çıkarıcı bağlılığın ise duygusal bağlılık ile değiştirme davranışı arasındaki ilişkide ılımlaştırıcı etkisi araştırılmıştır. Benzer şekilde, Su vd. (2021) bir güven-sadakat modeli kurmuştur. Burada, fiziksel bankaya ait kimi faktörlerin hem çevrim içi hem çevrim dışı güvene etkisi ve nihayetinde yine çift yönlü sadakatin açığa çıkışı incelenmiştir. Bazı çalışmalarda ise, literatürde yoğunlukla rastlanan bağımlı değişkenleri açıklamaya odaklanılsa da öncüller açısından farklılaşmıştır. Örneğin, Humbani ve Wiese (2019) Teknolojiye Hazırlık Ölçeği'nde yer alan faktörleri çalışmanın başlangıç noktasını hazırlayan birer öncül olarak kullanmıştır.

Tablo 4: Mobil ödeme davranışı araştırmalarında öne çıkan etkili faktörler

Faktör	Kaynak
<p>TRA, TPB, TAM, TAM2, UTAUT, UTAUT2 faktörleri*</p> <p>Sosyal etki, Sübjektif norm Algılanan kontrol Algılanan kullanılabilirlik Algılanan kolaylık Performans beklentisi Çaba beklentisi Kolaylaştırıcı şartlar Hedonik motivasyon Fiyat değeri Alışkanlık</p> <p><i>(Tutum aşağıda ele alındığından hariç tutulmuştur)</i></p>	<p>Schierz vd., 2010; Liébana-Cabanillas vd., 2014a; 2014b; Di Pietro vd., 2015; Liébana-Cabanillas vd., 2015a; 2015b; 2015c; de Luna vd., 2016; Oliveira vd., 2016; Bailey vd., 2017; Hampshire, 2017; Khalilzadeh vd., 2017; Liébana-Cabanillas vd., 2017; Singh vd., 2017; Wu vd., 2017; Kumar vd., 2018; Liébana-Cabanillas vd., 2018a; Liébana-Cabanillas vd., 2018b; de Luna vd., 2019; Humbani ve Wiese, 2019; Hussain vd., 2019; Kalinic vd., 2019; Lee vd., 2019; Liébana-Cabanillas vd., 2019; Sinha vd., 2019; Zhang ve Mao, 2019; Zhao vd., 2019; Flavián vd., 2020; Kalinic vd., 2020; Liébana-Cabanillas vd., 2020; Mouakket, 2020; Pal vd., 2020; Patil vd., 2020; Hsieh, 2021; Liébana-Cabanillas vd., 2021a; Liébana-Cabanillas vd., 2021b; Liu vd., 2021; Raman ve Aashish, 2021; Suyunchaliyeva vd., 2021; Tang vd., 2021; Xue vd., 2021; Agárdi ve Alt, 2022; Bailey vd., 2022; Belanche vd., 2022; Dang vd., 2022; Giovanis vd., 2022; Laksamana vd., 2022; Lisana ve Handarkho, 2022; Malarvizhi vd., 2022; Mu ve Lee, 2022; Senali vd., 2022; Tripathi vd., 2022; Turker vd., 2022; Upadhyay vd., 2022</p>
<p>DOI, IDT faktörleri*</p> <p>Görelî üstünlük/avantaj Uyum (Genel veya Platform-uygulama uyumu Uygulama-hizmet uyumu Hizmet-strateji uyumu Yaşam tarzı uyumu) Denenebilirlik Gözlemlenebilirlik Karmaşıklık İmaj (Genel veya Sosyal imaj Kurumsal imaj)</p> <p><i>(Kullanım kolaylığı yukarıda ele alındığından hariç tutulmuştur)</i></p>	<p>Di Pietro vd., 2015; de Luna vd., 2016; Oliveira vd., 2016; Liébana-Cabanillas vd., 2018b; Humbani ve Wiese, 2019; Wu vd., 2017; Jun vd., 2018; Zhang ve Mao, 2019; Chung vd., 2020; Gong vd., 2020; Kaur vd., 2020; Yeh, 2020; Zhang ve Mao, 2020; Hsieh, 2021; Su vd., 2021; Tang vd., 2021; Agárdi ve Alt, 2022; Cham vd., 2022; Giovanis vd., 2022; Hidayat-ur-Rehman vd., 2022; Senali vd., 2022</p>
<p>Diğer sistem özellikleri*</p> <p>Güven/Güvence Algılanan risk</p>	<p>Schierz vd., 2010; Liébana-Cabanillas vd., 2014a; 2014b; Di Pietro vd., 2015; Liébana-Cabanillas vd., 2015a; 2015b; 2015c; de Luna vd., 2016; Oliveira vd.,</p>

(Genel veya Performans riski	2016; Bailey vd., 2017; Hampshire, 2017; Khalilzadeh vd., 2017; Liébana-Cabanillas vd., 2017; Ozturk vd., 2017; Singh vd., 2017; Jun vd., 2018; Kumar vd., 2018; Liébana-Cabanillas vd., 2018a; Liébana-Cabanillas vd., 2018b; Ramadan ve Aita, 2018; Chen vd., 2019; de Luna vd., 2019; Humbani ve Wiese, 2019; Kalinic vd., 2019; Karjaluooto vd., 2019; Lee vd., 2019; Liébana-Cabanillas vd., 2019; Park vd., 2019; Sinha vd., 2019; Zhang ve Mao, 2019; Zhao vd., 2019; Chung vd., 2020; Kalinic vd., 2020; Liébana-Cabanillas vd., 2020a; Liébana-Cabanillas vd., 2020b; Mouakket, 2020; Pal vd., 2020; Patil vd., 2020; Wang, 2020; Yeh, 2020; Handarkho, 2021; Hsieh, 2021; Liébana-Cabanillas vd., 2021a; Liébana-Cabanillas vd., 2021b; Liu vd., 2021; Raman ve Aashish, 2021; Su vd., 2021; Suyunchaliyeva vd., 2021; Tang vd., 2021; Xue vd., 2021; Agárdi ve Alt, 2022; Bailey vd., 2022; Belanche vd., 2022; Cham vd., 2022; Dang vd., 2022; Hidayat-ur-Rehman vd., 2022; Laksamana vd., 2022; Lee ve Pan, 2022; Lisana ve Handarkho, 2022; Malarvizhi vd., 2022; Mu ve Lee, 2022; Park vd., 2022; Senali vd., 2022; Singh, 2022; Tripathi vd., 2022; Turker vd., 2022; Wu vd., 2022; Wu vd., 2022
Zaman riski	
Psikolojik risk	
Gizlilik riski	
Güvenlik riski	
Finansal risk	
Operasyonel risk)	
Algılanan gizlilik	
Algılanan güvenlik	
Algılanan beklenti	
Algılanan fayda	
Kalite	
(Genel veya Sistem kalitesi	
Hizmet kalitesi	
Bilgi kalitesi)	
Değer	
(Genel veya Hedonik değer	
Sosyal değer	
Faydacı değer)	
Yenilik	
Algılanan edilebilirlik	ikame
Algılanan eğlencelilik	
Algılanan deneyim	
Erişebilirlik	
Bulunabilirlik	
Uygunluk/elverişlilik	
Yanıt verebilirlik	
Akıllılık	
Mobilite	
Rahatsızlık	
Algılanan kullanıcı sayısı	
Algılanan akran sayısı	
Direkt/endirekt ağ/şebeke dışsallığı	
Transfer edilen para miktarı	
Satın alım miktarı	
Satış personeli davranışı	
Fiyat yazım stili	
Müşteri yolculuğu tasarımı	
İlişki yatırımı	
Yapısal güvence	
Operasyonel kısıtlar	

Sistem özellikleri yükleme Bilgi yükleme Teknolojik belirsizlik Şikâyet yönetimi Marka imajı	
Karakteristik özellikler* Genel veya Yenilikçilik Stres Duygular Bireysel mobilite İyimserlik Öz yeterlik Hedonik alışveriş değeri/Hedonizm Sosyal Benlik uyumu Atalet Nakit inatçılığı Direnç Teknoloji anksiyetesi Harcama farkındalığı Kültürel farklar Belirsizlikten kaçınma Ödemenin yarattığı durumlar (gerginlik, acı vb.) Mobil beceri/ustalık Bilinçli farkındalık Teknolojiye hazır olma/oluş Teknostres Ürün ilgilenimi/İlgililik/Yakınlık Özerklik İlişkiselik Yetkinlik	Schierz vd., 2010; de Luna vd., 2016; Bailey vd., 2017; Khalilzadeh vd., 2017; Ozturk vd., 2017; Singh vd., 2017; Wu vd., 2017; Liébana-Cabanillas vd., 2018b; Jun vd., 2018; Humbani ve Wiese, 2019; Karjaluto vd., 2019; Sinha vd., 2019; Boden vd., 2020; Chang ve Mao, 2020; Chung vd., 2020; Flavián vd., 2020; Kalinic vd., 2020; Liébana-Cabanillas vd., 2020a; Liébana-Cabanillas vd., 2020b; Mouakket, 2020; Pal vd., 2020; Patil vd., 2020; Hsieh, 2021; Liébana-Cabanillas vd., 2021a; Liébana-Cabanillas vd., 2021b; Liu vd., 2021; Suyunchaliyeva vd., 2021; Bailey vd., 2022; Cham vd., 2022; Dang vd., 2022; Giovanis vd., 2022; Hidayat-ur-Rehman vd., 2022; Lee ve Pan, 2022; Lisana ve Handarkho, 2022; Park vd., 2022; Senali vd., 2022; Upadhyay vd., 2022
Liderlik faktörleri Platform liderliği Hizmet liderliği Teknoloji liderliği	Gong vd., 2022
Bağlılık faktörleri Duygusal bağlılık Hesapçı/çıkarıcı bağlılık	Gong vd., 2022
Maliyet faktörleri* Genel veya Kişiselleştirme maliyetleri	Jun vd., 2018; Humbani ve Wiese, 2019; Zhao vd., 2019; Yeh, 2020; Hsieh, 2021; Xue vd., 2021; Cham vd., 2022; Gong vd., 2022

Öğrenme maliyetleri Belirsizlik maliyetleri Değiştirme maliyeti Batık maliyet Pişmanlıktan kaçınma Finansal teşvikler Algılanan promosyonlar	
Demografik faktörler* Cinsiyet Yaş Gelir Eğitim düzeyi	Liébana-Cabanillas vd., 2014a; Singh vd., 2017; Park vd., 2019; Kalinic vd., 2020; Handarkho, 2021; Liébana-Cabanillas vd., 2021a; Tang vd., 2021; Xue vd., 2021; Lisana ve Handarkho, 2022
Diğer faktörler* Kamu politikası Algılanan sürü davranışı Parasosyal etkileşim	Yeh, 2020; Handarkho, 2021
Hem ardıl hem öncül özelliği taşıyan faktörler** ve ** Memnuniyet Tutum Marka ederi Tüketici ilginliği (Angaje olma)	Schierz vd., 2010; Liébana-Cabanillas vd., 2014a; 2014b; Di Pietro vd., 2015; Liébana-Cabanillas vd., 2015b; 2015c; de Luna vd., 2016; Bailey vd., 2017; Hampshire, 2017; Khalilzadeh vd., 2017; Liébana-Cabanillas vd., 2017; Singh vd., 2017; Kumar vd., 2018; Liébana-Cabanillas vd., 2018; Ramadan ve Aita, 2018; Chen vd., 2019; Humbani ve Wiese, 2019; Kalinic vd., 2019; Lee vd., 2019; Liébana-Cabanillas vd., 2019; Zhang ve Mao, 2019; Flavián vd., 2020; Gong vd., 2020; Liébana-Cabanillas vd., 2020a; Mouakket, 2020; Yeh, 2020; Zhang ve Mao, 2020; ; Hsieh, 2021; Liébana-Cabanillas vd., 2021a; Raman ve Aashish, 2021; Cham vd., 2022; Dang vd., 2022; Giovanis vd., 2022; Laksamana vd., 2022; Mu ve Lee, 2022; Upadhyay vd., 2022

*Kimi zaman biri, kimi zaman birkaçı, kimi zaman tamamı kullanılmıştır.

**Genelde ardıl olma özelliği de taşıyan ancak ilgili çalışmada nihai bağımlı değişken olmayan faktörler

Not: Kontrol değişkenleri dahil edilmemiştir.

5. ÇIKARIMLAR

Bu çalışma kapsamında, mobil ödeme sistemleri literatürünün bir özetini sunma ve bu özet vasıtasıyla araştırma boşluklarını keşfedip gelecek araştırmalara bir yol haritası oluşturma amacıyla, mobil ödeme sistemleri konusunda bir literatür analizi gerçekleştirilmiştir. Mobil ödeme sistemlerinin önemini aktaran bir giriş bölümü sonrasında mobil ödeme türleri ve kullanım alanlarını ayırtmak amacıyla ilgili mobil ödeme sınıfları vurgulanmış ve bu sistemlerin hangi alanlarda kullanıldığı belirtilmiştir. Böylelikle, mobil ödeme

sistemlerinin farklı türler içerdiği ve bu türlerin ilgili çalışmalardaki odaklara göre belirlendiği görülmüştür. Bu açıdan tek bir sınıflandırma yöntemi yoktur ve burada bir fikir birliğinden söz etmek mümkün değildir. Buradan hareketle, gelecek araştırmalarda kullanılabilir bir alan keşfedilmiştir. Gelecek araştırmalarda, mobil ödeme sistemlerinin kullanıcı bakışıyla tasnifine yönelik bir araştırma gerçekleştirilebilir. Örneğin, kullanıcılar günlük işler ve daha komplike işlemler için farklı ödeme yöntemlerine yöneliyor mu (kullanım amacına göre farklılaşma), kullanıcılar ödeme yapacağı hizmete göre farklı yöntemlerden faydalıyor mu (hizmete göre farklılaşma), kullanıcılar her sistemi aynı şekilde mi algılıyor (algı temelli farklılaşma) gibi kimi sorulara yanıt ararken yeni bir sınıflandırma sistemi geliştirmek ve bunun tamamen kullanıcı odaklı olmasını sağlamak mümkündür.

Çalışmanın devamında, mobil ödeme sistemlerinin avantaj ve dezavantajlarına yönelik bilgilendirme sunulmuştur ve görülmüştür ki baskın şekilde avantajlı bir alandan söz edilmesi mümkün değildir. Finansal işlemlerin, uzaktan hizmet alımının mevcut olmasından kaynaklı olarak kimi riskler meydana gelebilmekte ve bu durum zaman zaman avantajlara gölge düşürebilmektedir. Bu konuda akademik çalışmalar olmasına rağmen, bütünlük olarak hem avantaj hem dezavantajları incelemek, bu açıdan kullanıcı görüşleri toplamak ve bunu farklı kültür ve mobil ödeme türleri bağlamında gerçekleştirmek gelecek araştırmalar için faydalı olabilir. Böylelikle hem sektör hem de toplumlar için de bir ilerleme sağlamak üzere, ilgili sistemlerinin kabulünün geri kaldığı kültürlerde geliştirici çalışmalara ışık tutulabilir.

Çalışmanın ana bölümü olarak konumlandırılabilir diğer bölümlerinde ise, mobil ödeme yazınında öne çıkan türler, teoriler, bağımlı ve bağımsız değişkenler hakkında bilgi sunulmuştur. Bu bölümler, temelde literatürün bir büyük resmini göstermektedir. Daha spesifik olarak incelemeler yaptığımızda ise, asıl dikkat çeken genellikle bu sistemlerinin birer yeni teknoloji ve/veya birer yenilik olarak konumlandırıldığı ve çoğunlukla kabul/benimseme yaklaşımları özelinde çalışıldığı olmuştur. Ancak, artık bu sistemler nispeten bireylerin yaşamında yerleşik uygulamalardır. Haliyle kabul ediliyor veya edilmiyor olma durumunu daha ileri modellerle test etmek mümkündür. Örneğin, sistemsel özellikler çoğunlukla inceleniyorsa da bireysel özellikler nispeten az çalışılmıştır ve burada üzerine çalışılmamış çoğu husus

göze çarpmaktadır. Bunlardan biri bireylerin duyguları olarak görülebilir. Tablo 4'te görülebileceği gibi, birkaç çalışmada duygular ele alınmış olsa da detaylandırılmış bir duygu çalışmasına rastlanmamıştır. Bireylerin hislerini bu anlamda tasnif etmek ve hangi hissin hangi yanıtta etki edeceğini bulmak ilgili yazını geliştirici olabilir. Öte yandan, bireysel / karakteristik özellikler burada aydınlatılabilir. Bireylerin yenilikçi olma/olmama durumlarının ötesine geçen incelemeler literatüre katkı sağlayabilir. Bir başka bakış açısıyla, çoğunlukla pozitif bir bakış açısı benimseniyorken, konuyu negatif açıdan ele alıp çözümler bulmak fayda sağlayıcı olabilir. Örneğin, bireyler mobil ödemeyi kabul etmişse dahi geliştirilmesi gerektiğini düşündükleri yönler yok mudur? Bu yönler kimi kullanıcıları, bu sistemleri hayatlarına her açıdan entegre etmekten alıkoyuyor olabilir mi? Veya bu sistemleri tamamıyla reddeden bir tüketici grubu var ise, bunun nedenleri neler olabilir? Bu tür sorulara verilecek yanıtlar, ileri tüketici araştırması modellerinin gelişimini destekleyecektir.

Son olarak hem akademi hem sektör için burada göz ardı edildiği düşünülen bir konu mobil ödeme sistemlerinin toplumsal açıdan değerlendirilmesidir. Esasında, kartların kullanımının çevresel zarara sebep olması, dijitalleşmenin bu açıdan önemli katkılar sağlaması, mobil ödemenin ekonomik gelişmeye destek sunması, mobil ödeme sistemlerinin yeni iş olanakları sağlaması, rekabetsel açıdan bakıldığında mobil ödemenin önemli bir avantaj sağlaması gibi hususlar burada dikkat çekmekteyken (Kim vd., 2019) bu konuların detaylandırıldığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Gelecek çalışmalarda, mobil ödeme sistemlerinin ekonomik ve toplumsal katkılarının kullanıcı bakış açısıyla değerlendirildiği çalışmalar yürütmek katkı sağlayıcı olacaktır. Burada, sektör ve bireysel kullanıcı değerlendirmelerinin birlikte ele alındığı iki taraflı çalışmalar yürütmek de mümkündür ve bu yaklaşım konuya iki perspektiften bakmayı sağlayarak katkılar sunabilir.

KAYNAKÇA

- Agárdi, I., & Alt, M. A. (2022). Do digital natives use mobile payment differently than digital immigrants? A comparative study between generation X and Z. *Electronic Commerce Research*, 1-28.
- Bailey, A. A., Bonifield, C. M., Arias, A., & Villegas, J. (2022). Mobile payment adoption in Latin America. *Journal of Services Marketing*, 36(8), 1058-1075.
- Bailey, A. A., Pentina, I., Mishra, A. S., & Mimoun, M. S. B. (2017). Mobile payments adoption by US consumers: an extended TAM. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45(6), 626-640.
- Belanche, D., Guinalíu, M., & Albás, P. (2022). Customer adoption of p2p mobile payment systems: The role of perceived risk. *Telematics and Informatics*, 72, 101851.
- Boden, J., Maier, E., & Wilken, R. (2020). The effect of credit card versus mobile payment on convenience and consumers' willingness to pay. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101910.
- Bojjagani, S., Sastry, V. N., Chen, C. M., Kumari, S., & Khan, M. K. (2021). Systematic survey of mobile payments, protocols, and security infrastructure. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing*, 1-46.
- Cham, T. H., Cheah, J. H., Cheng, B. L., & Lim, X. J. (2021). I Am too old for this! Barriers contributing to the non-adoption of mobile payment. *International Journal of Bank Marketing*, 40(5), 1017-1050.
- Chen, S. C., Chung, K. C., & Tsai, M. Y. (2019). How to achieve sustainable development of mobile payment through customer satisfaction—the SOR model. *Sustainability*, 11(22), 6314.
- Chung, K. C., & Liang, S. W. J. (2020). Understanding factors affecting innovation resistance of mobile payments in Taiwan: An integrative perspective. *Mathematics*, 8(10), 1841.
- Dahlberg, T., Mallat, N., Ondrus, J., & Zmijewska, A. (2008). Past, present and future of mobile payments research: A literature review. *Electronic Commerce Research and Applications*, 7(2), 165-181.
- Dang, V. T., Nguyen, N., Nguyen, H. V., Nguyen, H., Huy, L. V., Tran, V. T., & Nguyen, T. H. (2021). Consumer attitudes toward facial recognition payment: an examination of antecedents and outcomes. *International Journal of Bank Marketing*, 40(3), 511-535.
- de Luna, I. R., Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2019). Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 931-944.
- de Luna, I. R., Montoro-Ríos, F., & Liébana-Cabanillas, F. (2016). Determinants of the intention to use NFC technology as a payment system: an acceptance model approach. *Information Systems and E-business Management*, 14(2), 293-314.
- Di Pietro, L., Mugion, R. G., Mattia, G., Renzi, M. F., & Toni, M. (2015). The integrated model on mobile payment acceptance (IMMPA): an empirical application to public transport. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 56, 463-479.

- Flavián, C., Guinaliu, M., & Lu, Y. (2020). Mobile payments adoption—introducing mindfulness to better understand consumer behavior. *International Journal of Bank Marketing*, 38(7), 1575-1599.
- Giovanis, A., Rizomyliotis, I., Konstantoulaki, K., & Magrivos, S. (2022). Mining the hidden seam of proximity m-payment adoption: a hybrid PLS-artificial neural network analytical approach. *European Management Journal*, 40(4), 618-631.
- Gong, X., Liu, X., & Xiao, Z. (2022). A dedication-constraint model of consumer switching behavior in mobile payment applications. *Information & Management*, 59(4), 103640.
- Gong, X., Cheung, C. M., Zhang, K. Z., Chen, C., & Lee, M. K. (2020). Cross-side network effects, brand equity, and consumer loyalty: evidence from mobile payment market. *International Journal of Electronic Commerce*, 24(3), 279-304.
- Grand View Research (2022). Market Analysis Report. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/mobile-payments-industry>
- Hampshire, C. (2017). A mixed methods empirical exploration of UK consumer perceptions of trust, risk and usefulness of mobile payments. *International Journal of Bank Marketing*, 35(3), 354-369.
- Handarkho, Y. D. (2020). Understanding mobile payment continuance usage in physical store through social impact theory and trust transfer. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(4), 1071-1087.
- Handarkho, Y. D. (2022). Social aspect versus service quality in trust formation toward mobile payment adoption: a case study of Indonesia. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 1355-5855.
- Hidayat-ur-Rehman, I., Alzahrani, S., Rehman, M. Z., & Akhter, F. (2022). Determining the factors of m-wallets adoption. A twofold SEM-ANN approach. *PloS One*, 17(1), e0262954.
- Hsieh, P. J. (2021). Understanding medical consumers' intentions to switch from cash payment to medical mobile payment: A perspective of technology migration. *Technological Forecasting and Social Change*, 173, 121074.
- Humbani, M., & Wiese, M. (2019). An integrated framework for the adoption and continuance intention to use mobile payment apps. *International Journal of Bank Marketing*, 37(2), 646-664.
- Hussain, M., Mollik, A. T., Johns, R., & Rahman, M. S. (2018). M-payment adoption for bottom of pyramid segment: an empirical investigation. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 362-381.
- Jun, J., Cho, I., & Park, H. (2018). Factors influencing continued use of mobile easy payment service: an empirical investigation. *Total Quality Management & Business Excellence*, 29(9-10), 1043-1057.
- Kalinic, Z., Marinkovic, V., Molinillo, S., & Liébana-Cabanillas, F. (2019). A multi-analytical approach to peer-to-peer mobile payment acceptance prediction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, 143-153.
- Kalinić, Z., Liébana-Cabanillas, F. J., Muñoz-Leiva, F., & Marinković, V. (2020). The moderating impact of gender on the acceptance of peer-to-peer mobile payment systems. *International Journal of Bank Marketing*, 38(1), 138-158.

- Karjaluoto, H., Shaikh, A. A., Saarijärvi, H., & Saraniemi, S. (2019). How perceived value drives the use of mobile financial services apps. *International Journal of Information Management*, 47, 252-261.
- Kaur, P., Dhir, A., Bodhi, R., Singh, T., & Almotairi, M. (2020). Why do people use and recommend m-wallets?. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 102091.
- Khalilzadeh, J., Ozturk, A. B., & Bilgihan, A. (2017). Security-related factors in extended UTAUT model for NFC based mobile payment in the restaurant industry. *Computers in Human Behavior*, 70, 460-474.
- Kim, M., Kim, S., & Kim, J. (2019). Can mobile and biometric payments replace cards in the Korean offline payments market? Consumer preference analysis for payment systems using a discrete choice model. *Telematics and Informatics*, 38, 46-58.
- Köster, A., Matt, C., & Hess, T. (2016). Carefully choose your (payment) partner: How payment provider reputation influences m-commerce transactions. *Electronic Commerce Research and Applications*, 15, 26-37.
- Kumar, A., Adlakaha, A., & Mukherjee, K. (2018). The effect of perceived security and grievance redressal on continuance intention to use M-wallets in a developing country. *International Journal of Bank Marketing*, 36(7), 1170-1189.
- Lara-Rubio, J., Villarejo-Ramos, A. F., & Liébana-Cabanillas, F. (2021). Explanatory and predictive model of the adoption of P2P payment systems. *Behaviour & Information Technology*, 40(6), 528-541.
- Laksamana, P., Suharyanto, S., & Cahaya, Y. F. (2022). Determining factors of continuance intention in mobile payment: fintech industry perspective. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 1355-5855.
- Lee, C. T., & Pan, L. Y. (2022). Resistance of facial recognition payment service: a mixed method approach. *Journal of Services Marketing*, (ahead-of-print).
- Lee, J., Ryu, M. H., & Lee, D. (2019). A study on the reciprocal relationship between user perception and retailer perception on platform-based mobile payment service. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 48, 7-15.
- Lee, V. H., Hew, J. J., Leong, L. Y., Tan, G. W. H., & Ooi, K. B. (2020). Wearable payment: A deep learning-based dual-stage SEM-ANN analysis. *Expert Systems with Applications*, 157, 113477.
- Leong, L. Y., Hew, J. J., Wong, L. W., & Lin, B. (2022). The past and beyond of mobile payment research: a development of the mobile payment framework. *Internet Research*, 32(6), 1757-1782.
- Liébana-Cabanillas, F., de Luna, I. R., & Montoro-Ríos, F. (2017). Intention to use new mobile payment systems: a comparative analysis of SMS and NFC payments. *Economic Research-Ekonomska istraživanja*, 30(1), 892-910.
- Liébana-Cabanillas, F., Francisco, M. L., & Juan, S. F. (2015c). Payment systems in new electronic environments: consumer behavior in payment systems via SMS. *International Journal of Information Technology & Decision Making*, 14(02), 421-449.
- Liébana-Cabanillas, F., García-Maroto, I., Muñoz-Leiva, F., & Ramos-de-Luna, I. (2020). Mobile payment adoption in the age of digital transformation: The case of Apple Pay. *Sustainability*, 12(13), 5443.

- Liébana-Cabanillas, F., Japutra, A., Molinillo, S., Singh, N., & Sinha, N. (2020a). Assessment of mobile technology use in the emerging market: Analyzing intention to use m-payment services in India. *Telecommunications Policy*, 44(9), 102009.
- Liébana-Cabanillas, F., Marinkovic, V., de Luna, I. R., & Kalinic, Z. (2018b). Predicting the determinants of mobile payment acceptance: A hybrid SEM-neural network approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 129, 117-130.
- Liébana-Cabanillas, F., Molinillo, S., & Japutra, A. (2021b). Exploring the determinants of intention to use P2P mobile payment in Spain. *Information Systems Management*, 38(2), 165-180.
- Liébana-Cabanillas, F., Molinillo, S., & Ruiz-Montañez, M. (2019). To use or not to use, that is the question: Analysis of the determining factors for using NFC mobile payment systems in public transportation. *Technological Forecasting and Social Change*, 139, 266-276.
- Liébana-Cabanillas, F., Muñoz-Leiva, F., & Sánchez-Fernández, J. (2015a). Behavioral model of younger users in m-payment systems. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 25(2), 169-190.
- Liébana-Cabanillas, F., Muñoz-Leiva, F., & Sánchez-Fernández, J. (2015b). Influence of age in the adoption of new mobile payment systems. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 17, 1390-1407.
- Liébana-Cabanillas, F., Muñoz-Leiva, F., & Sánchez-Fernández, J. (2018a). A global approach to the analysis of user behavior in mobile payment systems in the new electronic environment. *Service Business*, 12(1), 25-64.
- Liébana-Cabanillas, F. J., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2014a). Role of gender on acceptance of mobile payment. *Industrial Management & Data Systems*, 114(2), 220-240.
- Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2014b). The moderating effect of experience in the adoption of mobile payment tools in Virtual Social Networks: The m-Payment Acceptance Model in Virtual Social Networks (MPAM-VSN). *International Journal of Information Management*, 34(2), 151-166.
- Liébana-Cabanillas, F., Singh, N., Kalinic, Z., & Carvajal-Trujillo, E. (2021). Examining the determinants of continuance intention to use and the moderating effect of the gender and age of users of NFC mobile payments: A multi-analytical approach. *Information Technology and Management*, 22(2), 133-161.
- Liu, R., Wu, J., & Yu-Buck, G. F. (2021). The influence of mobile QR code payment on payment pleasure: Evidence from China. *International Journal of Bank Marketing*, 39(2), 337-356.
- Liu, Z., Ben, S., & Zhang, R. (2019). Factors affecting consumers' mobile payment behavior: A meta-analysis. *Electronic Commerce Research*, 19(3), 575-601.
- Malarvizhi, C. A., Al Mamun, A., Jayashree, S., Naznen, F., & Abir, T. (2022). Predicting the Intention and Adoption of Near Field Communication Mobile Payment. *Frontiers in Psychology*, 13.
- Mouakket, S. (2020). Investigating the role of mobile payment quality characteristics in the United Arab Emirates: implications for emerging economies. *International Journal of Bank Marketing*, 38(7), 1465-1490.

- Mu, H. L., & Lee, Y. C. (2022). Will proximity mobile payments substitute traditional payments? Examining factors influencing customers' switching intention during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Bank Marketing*, 40(5), 1051-1070.
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61, 404-414.
- Ozturk, A. B., Bilgihan, A., Salehi-Esfahani, S., & Hua, N. (2017). Understanding the mobile payment technology acceptance based on valence theory: A case of restaurant transactions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(8), 2027-2049.
- Pal, A., Herath, T., De', R., & Rao, H. R. (2020). Contextual facilitators and barriers influencing the continued use of mobile payment services in a developing country: insights from adopters in India. *Information Technology for Development*, 26(2), 394-420.
- Park, J., Amendah, E., Lee, Y., & Hyun, H. (2019). M-payment service: Interplay of perceived risk, benefit, and trust in service adoption. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, 29(1), 31-43.
- Park, J., Velasco, C., & Spence, C. (2022). "Looking sharp": Price typeface influences awareness of spending in mobile payment. *Psychology & Marketing*, 39(6), 1170-1189.
- Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N. P., & Raghavan, V. (2020). Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal. *International Journal of Information Management*, 54, 102144.
- Ramadan, R., & Aita, J. (2018). A model of mobile payment usage among Arab consumers. *International Journal of Bank Marketing*, 6(7), 1213-1234.
- Raman, P., & Aashish, K. (2021). To continue or not to continue: a structural analysis of antecedents of mobile payment systems in India. *International Journal of Bank Marketing*, 39(2), 242-271.
- Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(3), 209-216.
- Senali, M. G., Iranmanesh, M., Ismail, F. N., Rahim, N. F. A., Khoshkam, M., & Mirzaei, M. (2022). Determinants of Intention to Use e-Wallet: Personal Innovativeness and Propensity to Trust as Moderators. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 1-13.
- Shaikh, A. A., Alamoudi, H., Alharthi, M., & Glavee-Geo, R. (2022). Advances in mobile financial services: a review of the literature and future research directions. *International Journal of Bank Marketing*, (ahead-of-print).
- Singh, B. (2022). Understanding the role of image, quality and price for developing prestigious mass brands. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 1355-5855.
- Singh, N., Srivastava, S., & Sinha, N. (2017). Consumer preference and satisfaction of M-wallets: a study on North Indian consumers. *International Journal of Bank Marketing*, 35(6), 944-965.
- Sinha, M., Majra, H., Hutchins, J., & Saxena, R. (2018). Mobile payments in India: the privacy factor. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 192-209.

- Statista (2022). Digital Payments – Turkey. [statista.com/outlook/dmo/fintech/digital-payments/turkey#transaction-value](https://www.statista.com/outlook/dmo/fintech/digital-payments/turkey#transaction-value)
- Su, B. C., Wu, L. W., & Yen, Y. C. (2021). Antecedents and Consequences of Trust and Loyalty in Physical Banks Affecting Mobile Payments. *Sustainability, 13*(22), 12368.
- Suyunchaliyeva, M. M., Nautiyal, R., Shaikh, A. A., & Sharma, R. (2021). The Use of Mobile Payment Systems in Post-COVID-19 Economic Recovery: Primary Research on an Emerging Market for Experience Goods. *Sustainability, 13*(24), 13511.
- Tang, Y. M., Chau, K. Y., Hong, L., Ip, Y. K., & Yan, W. (2021). Financial innovation in digital payment with wechat towards electronic business success. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 16*(5), 1844-1861.
- Tripathi, S. N., Malik, N., Rana, N. P., Vishnani, S., & Srivastava, S. (2022). Validating the antecedents of customer M-payment loyalty: an empirical investigation. *Internet Research, 32*(6), 1862-1890.
- Turker, C., Altay, B. C., & Okumuş, A. (2022). Understanding user acceptance of QR code mobile payment systems in Turkey: An extended TAM. *Technological Forecasting and Social Change, 184*, 121968.
- Upadhyay, N., Upadhyay, S., Abed, S. S., & Dwivedi, Y. K. (2022). Consumer adoption of mobile payment services during COVID-19: Extending meta-UTAUT with perceived severity and self-efficacy. *International Journal of Bank Marketing, 40*(5), 960-991.
- Verkijika, S. F., & Neneh, B. N. (2021). Standing up for or against: A text-mining study on the recommendation of mobile payment apps. *Journal of Retailing and Consumer Services, 63*, 102743.
- Wang, S. T. (2019). The effects of risk appraisal and coping appraisal on the adoption intention of m-payment. *International Journal of Bank Marketing, 38*(1), 21-33.
- Wu, J., Liu, L., & Huang, L. (2017). Consumer acceptance of mobile payment across time: Antecedents and moderating role of diffusion stages. *Industrial Management & Data Systems, 117*(8), 1761-1776.
- Wu, L. W., & Tang, Y. C. (2022). Mobile payment in omnichannel retailing: dynamics between trust and loyalty transfer processes. *Internet Research, 32*(6), 1783-1805.
- Xue, W., Sun, Y., Bandyopadhyay, S., & Cheng, D. (2020). Measuring customer equity in noncontractual settings using a diffusion model: An empirical study of mobile payments aggregator. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 16*(3), 409-431.
- Yeh, H. (2020). Factors in the ecosystem of mobile payment affecting its use: From the customers' perspective in Taiwan. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 15*(1), 13-29.
- Zhang, J., & Mao, E. (2020). Cash, credit, or phone? An empirical study on the adoption of mobile payments in the United States. *Psychology & Marketing, 37*(1), 87-98.
- Zhao, H., Anong, S. T., & Zhang, L. (2019). Understanding the impact of financial incentives on NFC mobile payment adoption: An experimental analysis. *International Journal of Bank Marketing, 37*(5), 1296-1312.

CHAPTER 4

AN OPTIMAL CONTROL PROBLEM FOR CASH FLOWS¹

Asst. Prof. Ömer ATALAY²

¹ This article is produced from Ömer ATALAY's PhD thesis titled "Optimal Control Problem of Financial Flows and Their Numerical Solution".

²Kafkas University, Faculty of Business and Administration, Kars, Türkiye.
omeratalay36@gmail.com_ ORCID ID 0000-0003-0616-3663.

INTRODUCTION

Optimal control theory is a mathematical optimization method rooted in variation analysis. The analysis of variation, which started with the work of Euler and Lagrange, was extended to the field called dynamic programming as a result of the work of important scientists of the period such as Rufus Isaac and Richard Bellman in the 19th and early 20th centuries. In 1958, the modern optimal control theory emerged with the work of Pontryagin et. al. (Sethi & Thompson, 2006; 9-10).

In the last 50 years, optimal control theory has started to be applied in many fields such as space sciences, engineering, health and social sciences with the development of numerical solutions with the help of computers. Especially in the social sciences, models such as Cash Balance Model, Production Inventory Model, Optimal Finance Model, Optimal Economic Growth Model, Population Control Model are known examples of optimal control problems.

Optimal control problems are also used extensively in finance. Problems such as Optimal Portfolio Selection Problem, Cash Management Problem, Optimal Consumption And Investment Problem, Stochastic Finance Problems are commonly used optimal control problems.

As it is known, optimal control problems of financial institutions' cash flows are explained by optimal control problems created by linear and nonlinear first order ordinary differential equations. These types of problems were studied in Vasilyev (1980), Vasilyev (1981), Alekseev et.al. (1987), Iskenderov et.al. (2002), Gorbunov (2004), Chen & Islam (2005), Skobeleva (2007), Iskenderov & Yaqubov (2014), Iskenderov et al. (2017) studies.

The controls included in these studies are either sufficiently smooth or measurable bounded functions. When the set of possible controls is quadratic integrable functions, these optimal control problems have not been studied sufficiently. Since the optimal control problem examined in this study is different in terms of both objective function and data. So that this theoretical study for the cash management of financial institutions is important both in theoretical and practical terms.

1. PROBLEM STATEMENT

In this paper, the following optimal control problem of cash flows is considered. The functional needs to be minimized:

$$J_{\alpha}(u) = \beta_0 \|x(T; u) - y_0\|_{\mathbf{R}^n}^2 + \beta_1 \|x - y_1\|_{L_2^{(n)}(0, T)}^2 + \alpha \|u - \omega\|_{L_2^{(m)}(0, T)}^2 \quad (1)$$

on the following admissible control set

$$U = \left\{ u = u(t) : u \in L_2^{(m)}(0, T), \|u\|_{L_2^{(m)}(0, T)} \leq b_0 \right\} \quad (2)$$

under the conditions:

$$\begin{aligned} \dot{x} &= A(t)x(t) + B(t)u(t) + f(t), \quad 0 \leq t \leq T \\ x(t_0) &= x_0 \end{aligned} \quad (3)$$

where $T > 0$ given moment of time; $\beta_0 \geq 0, \beta_1 \geq 0, \alpha \geq 0$ and $b_0 \geq 0$ given numbers and $\beta_0 + \beta_1 \neq 0$; $\omega = \omega(t) = (\omega_1(t), \omega_2(t), \dots, \omega_m(t))$, scheduled deposit vector at any time t ; $y_0 = (y_{01}, y_{02}, \dots, y_{0n})$ $y_{0j}, j = \overline{1, n}$, j . pre-planned amount of credit that the bank can provide to the j . customer at time $t = T$; $x_0 = (x_{01}, x_{02}, \dots, x_{0n})$ $x_{0j}, j = \overline{1, n}$ known numbers indicating j . customer initial credit status; $u(t) = (u_1(t), u_2(t), \dots, u_m(t))$, $u_i(t), i = \overline{1, m}$ at any time t i . deposit supply; $x(t) = (x_1(t), x_2(t), \dots, x_n(t))$ $x_j(t), j = \overline{1, n}$ at any time t the amount of credit given by banks to j . customer; $y_1 = (y_{11}(t), y_{12}(t), \dots, y_{1n}(t))$, $y_{1j} = y_{1j}(t), j = \overline{1, n}$ the amount of pre-planned credit that the bank can provide to the j . customer at any time t . $A(t)$ and $B(t)$ matrices and $f(t)$ vector are the functions specified by the internal laws of the bank; $A(t) = \{a_{jk}(t)\}, j, k = \overline{1, n}, B(t) = \{b_{ki}(t)\}, k = \overline{1, n}, i = \overline{1, m}, f_j(t), j = \overline{1, n}$ are their forms.

Suppose that elements of $A(t)$ and $B(t)$ matrices respectively $a_{jk}(t), j, k = \overline{1, n}$ and $b_{ki}(t), k = \overline{1, n}, i = \overline{1, m}$ are measurable bounded functions in the range of $[0, T]$ and f function is an element of $L_2^{(n)}(0, T)$. Suppose the following statements are provided:

$$\begin{aligned} A_{\max} &= \operatorname{vrai} \max_{t \in [0, T]} \|A(t)\| \\ B_{\max} &= \operatorname{vrai} \max_{t \in [0, T]} \|B(t)\|. \end{aligned}$$

For $\forall u \in U$ when solution of the (2)-(3) Cauchy problem is called for $\forall t \in [0, T]$, the function $x(t) \equiv x(t; u)$, $t \in [0, T]$ will be understood providing the following integral equation

$$x(t) = x_0 + \int_0^t [A(\tau)x(\tau) + B(\tau)u(\tau) + f(\tau)] d\tau . \quad (4)$$

Benefit from the results obtained from the studies Alekseev (1987) and Vasilyev (1980), we can assume that for $\forall u \in U$ there is only one continuous solution within the range of $[0, T]$ of the (2)-(3) Cauchy problem and this solution has almost $\dot{x}(t)$ derivative in the range of $[0, T]$ in the $L_2^{(n)}(0, T)$ space. By using equality (4), Cauchy-Bunjakovskii inequality and Gronwall Lemma we can write the following inequality:

$$\|x(t)\|_{\mathbb{R}^n} \leq c_0 \left[\|x_0\|_{\mathbb{R}^n} + \|u\|_{L_2^{(m)}(0, T)} + \|f\|_{L_2^{(n)}(0, T)} \right], \quad \forall t \in [0, T] . \quad (5)$$

Here, c_0 is a constant independent of t . The $\|x_0\|_{\mathbb{R}^n}$ norm is the Euclidean norm defined in space \mathbf{R}^n .

2. EXISTENCE AND UNIQUENESS OF OPTIMAL SOLUTION

In this subsection we show the existence and uniqueness of the solution of the considered the problem (1)-(3).

Theorem 1. Suppose that the elements of matrices $A(t)$ and $B(t)$ is measurable bounded functions in the range of $[0, T]$ and $f \in L_2^{(n)}(0, T)$. In this case the optimal control problem (1)-(3) has at least one solution for $\alpha \geq 0$ and $\omega \in L_2^{(m)}(0, T)$ and if $\alpha > 0$, this solution is unique.

3. DIFFERENTIABILITY OF THE OBJECTIVE FUNCTIONAL

In this subsection we examine the differentiability of functional (1). For this purpose, we define a function as follows:

$$H(t, x(t), u(t), \psi(t)) = \langle \psi(t), A(t)x(t) + B(t)u(t) + f(t) \rangle - \beta_1 \|x(t) - y_1(t)\|_{\square^n}^2 - \alpha \|u(t) - \omega(t)\|_{\square^m}^2. \quad (6)$$

Here, $x(t)$ is the solution of Cauchy problem (2)-(3) and the function $\psi(t)$ is the solution of the following conjugate system:

$$\dot{\psi}(t) = 2\beta_1(x(t) - y_1(t)) - A^T(t)\psi(t), \quad 0 \leq t \leq T \quad (7)$$

$$\psi(T) = -2\beta_0(x(T; u) - y_0). \quad (8)$$

Here, the matrix $A^T(t)$ is the transpose of the matrix $A(t)$. When the solution of the conjugate system is mentioned, we will understand the function $\psi(t)$ which provides the following integral identity for $\forall t \in [0, T]$:

$$\psi(t) = \int_t^T [A^T(\tau)\psi(\tau) - 2\beta_1(x(\tau) - y_1(\tau))] d\tau - 2\beta_0(x(T; u) - y_0). \quad (9)$$

From this integral identity we can easily write the following estimation with the help of Cauchy-Bunjakovskii inequality and Gronwall lemma:

$$\|\psi(t)\|_{\square^n} \leq c_3 \left(\|x_0\|_{\square^n} + \|y_0\|_{\square^n} + \|u\|_{L_2^{(m)}(0,T)} + \|f\|_{L_2^{(n)}(0,T)} + \|y_1\|_{L_2^{(n)}(0,T)} \right) + c_4 \|y_0\|_{\square^n} \quad \forall t \in [0, T].$$

Here, the constants c_3 and c_4 are independent of t . Lastly, we can write this inequality as follows:

$$\|\psi(t)\|_{\square^n} \leq c_5 \left(\|x_0\|_{\square^n} + \|y_0\|_{\square^n} + \|u\|_{L_2^{(m)}(0,T)} + \|f\|_{L_2^{(n)}(0,T)} + \|y_1\|_{L_2^{(n)}(0,T)} \right). \quad (10)$$

Here, the constant $c_5 > 0$ is independent of t, x_0, y_0, u, f, y_1 .

Theorem 2. Suppose that the conditions of Theorem 1 are satisfied, then the functional $J_\alpha(u)$ is differentiable on U in terms of Frechet and the following formula is valid for its gradient:

$$J'_\alpha(u) = -\frac{\partial H}{\partial u} = -B^T(t)\psi(t) + 2\alpha(u(t) - \omega(t)), \quad 0 \leq t \leq T. \quad (11)$$

Here, the matrix B^T is transpose of the matrix $B(t)$.

4. NECESSARY AND SUFFICIENT CONDITION FOR OPTIMAL SOLUTION

Let us show the necessary and sufficient conditions for the solution of the optimal control problem (1) - (3).

Theorem 3. In the (1)-(3) optimal control problem, providing the following condition is necessary and sufficient for $u^* \in U$ to be an optimal control:

$$\int_0^T \left\langle B^T(t)\psi^*(t) - 2\alpha(u^*(t) - \omega(t)), u(t) - u^*(t) \right\rangle_{\mathbb{R}^n} dt \leq 0, \quad \forall u \in U. \quad (12)$$

Here, the function ψ^* is the solution of conjugate problem (7)-(8) corresponding to the element $u^* \in U$.

5. RESULTS AND SUGGESTIONS

It has been shown that the optimal control problem for cash flows is well defined. It has been stated and proven that the solution of the given optimal control problem exists and is unique, that the objective functional of the problem is differentiable in terms of Frechet and that the solution provides the necessary and sufficient conditions.

Analytical solutions of optimal control problems given in continuous time are known to be difficult and sometimes impossible. This optimal control problem given in later studies can be discretized and transformed into a discrete time optimal control problem. Sample problems can be solved with the help of computer programs by applying appropriate numerical solution methods to the discrete-time optimal control problem.

Given this problem for cash management, the firm's cash management can be controlled by establishing the appropriate control variables and equation of state according to the internal laws of a financial institution.

This problem for cash management can be designed according to the internal laws of financial institutions to obtain the appropriate control variables and equation of state. For this reason, this study will not only contribute to the literature theoretically but will also contribute to companies in the field of application.

REFERENCES

- Alekseev, V. M., Tikhomirov, V. M. and Fomin, S. V. (1987). Optimal control. Contemporary Soviet Mathematics. Consultants Bureau, New York. Translated from the Russian by V. M. Volosov.
- Chen, P., & Islam, S. M. N. (2005). Optimal Control Models In Finance: Springer. New York.
- Gorbunov, A. R. (2004). Control of Financial Flows, Moskova: Globus. [in Russia]
- Iskenderov, A. D., Aksoy, N. Y., Yaqubov, V., & Atalay, Ö. (2017). Necessary Optimality Condition for a Problem of Optimal Management of Financial Flows. Lankaran State University Natural Sciences Scientific Researches, 2, pp. 31-43. [in Russia]
- Iskenderov, A. D., Tagiyev, R. Q., & Yaqubov, Q. Y. (2002). Optimization Methods. Çaşıoğlu. Baku. [in Azerbaijane]
- Iskenderov, A. D., & Yaqubov, V. G. (2014). On A Model Of Control Financial Flows Of Company, 2014. Lenkaran State University Science News, Riyaziyyat and Natural Sciences Series (Mathematics And Natural Sciences Series), 13-25. [in Russia]
- Sethi, P. S. & Thompson, G. L. (2006). Optimal Control Theory Application To Management Science and Economics. Springer. New York.
- Skobeleva, E. V. (2007). Financial Flows of the Company: Control Object. Orunberg University News, 9, 112-119. (in Russia)
- Vasilyev, F. P. (1980). *Numerical Solution Methods of Extreme Problems*. Moskow: Nauka. Moskow. (in Russia)
- Vasilyev, F. P. (1981). *Solution Methods of Extreme Problems*. Moskow: Nauka. (in Russia)

BÖLÜM 5

TÜRKİYE'DEKİ COĞRAFYA BÖLÜMLERİNDE ARAZİ KULLANIMI ÜZERİNE YAPILMIŞ LİSANSÜSTÜ TEZLERE YÖNELİK BİR İÇERİK ANALİZİ

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet BOZKOYUN¹

¹Harran Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Coğrafya, Şanlıurfa, Türkiye,
mbozkoyun@harran.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-2491-2875

GİRİŞ

Coğrafya, teriminin ilk olarak İskenderiye Müzesi baş kütüphanecisi Eratosthenes (MÖ 276-194) tarafından literatüre kazandırıldığı iddia edilmektedir (Holt-Jensen, 2019; Özçağlar, 2014). Yunanca Geographica, Almanca Geographie ve Erdkunde, Fransızca Géographie, İngilizce Geography olan kelime, Türkçeye coğrafya olarak geçmiştir (İzбірak, 1992; Özçağlar, 2014). Coğrafi yeryüzündeki doğal, beşeri ve ekonomik olguları, insanla ilgi kurarak inceleyen bir bilim (Doğanay ve Doğanay, 2014: 14) olan coğrafyanın araştırma konusu, doğal ortam ve insandır (Benek, 2016: 372). “Doğal ortam içerisinde yaşamını sürdüren insan, yaşadığı ortamın iklim şartlarından, kayaçlarından, toprak örtüsünden, yer şekillerinden, sularından, bitki örtüsünden ve hayvanlarından etkilenmiş, bunlardan korunmak veya yararlanmak amacıyla onlarla uyum içerisinde yaşamının yollarını aramıştır” (Özçağlar, 2014: 12). Dolayısıyla, doğal ortam ve insan arasındaki karşılıklı etkileşim sonucu arazi kullanım/land use (topraktan yararlanma, araziden yararlanma) durumu ortaya çıkmıştır. Arazi kullanımı, insanların yeryüzünden yararlanma biçimi (Özçağlar, 2014: 21) şeklinde tanımlanabileceği gibi toprağın farklı ekonomik ve sosyal amaçlarla kullanılması veya değerlendirilmesi faaliyeti (Doğanay, 1998: 64) olarak da tanımlanabilir. Sonsuz olmayan araziler, yanlış kullanıma bağlı olarak zaman içerisinde yok olma ile yüz yüze gelebilmektedir (Bozkoyun vd., 2019). Arazi kullanımının temel prensibi: Doğadan iyi yararlanma, akıllıca kullanma, özellikle bir daha işe yaramayacak olan tahripten kaçınma şeklinde bir uygulamanın geçerli olduğu hususunu ortaya koymaktır (Tunçdilek, 1985: 19). Arazi kullanımı, birçok disiplin (ziraat, şehircilik ve bölge planlama, maden mühendisliği, orman mühendisliği vb.) tarafından ele alınan bir konudur. Dolayısıyla, interdisipliner bir konu olan arazi kullanımı ile ilgilenen bir bilim de coğrafyadır.

Türkiye’de; edebiyat, fen-edebiyat ve eğitim (normal ve ikili öğretim) fakültelerinde toplam 70 coğrafya programı bulunmaktadır. Bu programlarda; 86 profesör, 57 doçent, 129 doktor öğretim üyesi, 116 araştırma görevlisi ve 5 öğretim görevlisi olmak üzere toplam 393 öğretim elemanı bulunmaktadır (URL 1). Türkiye’deki coğrafya bölümlerinde arazi kullanımı ile ilgili ilk lisansüstü çalışmalar 1980’in ilk yarısında başlamıştır. İlk çalışmaların, genel itibari ile “köy arazi kullanım”ları ile ilgi olduğu görülmektedir. Sonraki yıllarda arazi kullanımı ile ilgili çalışmaların çeşitlendiği göze çarpmaktadır.

1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Türkiye’deki coğrafya bölümlerinde; coğrafya eğitimi, turizm, coğrafya, beşeri ve iktisadi coğrafya, turizm coğrafyası vb. konularda yapılan tezleri; yıllara, üniversitelere, hazırlandığı dile, alanlara, danışman unvanlarına vb. şekilde inceleyen çalışmalar bulunmaktadır (Çiftçi, 2017; Demirbulut ve Tetik Dinç, 2017; Karagöz ve Yüncü, 2013; Kaya, 2013; Keçeli ve Sarıusta 2014; Kervankıran ve Şardağ, 2019; Kozak, 1996; Kozak, 1999; Şardağ, 2016; Tayfun vd., 2016; Varnacı Uzun, 2016). Ayrıca doğrudan tezleri inceleyen çalışmalar olmasa da araştırmanın argümalarını yansıtan çeşitli çalışmalar da mevcuttur (Yavan, 2005; Bekaroğlu ve Yavan, 2013; Bekaroğlu ve Sarış, 2017; Bekaroğlu ve Yavan, 2018; Özgür, 2018; Yavan, 2019). Buna karşılık coğrafya bölümlerinde arazi kullanım konusunda hazırlanan tezleri inceleyen akademik bir çalışma bulunmamaktadır. Lisansüstü tezler, hazırlandıkları disiplinlerin akademik anlamda gelişmelerinin önemli parametrelerinden birisidir. Bu bağlamda, disiplinin gelişim durumunun (akademik olarak) belirlenebilmesinde o disiplin çatısı altında hazırlanan tezlerin incelenmesi önem arz etmektedir. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı, 2000-2021 yılları arasında Türkiye’deki coğrafya bölümlerinde hazırlanan arazi kullanım ile ilgili lisansüstü tezlerin mevcut durumunu analiz etmektir. Bu çalışmanın, genelde coğrafya disiplinine, özelde arazi kullanım literatürüne ayrıca gelecekte yapılacak çalışmalara katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden birisi olan doküman incelemesi kullanılmıştır. Çalışmanın evreni, Türkiye’deki coğrafya bölümlerinde 2000-2021 yılları arasında arazi kullanım konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerden oluşmaktadır. İlgili yıllar arasında hazırlanmış tezlere ulaşmak için Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi’nde “arazi kullanımı”, “arazi kullanımı ve planlaması” ve “arazi kullanım” anahtar kelimeleri ile tarama yapılmıştır. Tarama sonucunda Türkiye’deki coğrafya bölümlerinde hazırlanan 91 tez belirlenmiştir. Bu tezlerden 77 tanesine (%85) erişim izni bulunurken, 14 tanesine (%15) erişim izni bulunmamaktadır. Erişim izni bulunmayan 14 tezden, 7 tanesine ulaşılmıştır. Tüm çabalara rağmen 7 adet teze ise ulaşamamıştır. Bu sebepten dolayı çalışmada, ulaşılabilen 84 lisansüstü tezi incelenmiştir.

Çalışmada, sayısal verilerin betimsel olarak sunulmasına imkân veren bibliyometri tekniğinden faydalanılmıştır. Latince ve yunanca “biblio” ile “metrics” kelimelerinden türetilen “Bibliyometrik” kavramı ilk kez, 1969 yılında Pritchard tarafından kullanılmıştır (Thanuskodi, 2010: 77-78). Bibliyometri, “belirli bir alanda belirli bir dönemde ve belirli bir bölgede kişiler ya da kurumlar tarafından üretilmiş yayınların ve bu yayınlar arasındaki ilişkilerin sayısal olarak analizidir” (URL 2). Bibliyometrik çalışmalar, farklı özellikleri incelenen yayınlar vasıtasıyla bilimsel iletişime dair çeşitli bulguların elde edilmesi ve bilimsel yayınların etkinliğini ortaya koyması açısından önem arz etmektedir (Al vd., 2010; Bilgin, 2006). Bu bağlamda, son yıllarda Türkiye’deki akademik araştırmalarda bibliyometri ile ilgi çalışmaların arttığı gözlenmektedir.

2. BULGULAR

Çalışmada, 2000-2021 yılları arasında Türkiye’deki coğrafya bölümlerinde “arazi kullanımı” konusunda yapılan 84 tez incelenmiştir. Bu tezlerin 64’ü (%76) yüksek lisan tezi, 20’si (%24) ise doktora tezidir (Tablo 1).

Tablo 1: Lisansüstü Tezlerin Düzeylerine Göre Sınıflandırılması

Tezin Düzeyi	Toplam Frekans (f)	% ²
Yüksek Lisans	64	76
Doktora	20	24
Toplam	84	100

Kaynak: Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi, 2022.

Lisansüstü tezlere danışmanlık yapan öğretim üyelerinin dağılımına bakıldığında, 2000-2021 yılları arasında Türkiye’deki coğrafya bölümlerinde “arazi kullanımı” konusunda yapılan yüksek lisans tezlerinin en çok profesörler (33, %51.6) ve doktor öğretim üyeleri (17, %26.6) tarafından yönetildiği görülmektedir. Bu iki unvana oranla, doçentlerin danışmanlık yaptığı lisansüstü tez sayısının daha az olduğu göze çarpmaktadır (14, %21.8), Doktora tezlerine bakıldığında ise tezlere danışmanlık yapanların en fazla profesörler (14, %70)

² Çalışmanın tamamındaki yüzdelik (%) hesaplamaları tarafımızdan yapılmıştır.

olduğu anlaşılmaktadır. Doktora tezleri içerisinde çift danışmalı yalnızca 1 tane tezin olduğu görülmektedir (Tablo 2).

Tablo 2: Lisansüstü Tezlere Danışmanlık Yapan Öğretim Üyelerinin Unvanlarına Göre Dağılımı

	Unvan	f	%
	Profesör	33	51.6
Yüksek Lisans	Doçent	14	21.8
	Doktor Öğretim Üyesi*	17	26.6
	Profesör	14	70
Doktora	Doçent	3	15
	Doktor Öğretim Üyesi	2	10
	Profesör ve Profesör**	1	5

*Daha önce kullanılan Yardımcı Doçent unvanı bu kategoriye dâhil edilmiştir.

**Belirtilen tez çift danışman ile yürütülmüştür.

Kaynak: Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi, 2022.

Türkiye'deki coğrafya bölümlerinde, “arazi kullanımı” ile ilgili lisansüstü tez hazırlayanların cinsiyetine bakıldığında; erkeklerin oranı, hem yüksek lisans hem de doktora, kızların oranından daha fazladır. İlgili alanda yüksek lisans tezi hazırlayan erkeklerin oranı %62.5 iken kızların oranı ise %37.5'tir. Aynı şekilde doktora tezi hazırlayanlar arasında, erkeklerin oranı %55 iken, kızların oranı ise %45'tir (Tablo 3). Genel olarak bakıldığında, doktora tezlerindeki oranın (kız ve erkekler arasında), yüksek lisansa nazaran, birbirine daha yakın olduğu görülmektedir.

Tablo 3: Lisansüstü Tezlerini Hazırlayanların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

	Cinsiyet	f	%
Yüksek Lisans	Kız	24	37.5
	Erkek	40	62.5
Doktora	Kız	9	45
	Erkek	11	55

Kaynak: Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi, 2022.

İncelenen lisansüstü tezlerin dil dağılımına bakıldığında, tezlerin Türkçe ve İngilizcenin dışında başka bir dilde hazırlanmadığı görülmektedir. Lisansüstü tezlerden İngilizce hiçbir doktora tezi bulunmamasına karşın,

toplam 64 yüksek lisans tezi içerisinde 2 adet İngilizce tez bulunmaktadır (Tablo 4).

Tablo 4: Lisansüstü Tezlerin Dil Türüne Dağılımı

	Cinsiyet	f	%
Yüksek Lisans	Türkçe	62	96.8
	İngilizce	2	3.2
Doktora	Türkçe	20	100
	İngilizce	-	-

Kaynak: Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi, 2022.

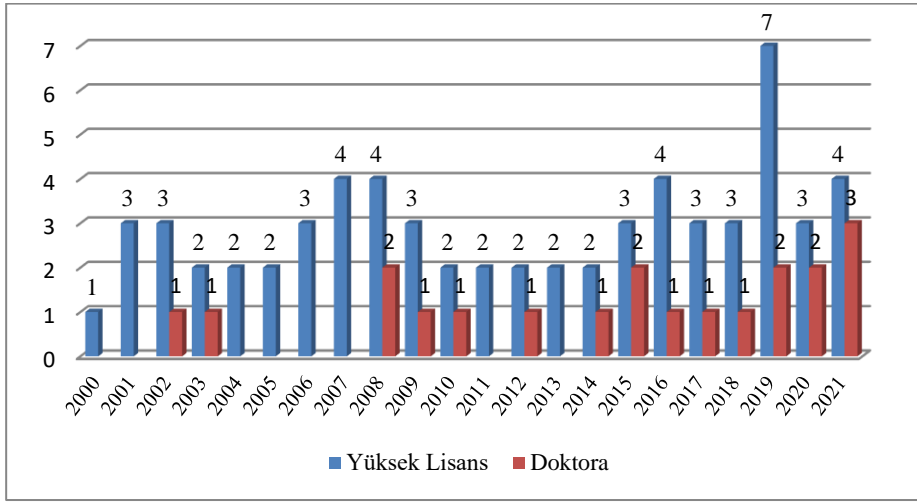
Lisansüstü tezlerin sayfa sayıları incelendiğinde, yüksek lisanslarda; sayfa aralığı olarak en yüksek oranın 36 tez (%56.3) ile 101-200 sayfa aralığında olduğu göze çarpmaktadır. Çalışmada, 18 tezin (% 28.1) 1-100 sayfa aralığında, 7 tezin (%10.9) 201-300 sayfa aralığında ve 3 tezin de (%4.7) 301-400 sayfa aralığında olduğu görülmektedir. Yüksek lisanslarda en kısa tezin 21 sayfa ve en uzun tezin de 399 sayfa olduğu tespit edilmiştir. Doktora tezlerine bakıldığında, sayfa aralığı olarak en yüksek oranın 8 tez (%40) ile 201-300 sayfa aralığında olduğu göze çarpmaktadır. Buna ek olarak, 6 tezin (%30) 401-500 sayfa aralığında, 4 tezin (%20) 301-400 sayfa aralığında, 1 tezin (%5) 101-200 sayfa aralığında ve 1 tezin de (%5) 601-700 sayfa aralığında olduğu görülmektedir (Tablo 5). Doktora tezlerinin en kısası 199 sayfadan, en uzununu ise 645 sayfadan oluşmaktadır.

Tablo 5: Lisansüstü Tezlerin Sayfa Sayılarına Göre Dağılımı

	Sayfa Sayısı	f	%
	1-100	18	28.1
	101-200	36	56.3
	201-300	7	10.9
Yüksek Lisans	301-400	3	4.7
	401-500	-	-
	501-600	-	-
	601-700	-	-
	1-100	-	-
	101-200	1	5
	201-300	8	40
Doktora	301-400	4	20
	401-500	6	30
	501-600	-	-
	601-700	1	5

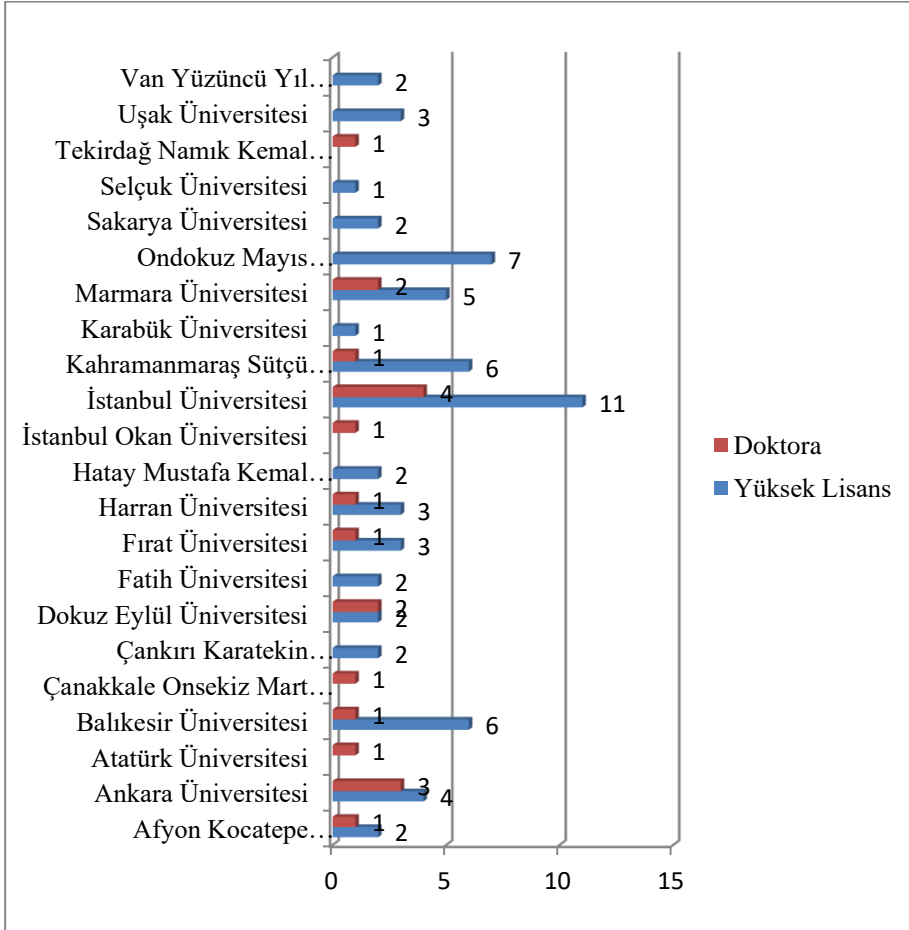
Kaynak: Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi, 2022.

Çalışma kapsamında incelenen 84 tezin yıllara göre dağılımına bakıldığında, en fazla tez bitirilen yılın 9 tez ile 2019 yılı olduğu, en az tez bitirilen yılın ise 1 tez ile 2000 yılı olduğu göze çarpmaktadır (Şekil 1). Çalışma için belirlenen 2000-2021 yılları (bu yıllar da dâhil) arasındaki tüm yıllarda, en az 1 adet yüksek lisans tezi hazırlanmıştır. Buna karşılık 2000, 2001, 2004, 2005, 2006, 2007, 2011 ve 2013 yıllarında hiçbir doktora tezinin hazırlanmadığı dikkati çekmektedir. Doktora tezi hazırlama konusundaki sürekliliğin 2014 yılından itibaren başladığı açık bir şekilde göze çarpmaktadır.



Şekil 1: Lisansüstü Tezlerin Yapıldıkları Yıllara Göre Dağılımı

Lisansüstü tezlerin üniversitelere göre dağılımına bakıldığında; “arazi kullanımı” konulu en fazla yüksek lisans tezinin İstanbul Üniversitesi (11 adet, %17.2), Ondokuz Mayıs Üniversitesi (7 adet, %10.9), Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi (6 adet, %9.4), Balıkesir Üniversitesi (6 adet, %9.4) ve Marmara Üniversitesi’nde (5 adet, %7.8) hazırlandığı görülmektedir. Buna karşılık coğrafya bölümlerinin bulunduğu Türkiye’nin köklü üniversitelerinden Atatürk Üniversitesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi vb. üniversitelerde “arazi kullanımı” konusunda hiçbir yüksek lisans tezinin olmadığı görülmektedir. Doktora tezlerinin yayınladıkları üniversitelere göre dağılımı incelendiğinde; “arazi kullanımı” konusunda coğrafya disiplini içerisinde 13 üniversitede 20 doktora tezi hazırlanmıştır. İstanbul Üniversitesi’nde 4 (%20), Ankara Üniversitesi’nde 3 (%15), Marmara Üniversitesi’nde 2 (%10), Dokuz Eylül Üniversitesi’nde 2 (%10), Afyon Kocatepe, Atatürk, Balıkesir, Çanakkale Onsekiz Mart, Fırat, Harran, İstanbul Okan, Kahramanmaraş Sütçü İmam ve Tekirdağ Namık Kemal Üniversitelerinde 1’er doktora tezi hazırlanmıştır (Şekil 2). Türkiye’de 57 fakültede coğrafya bölümü olmasına karşın, yalnızca 22 üniversitede “arazi kullanımı” ile ilgili tezlerin hazırlanmış olduğu görülmektedir. Bu durum coğrafya bölümlerinde “arazi kullanımı” konusunda farkındalığın yeterince oluşmadığını göstermektedir.



Şekil 2: Lisansüstü Tezlerin Üniversitelere Göre Dağılımı

Lisansüstü tezlerin çalışma konularına göre dağılımlarına bakıldığında; yüksek lisans tezleri içerisinde en fazla çalışılan konunun 15 tez ile kırsal arazi kullanımı olduğu görülmektedir. Bunu 12 tez ile kentsel arazi kullanımı takip etmektedir. Üçüncü sırada, 8 tez ile arazi kullanımı ve arazi örtüsü değişimi konusu gelirken, dördüncü sırada 5 tez ile uzaktan algılama ve arazi kullanımı konusu gelmektedir. Jeomorfolojik birimler ve arazi kullanımı ile kıyı arazi kullanımı konusunda 4'er tezin hazırlandığı görülmektedir. Ayrıca, ova arazi kullanımı ile ekolojik koşullara göre arazi kullanımı konularında 3'er, analitik hiyerarşi ve arazi kullanım konusunda 2, havza arazi kullanım değişiminin su kaynaklarına etkisi, yükselti kuşaklarına göre arazi kullanımı ile kırsal arazi kullanımı ve planlaması konularında da 1'er tez hazırlandığı göze

çarpmaktadır. Dolayısıyla, yüksek lisans tezlerinde ağırlıklı olarak kırsal arazi kullanımı ve kentsel arazi kullanımı konularının daha fazla işlendiği görülmektedir. Bu durum yüksek lisans tezlerinde arazi kullanım çalışmalarının çeşitlilik açısından zayıf bir durumda olduğunu ve çalışma konularının çeşitlenmesi gerektiğini net bir şekilde gözler önüne sermektedir. Doktora tezlerinin konu dağılımına bakıldığında, her ne kadar 4 tez ile en fazla tercih edilen konu akarsu havzası arazi kullanımı olsa da doktora tezlerinde de (yüksek lisans tezlerinde olduğu gibi) ağırlıklı olarak kırsal arazi kullanımı (3) ve kentsel arazi kullanımı (3) konularının işlendiği görülmektedir (Tablo 6). Yüksek lisans tezlerine nazaran doktora tezlerinde, sayı az da olsa, konu çeşitliliğinin daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 6: Lisansüstü Tezlerin Çalışma Konularına Göre Dağılımı

	Yüksek Lisans	%	Doktora	%
Kırsal Arazi Kullanım	15	23.4	3	15
Kentsel Arazi kullanımı	12	18.7	3	15
Akarsu Havzası Arazi Kullanımı	5	7.8	4	20
Arazi Kullanımı ve Arazi Örtüsü Değişimi	8	12.5	-	-
Jeomorfolojik Birimler ve Arazi Kullanımı	4	6.3	1	5
Uzaktan Algılama ve Arazi Kullanımı	5	7.8	-	-
Ova Arazi Kullanımı	3	4.6	1	5
Kıyı Arazi Kullanımı	4	6.3	-	-
Ekolojik Koşullara Göre Arazi Kullanımı	3	4.7	-	-
Havza Arazi Kullanım Değişiminin Su Kaynaklarına Etkisi	1	1.6	1	5
Analitik Hiyerarşi ve Arazi Kullanım	2	3.1	-	-
Çevre Bilinci Açısından Arazi Kullanımı	-	-	1	5
Delta Arazi Kullanımı	-	-	1	5
Akarsu Havzası Arazi Kullanımı ve Planlaması	-	-	1	5
Arazi Kullanım Modellemesi	-	-	1	5
Yarımada Arazi Kullanımı	-	-	2	10
Göl Havzası Arazi Kullanımı	-	-	1	5
Yükselti Kuşaklarına Göre Arazi Kullanımı	1	1.6	-	-
Kırsal Arazi Kullanımı ve Planlaması	1	1.6	-	-
Toplam	64	100	20	100

Kaynak: Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi, 2022.

Araştırma bulguları doğrultusunda 2000-2021 yılları arasında Türkiye'deki coğrafya bölümlerinde “arazi kullanımı” ile ilgili yapılan yüksek lisans tezlerinin 50'sinde (%78.1) amaç belirtilmişken, 14'ünde (%21.9) ise amaç belirtilmemiştir. Doktora tezlerine bakıldığında, toplam 20 tezdten 17'sinde (% 85) amaç belirtilmiş iken, 3 tanesinde (%15) ise amaç belirtilmemiştir (Tablo 7). Dolayısıyla, doktora tezlerinde amaç belirtilen tezlerin oranının, yüksek lisans tezlerine göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 7: Lisansüstü Tezlerin Amaçlarına İlişkin Veriler

		Yüksek Lisans	%	Doktora	%
Araştırmanın Amacı	Belirtilmiş	50	78.1	17	85
	Belirtilmemiş	14	21.9	3	15

Kaynak: Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi, 2022.

Lisansüstü tezlerin kuramsal ve kavramsal çerçevelerine ilişkin verilere bakıldığında; gerek yüksek lisans tezlerinde gerekse doktora tezlerinde, tezin kuramsal çerçevesinin verildiği çalışma sayısı oldukça azdır. Nitekim, 64 yüksek lisans tezinin 58'inde (%90.6) kuramsal çerçeve verilmemişken, 20 doktora tezinin 16'sında (%80) kuramsal çerçeve verilmemiştir (Tablo 8). Yüksek lisans tezlerinde, kuramsal çerçevenin verildiği tez sayısı 6 (%9.4) iken, bu sayı doktora tezlerinde yalnızca 4'tür (% 20).

Tablo 8: Lisansüstü Tezlerin Kuramsal ve Kavramsal Çerçevelerine İlişkin Veriler

		Yüksek Lisans	%	Doktora	%
Kuramsal Çerçeve	Var	6	9.4	4	20
	Yok	58	90.6	16	80
Kavramsal Çerçeve	Var	16	25	9	45
	Yok	48	75	11	55

Kaynak: Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi, 2022.

Türkiye'deki coğrafya bölümlerinde 2000-2021 yılları arasında “arazi kullanımı” ile ilgili yapılan lisansüstü tezlerin araştırma evrenlerine bakıldığında; toplam 64 tezin, 62'sinde (%96.9) araştırmanın evreni belirtilmemiş iken, yalnızca 2 tanesinde (%3.1) araştırmanın evreni belirtilmiştir. Benzer bir durum doktora tezlerinde de gözlenmektedir. Nitekim,

toplam 20 doktora tezinin 2 'sinde (%10) araştırmanın evreni belirtilmiş iken, 18'inde (%90) ise araştırma evreni belirtilmemiştir (Tablo 9).

Tablo 9: Lisansüstü Tezlerin Araştırma Evrenine İlişkin Veriler

		Yüksek Lisans	%	Doktora	%
Araştırma Evreni	Belirtilmiş	2	3.1	2	10
	Belirtilmemiş	62	96.9	18	90

Kaynak: Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi, 2022.

Lisansüstü tezlerde, tezin hangi yöntem ile hazırlandığı büyük önem arz etmektedir. Araştırma kapsamında incelenen tezlerin tamamında; çalışmanın metodolojisi, yöntemi, kullanılan yöntemle ilgili yapılan veri analizleri ve çalışmadaki bulguların yorumlanma biçimleri incelenmiştir. Bu bağlamda; lisansüstü tezlerin yöntem durumlarına bakıldığında; yüksek lisans tezlerinin 12'sinde (%18.8) "araştırmanın yöntemi" başlığı bulunmazken, 52'sinde (%8.1) bu başlığın bulunduğu belirlenmiştir. Doktora tezlerine bakıldığında, "araştırmanın yöntemi" başlığını kullanan tezlerin sayısının 19 (% 95) olduğu, buna karşılık, bu başlığı kullanmayan tezlerin sayısının da yalnızca 1 adet (%5) olduğu tespit edilmiştir. Ancak bazı tezlerde, her ne kadar "araştırmanın yöntemi" başlığı kullanılmamışsa da tezin içeriği incelendiğinde, başvuru yöntemini ne olduğu rahatlıkla fark edilmektedir. Nitekim, yapılan incelemeler sonucu, yüksek lisans tezlerinin tamamında nitel yöntem kullanıldığı belirlenmiştir. Bununla birlikte doktora tezlerinde de nitel araştırma yönteminin ağırlıklı olarak kullanıldığı görülmektedir. Nitekim, doktora tezlerinin 19'unda (%95) nitel araştırma yöntemi kullanılırken, yalnızca 1 tanesinde (%5) karma yöntemin (nitel ve nicel) kullanıldığı tespit edilmiştir. Tezlerde kullanılan veri toplama teknik ve araçlarına bakıldığında; yüksek lisans tezlerinin yarısından fazlasının; gezi-gözlem, dokümandan (40 adet tez, %62.5) yararlandığı, bununla birlikte tezlerin, 20 adetinin (%31.3) yalnızca dokümanlardan, 3 adetinin gezi-gözlem, görüşme, dokümanlardan ve 1 adetinin de (%1.5) doküman ve görüşmeden yararlandığı belirlenmiştir. Doktora tezlerine bakıldığında ise; 9 tezin (%45) gezi-gözlem, doküman, 8 tezin (% 40) yalnızca doküman, 1 tezin (%5) gezi-gözlem, görüşme, doküman ve 1 tezin de (%5) anket ve dokümandan yararlandığı tespit edilmiştir (Tablo 10).

Tablo 10: Lisansüstü Tezlerin Araştırma Yöntemine İlişkin Veriler

Araştırmanın Yöntemi		Yüksek Lisans	%	Doktora	%
Araştırma Yöntemi	Belirtilmiş	52	81.2	19	95
	Belirtilmemiş	12	18.8	1	5
	Nitel	64	100	19	95
Araştırma Yöntemi	Nicel	-	-	-	-
	Karma (Nitel ve Nicel)	-	-	1	5
	Anket	-	-	-	-
	Anket ve görüşme	-	-	-	-
	Anket ve Doküman	-	-	1	5
	Anket, Görüşme ve Doküman	-	-	-	-
Kullanılan Veri Toplama Teknik ve Araçları	Doküman ve görüşme	1	1.5	1	5
	Doküman	20	31.3	8	40
	Görüşme	-	-	-	-
	Gezi-Gözlem	-	-	-	-
	Gezi-Gözlem, Görüşme, Doküman	3	4.7	1	5
	Gezi-Gözlem, Doküman	40	62.5	9	45

Kaynak: Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi, 2022.

Lisansüstü tezlerin en önemli bölümlerinden birisi de sonuç kısmıdır. Araştırma kapsamında incelenen doktora tezlerinin tamamında sonuç kısmının olduğu belirlenmiştir. Buna karşılık, yüksek lisans tezlerinin 62'sinde (%96.9) sonuç kısmı bulunurken, 2 adet tezde (%3.1) ise sonuç kısmının olmadığı görülmüştür. Bu iki tezde de sonuç bölümünün, “sorunlar ve planlamaya yönelik öneriler” başlığı altında açıklanmaya çalışıldığı tespit edilmiştir. Lisansüstü tezlerdeki öneriler kısmı incelendiğinde; 45 (%70.3) yüksek lisans tezinde öneriler kısmının bulunduğu, buna karşılık 19 (%29.7) tezde ise öneriler kısmının bulunmadığı tespit edilmiştir. Doktora tezlerine bakıldığında; 2000-2021 yılları arasında Türkiye'deki coğrafya bölümlerinde “arazi kullanımı” ile

ilgili hazırlanan doktora tezlerinin 17'sinde (%85) öneriler kısmı bulunurken, 3'ünde (%15) ise öneriler kısmının olmadığı belirlenmiştir (Tablo 11).

Tablo 11: Lisansüstü Tezlerin Sonuç Ve Önerilerine İlişkin Veriler

Araştırmada Sonuç ve Öneriler		Yüksek Lisans	%	Doktora	%
Sonuç	Var	62	96.9	20	100
	Yok	2	3.1	-	-
Öneriler	Var	45	70.3	17	85
	Yok	19	29.7	3	15

Kaynak: Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi, 2022.

Lisansüstü tezlerde kullanılan anahtar kelimeler incelendiğinde; 64 yüksek lisans tezi içerisinde, 41 tezde (%64.1) anahtar kelimeler kullanılmışken, 23 tezde (%35.9) ise anahtar kelimeler kullanılmamıştır. Doktora tezlerine bakıldığında ise eşit bir dağılımın olduğu göze çarpmaktadır. Toplam 20 doktora tezi içerisinde; 10 (%50) doktora tezinde anahtar kelimelerin kullanıldığı, 10'unda (%50) ise anahtar kelimelerin kullanılmadığı belirlenmiştir (Tablo 12).

Tablo 12: Lisansüstü Tezlerin Anahtar Kelimelerine İlişkin Veriler

		Yüksek Lisans	%	Doktora	%
Anahtar Kelimeler	Var	41	64.1	10	50
	Yok	23	35.9	10	50

Kaynak: Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi, 2022.

Türkiye'deki coğrafya bölümlerinde 2000-2021 yılları arasında "arazi kullanımı" ile ilgili hazırlanan lisansüstü tezlerde kullanılan anahtar kelimelerin dağılım ve yoğunluğunu belirlemek amacıyla kelime bulutu oluşturulmuştur. Tezlerde toplamda 263 anahtar kelime kullanılmıştır. Kelime bulutu oluşturulurken, çalışmanın ana konusu olan "arazi kullanımı" kelimesi değerlendirme dışında bırakılmıştır. Arazi kullanımı kelimesi dışında gerek yüksek lisans gerekse doktora çalışmalarında en fazla kullanılan ilk on beş kelimenin; CBS (13), uzaktan algılama (11), arazi kullanım değişimi (4), arazi kabiliyet sınıflaması (4), coğrafya (4), ekoloji (4), planlama (3), sürdürülebilirlik (3), manuel karşılaştırma (3), Türkiye (3), jeomorfoloji (3), İstanbul (3), havza yönetimi (2) havza planlaması (2) ve CORINE (2) olduğu

2021 yılları arasında “arazi kullanımı” konusunda hazırlanmış lisansüstü tezleri incelenmiştir.

Çalışma kapsamında, Türkiye’deki coğrafya bölümlerinde “arazi kullanımı” konusunda lisansüstü tez sayısının; doktora düzeyinde az olduğu, buna karşılık yüksek lisans düzeyindeki tezlerin daha fazla olduğu ve bu tezlerin danışmanlıklarının en çok profesör doktor unvanlı akademisyenlerce yürütüldüğü tespit edilmiştir. 2019 yılı haricindeki (7 yüksek lisans, 2 doktora tezi) yıllarda gerek doktora gerekse yüksek lisans tez sayılarında önemli bir artışın olmadığı gözlenmektedir. Bu durum coğrafya bölümlerinde “arazi kullanımı” konusunda farkındalığın henüz istenilen düzeyde olmadığını göstermektedir.

Araştırma kapsamında, bu alana (arazi kullanımı) katkı sağlayan, dolayısıyla en fazla tez hazırlayan üniversitelerin; İstanbul Üniversitesi, Ankara Üniversitesi, Marmara Üniversitesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi gibi köklü üniversiteler olduğu göze çarpmaktadır. Burada üzerinde durulması gereken konu, Türkiye’de “arazi kullanımı” konusunda uzmanlaşmış coğrafyacı öğretim elemanlarının bulunduğu bazı üniversitelerin coğrafya bölümlerinde, konuyla ilgili (arazi kullanımı) tez sayılarının yok denecek kadar az olmasıdır. Arazi kullanımı konusunda uzmanlaşmış coğrafyacı öğretim elemanlarının bu yönlü tezleri (arazi kullanımı) teşvik etmesi, daha da önemlisi, danışmanlık yapması, coğrafya bölümlerinde “arazi kullanım” çalışmalarının artmasına ve dolayısıyla coğrafyanın “arazi kullanım” konusunda diğer disiplinlere nazaran ön plana çıkmasına katkı sağlayacaktır.

Tezleri anlaşılır kılan ve tezlerin sağlam bir temele oturmasını sağlayan önemli parametrelerden biri de tezlerdeki kuramsal ve kavramsal çerçevedir. Türkiye’deki coğrafya bölümlerinde “arazi kullanım” konusunda yapılan toplam 84 tezin (64 yüksek lisans, 20 doktora) yalnızca 10’unda (6 yüksek lisans, 4 doktora) kuramsal çerçevenin olduğu, 25 tanesinde (16 yüksek lisans, 9 doktora) ise kavramsal çerçevenin bulunduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla, tezlerin büyük çoğunluğunda kuramsal ve kavramsal çerçevenin bulunmadığı ortaya çıkmıştır. Hazırlanacak yeni tezlerde kuramsal ve kavramsal çerçevelerin belirlenmesi, tezlerin anlaşılabilirliğine ve sağlam bir temele oturmalarına katkı sunacaktır.

Çalışma kapsamında, ortaya çıkan en önemli sonuçlardan birisi de tezlerdeki yöntem problemidir. Yüksek lisans tezlerinin 12'sinde, doktora tezlerinin ise 1'inde yöntem başlığının kullanılmadığı tespit edilmiştir. Yöntem başlığı bulunan birçok tezde de çalışmada izlenen yol, veri analiz teknikleri, kullanılan yöntem vb. konularda gerekli bilgilerin bulunmadığı belirlenmiştir.

Günümüzde, doğal ortam ve insan arasındaki (mekân-insan) karşılıklı ilişkilerin değerlendirilip planlama çalışmalarına gidilmesi modern coğrafyanın amacı ve görevidir (Kayan, 2000). Bu bağlamda, incelenen tezlerin birçoğunda öneriler olmasına karşılık (ki öneri kısmı bulunmayan tezler de mevcuttur. Bu sayı yüksek lisans tezlerinde 19 iken, doktora tezlerinde ise 3'tür) başlı başına planlamaya dair tez sayısının yalnızca 1 tane olduğu görülmüştür. Dolayısıyla "arazi kullanımı" ile ilgili yapılacak yeni tezlerde, planlamaya da ağırlık verilmesi önem arz etmektedir.

Sonuç olarak Türkiye'deki coğrafya bölümlerinde hazırlanan "arazi kullanım" konulu tezlerde; konu seçimi ve kullanılan yöntemlerde çeşitlilik oranı fazla değildir. Buna karşın, tezlerdeki bulgular, çözüm önerileri ve yararlanılan kaynaklar çeşitlilik arz etmektedir. Çalışma kapsamında incelenen tezler, her ne kadar eksiklikleri olsa da gerek coğrafyaya gerekse arazi kullanım konusuna katkı sağladıkları yadsınamaz bir gerçekliktir. Ancak unutulmamalıdır ki bu alanda yapılacak yeni tezler, birbirinin tekrarı yerine; yeni yaklaşımları içeren, teorik açıdan ve metodolojik olarak güçlü, kurumsal ve kavramsal çerçeveleri iyi belirlenmiş çalışmalar olması, arazi kullanımı konusunda coğrafya disiplini diğer disiplinlerden daha görünür kılması açısından önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Al, U., Soydal, İ. ve Yalçın, H. (2010). Bibliyometrik özellikleri açısından bilig'in değerlendirilmesi. *Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 55, 1-20.
- Bekaroğlu E. ve Yavan N. (2013) Modern Türk coğrafyasının tarihsel gelişiminde batılı coğrafya okullarının etkisi: Ampirik bir analiz. *Beşeri Coğrafya Dergisi*, 1 (1), 51-66.
- Bekaroğlu, E. ve Sarış, F. (2017). Türkiye'de fiziki coğrafya: Değişen disiplinler pratiğinin ampirik bir analizi. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 35, 40-54.
- Bekaroğlu, E. ve Yavan, N. (2018). Türk coğrafyacılığında dört gelenek: Ampirik bir analiz. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 37, 79-93.
- Benek, S. (2016). Kırsal arazi kullanımı ve planlaması. Beşeri coğrafyada araştırma yöntemleri ve teknikleri (ss. 371-410). Ankara: Pegem Akademi.
- Bilgin, N. (2006). Sosyal bilimlerde içerik analizi teknikler ve örnek çalışmalar. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Bozkoyun, M., Baytar, İ. ve Erginyürek, M. (2019). Recommendations for the planning and use of agricultural land in gevaş district. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7, 34-42.
- Çiftçi, T. (2017). Türkiye'de coğrafya eğitimi alanında yapılan lisansüstü tezlerin (2006-2017) eğilimleri, *Journal of History Culture and Art Research*, 6(4), 864-887.
- Demirbulat, Ö.G. ve Tetik Dinç, N. (2017). Sürdürülebilir turizm konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik profili. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 20-30.
- Doğanay, H. (1998). Türkiye ekonomik coğrafyası. İstanbul:Çizgi Kitapevi.
- Doğanay, H. ve Doğanay, S. (2014). Coğrafya'ya giriş. Ankara: Pegem Akademi.
- Holt Jensen, A. (2019). Coğrafya tarihi, felsefesi ve temel kavramları. (E. Bekaroğlu, Ö.M. Anlı, H. Turut, S. Tuysuz, Çev.). İstanbul: İdil Yayıncılık.
- İzbrak, R. (1992). *Coğrafya terimleri sözlüğü*. İstanbul: MEB Yayınları.
- Karagöz, D. ve Yüncü, H.R. (2013). Sosyal ağ analizi ile turizm alanında yazılmış doktora tezlerinin araştırma konularının incelenmesi, *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 205-232.
- Kaya, M.F. (2013). Coğrafya eğitiminde yönelimler: 2012 yılına kadar yapılan lisansüstü tezler üzerine bir meta-analiz çalışması. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 27, 282-313.
- Kayan, İ. (2000). Türkiye üniversitelerinde coğrafya eğitimi: Amaç, yeni hedefler, sorunlar ve öneriler. *Ege Coğrafya Dergisi*, 11, 7-22.

- Keçeli, A. ve Sariusta, F. (2014). Sorun temelli- çözüm odaklı coğrafya! Yüksek lisans ve doktora tez çalışmaları üzerine bir inceleme, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(2), 85-100.
- Kervankıran, İ. ve Şardağ, A. (2019). Türkiye’de turizm coğrafyası araştırmaları: Lisansüstü tezlere yönelik bir içerik analizi. *International Journal of Geography and Geography Education (IGGE)*, 39, 151-170.
- Kozak, N. (1996). Türkiye turizm tezleri bibliyografyası (1952-1995). Ankara: Anatolia Yayıncılık.
- Kozak, N. (1999). Türkiye’de turizm araştırmalarının gelişimi: üniversitelerin bünyesinde lisans sonrasında hazırlanmış tezlerle ilgili bazı gözlemler. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10, 85-87.
- Özçağlar, A. (2014). Coğrafyaya giriş. Ankar: Ümit Ofset Matbaacılık.
- Özgür, E. M. (2018). Türk beşeri coğrafyasında yenileşme eğilimleri: değişim aktörlerinin perspektifinden bir değerlendirme. *International Journal of Geography and Geography Education*, 38, 142-170.
- Şardağ, A. (2016). Türkiye’de coğrafya alanında turizm ile ilgili yapılan lisansüstü tezler üzerine bir içerik analizi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Isparta.
- Tayfun, A., Küçükergin, F.G., Aysen, E., Eren, A. ve Özekici, Y.K. (2016). Turizm alanında yazılan lisansüstü tezlere yönelik bibliyometrik bir analiz. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1, 50-69.
- Thanuskodi, S. (2010). Journal of social sciences: A bibliometric study. *Journal of Social Sciences*, 24(2), 77-80.
- Tunçdilek, N. (1985). Türkiye’de relief şekilleri ve arazi kullanımı. İstanbul: İ.Ü. Deniz Bilimleri ve Coğrafya Enstitüsü Yayınları No: 3, İstanbul Üniversitesi Yayınları No: 3279.
- URL 1. <https://istatistik.yok.gov.tr/> erişim tarihi: 07.03.2022.
- URL 2. <https://cabim.ulakbim.gov.tr/bibliyometrik-analiz/bibliyometrik-analiz-sikca-sorulan-sorular/> erişim tarihi: 07.03.2022.
- Varnacı Uzun, F. (2018). Beşeri ve iktisadi coğrafya alanında yapılan lisansüstü tezlerin değerlendirilmesi: 2008-2017. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16, 253-281.
- Yavan N., (2005) SCI ve SSCI bağlamında Türkiye’nin coğrafya biliminde uluslararası yayın performansının karşılaştırmalı analizi: 1945-2005. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 3(1), 27-55.
- Yavan, N. (2019). Türkiye’deki coğrafyacıların uluslararası yayın performansı (1945-2015): Son 10 yılda (2005-2015) ne değişti?, *International Journal of Geography and Geography Education*, 39, 121-150.

“Köpekler havlıyor Sanço.
Demek ki doğru yoldayız.”
Don Kişot/Cervantes

BÖLÜM 6

KIBRIS: BATI KISKACINDA BİR ADA İKİ DEVLET SORUNU

M. Reza PASHAYİ *

* Isparta SD Üniversitesi İktisadi ve İdari Bölümler Fakültesi, Avrupa Birliği Araştırmaları Bölümü, Isparta, Türkiye. Doktora öğrencisi.
Mrpashaie@yahoo.com, ORCID iD: 0000-0001-7022-8017
Bu makalenin düzeltilmesi ve önerilerinde emeği geçen arkadaşım Oğuzhan Baltaoğlu'na teşekkürlerimi sunarım.

Giriş

1332’de Tunus’ta doğan siyasi, gezgin, filozof ve sosyolog olan İbn-i Haldun’un çok önemli ve tartışmalı bir sözü yıllardır söylenir: “Coğrafya kaderdir” (Akdemir ve Akengin, 2013, s. 2-6.).¹ Bu coğrafya neyin kaderidir? İnsanın mı, toplumların mı yoksa devletlerin mi? Acaba mevcut coğrafyayı değiştirmeden de bu kadere değiştirmenin bir yolu var mıdır? Coğrafya, insanın da toplumların da devletlerin de kaderlerinde etkilidir. Coğrafya, insanı ve onun bağlı bulunduğu toplumu mutlaka şekillendirir. Bir adada yaşayan insan ile bir kıtada yaşayan insanın veya ormanlıkta yaşayan biriyle dağlık bölgede yaşayan bir insanın aynı kültür, davranış, görenek, huy ve ahlaka sahip olmaları pek de mümkün değildir. Çünkü yaşadıkları coğrafya onlara birtakım zenginlikler sunabildiği gibi birçok mahrumiyeti de beraberinde getirebilmektedir. Bir toplumun yaşadığı coğrafyanın zenginliği, o toplumun yöresel kültürünü ve o bölgede yaşayan halkın yaşam tarzını doğrudan etkilemektedir. Bu onları çoğunlukla demokrasiye de yaklaştırarak diğer ülkelere kıyasla çok daha adil, müreffeh bir yaşam imkanı sağlayabilmektedir. Diğer yandan buna ters bir coğrafyada bulunan toplumların ise geleneksel bir monarşi ile yönetilmelerine, hatta bir önceki idareye sömürge olarak bağlı kalmalarına yol açabilmektedir.

Coğrafya sadece zenginlik değil, başka yararları da olan bir etmendir. Coğrafyaların ülke ve toplumlara getirdiği bazı üstünlükler ile güvenlik ve izole olmak gibi konularda da etkili olduğu görülür. Sınır sorunlarından, göçlerden ve savaşlardan tecrit olmuş topluluklar, dışarıdan askeri düzeyde zarar görmeyecekleri için kendilerini geliştirmeye daha fazla odaklanabilirler. Bu kapsamda ada ülkeleri, çoğu zaman daha güçlü kıta ülkelerine yenilmiş ve onlar tarafından yönetilmişlerdir.

Değişen ve değişmeyen coğrafya meseleleri de vardır. Yüzyıllar boyunca Keltler, Romalılar, Vikingler, Angeles, Sakson ve Gotlar sömürgeci imparatorluklar kurmuş, 15. yüzyılda Fransızların güdümünde olan İngiltere ise dünyadaki yeni rolüne soyunarak bunların en büyüklerini oluşturmuştur. Ancak bugünkü Ortadoğu da bundan yaklaşık 5.000 yıl önce bir uygarlıklar beşiği idi

¹ İbn Haldun, *MUKADDİME I, II, III*, Şark- İslâm Klasikleri, MİLLÎ EĞİTİM BASİMEVİ, 1997. Bu üç kitapta bu terimi aradım ama bulamadım! Pek çok yazar ve araştırmacı İbn Haldun ve kavramını incelemiştir. Akdemir ve Akengin, İbn Haldun’a bağlanan “Coğrafya Kaderdir” sözünü coğrafya ve insan ilişkini açıklamak için kullanmışlardır.

ve yazılı tarihe ilk burada imza atılarak ilk büyük medeniyetlere ev sahipliği yapmıştı. Tabii bugünkü durumu ortadadır. Hâlbuki Ortadoğu bir zamanlar yaşanabilecek en iyi coğrafi koşullara sahip olarak insanlara hava, su, toprak ve zengin maden kaynaklarını da sunabilmişti. Sonuç olarak bir sömürgeleşmiş ada olan İngiltere imparatorluğa yükselirken, imparatorluklar kuran Ortadoğu ise dünyanın sömürgeleştirilmiş bir bölgesi oldu. Dolayısıyla coğrafya değişen koşulları sebebiyle toplumlar için değişebilen bir kader haline de gelebiliyor.

Coğrafyanın yanı sıra bir de zaman etmeni var ki kader de bu zamana bağlıdır. Bilge Kağan'ın dediği gibi “*öd tengri aysar kişi oğlu köp ölgeli törümüş*” (Ergin, 2011, s. 26). Yoksa insanlık tarihine bakıldığında, toprakları küçük milletlerin kurduğu büyük imparatorlukları ve bunların çöküşünü sadece coğrafya ile nasıl açıklayabiliriz? Dünyanın en büyük beş sömürgeci devletinin bugünkü ana topraklarının yüz ölçümüne bakılırsa, bunlar toplamda Türkiye'nin iki katı bile etmiyor.² Coğrafya her millet için bir kaderdir ama doğru zamanda doğru değerlendirilemezse diğer komşu devletler için bir köprü rolünden fazlasını da oynamayacaktır. Bu sözün üzerinden yüzyıllar geçse de “coğrafya kaderdir” ifadesine Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Erdoğan da değinmiştir.

“Kaderimizi kucaklayacağız ve burada yaşamlarımızı sürdürmek için ne gerekiyorsa yapacağız. Köksüz insanlar gibi, köksüz topluluklar da rüzgârdan önce dağılmaya mahkûmdur. Rüzgârdan önce dağılmaya başladığımızda, kendinizi nerede bulacağınızı yalnızca Tanrı bilir. Geçmiş 200[!] yıl boyunca atalarımızın nerede yaşadıkları önemli değil. Anadolu son cennet, son liman ve son vatandır. Balkanlar, Kafkaslar, Kuzey Afrika veya Kırım'da başını belaya sokan bir erkek ya da kız kardeşimiz nerede olursa olsun, yönünü Anadolu'ya çevirdi. Yine de hepimizin aklımızda tuttuk ki, Anadolu'dan başka gidecek yerimiz yok” (https://www.tccb.gov.tr/en/news/542/96315/, 2018).

Anadolu coğrafyasına kurulmuş Türk Devleti'ne karşı bir dizi jeopolitik, jeostratejik ve jeo-ekonomik tuzaklar kurulduğu görülmekle birlikte devlet politikacıları ve idarecileri, buldukları bu yerde doğru zamanda doğru kararları alabilmelidirler. Yoksa yanlış zamanda verilen doğru bir kararın dahi nereye varacağını kimse bilemez. Örneğin, alt yapısı oluşturulmadan Osmanlı

² İspanya'nın yüz ölçümü 505.988 km karedir, Portekizce yüzölçümü 92.212 kilometrekare, Fransa'nın yüzölçümü 643.801 kilometrekare, İngiltere'nin yüz ölçümü 130.439 kilometre karedir ve Belçika'nın yüzölçümü 30.689 kilometrekare ki toplamı bugün ki bir suru normal ülkeden bile düşüktür.

İmparatorluğu’nu görkemli bölgesel bir güç olarak geri getirmeyi hayal edip Batı’nın tuzağına düşülmesi yerine, öncelikle daha önemli olan sınır meseleleri göz önüne alınıp iç ve dış mevcut sorunların çözülmesi yoluna gidilmelidir. Benzer bir şekilde coğrafyayı kaderimiz olarak gören bir Cumhurbaşkanının planladığı ve uyguladığı siyasetlerle, komşu ülkeler de hesap edilerek ekonomik istikrarı ve iç güvenliği önceleyecek adımlar atılması gerekir. Çünkü komşusuyla bile iyi geçinemeyen bir ülkenin daha uzaktaki bir topluluğun parçası olduğu taktirde tahmin etmediği sorunlarla karşı karşıya kalması muhtemeldir. Suriye ile sorunlarını çözemeyen, Ermenistan ile hayali soykırım safsatası yüzünden ortak bir masada toplanamayan, Irak’ın Kuzeyi ile günlük çıkarları üzerinden politika yürüten bir Türkiye’nin işi zordur. Üstelik Kıbrıs, bunların çok daha üstünde bir jeostratejik ve jeo-ekonomik sorun olarak Türkiye’nin önünde durmaktadır. Ne yazık ki bu sorunun kolay kolay çözülemeyeceği anlaşılıyor. Bunun bir göstergesi de 2004 Annan Planı’nda Türkiye’nin referandumu açıktan desteklemesinde görülmüştür. Dolayısıyla Türkiye’nin çok daha doğru kararlar alabilmesi gerekir. Sadece ekonomik yönden değil, güvenlik nedeniyle de komşu ülkelerle işbirliğini geliştirmesi ve mevcut ilişkileri yeniden gözden geçirmesi gerekir. Dahası bunlar için uzun vadeli stratejiler oluşturabilmelidir. Aynı zamanda Doğu ve Batı’yla politik felsefelerini seçmeye ve yürütmeye de devam etmelidir.

İlkçağlardan bugüne coğrafyamız değişmeden olduğu gibi kalmıştır. Bu yüzden Türkiye, değişen koşulları ve birliktelikleri içinde Batı’nın “Böl ve Yönet” oyununa gelmemelidir. Çünkü Türkiye sadece bir Avrasya köprüsü değil, aynı zamanda Avrupa ve Asya’nın coğrafi ve kültürel yansıması olan, tarih boyu bu medeniyetlerin ev sahipliğini yapan topraklara sahiptir. Bu topraklarda geçmişten bugüne çok güçlü devletler de olmuş, güçsüz hanlıklar da gelip geçmiştir ancak, mevcut coğrafya değişmemiştir. Dolayısıyla sıkıntıların tekrür etmemesi için idarecilerin aynı siyasi yanlışlara düşmemesi gerekir.

1. İlkçağlardan Osmanlı Dönemine Kısa Bir Kıbrıs Tarihi

Kıbrıs (Cyprus) adı konusunda ayrı ayrı yorumlar vardır. Kıbrıs adının Fenike kökenli olduğunu savunanların olduğu gibi, eski çağlarda farklı ulusların dillerinde farklı anlamlarla söylendiğini dile getirenler de olmuştur.

Bazılarına göre Kıbrıs (Cyprus), Latince *aes Cyprium*'un/ *Cuprum*'un kısaltılmış halidir. Hititler'de adaya Alaşya (Alasya) denilirken Mısır dilinde Asi olarak yazılmaktadır. Bugünkü Kıbrıs sözcüğü ise Fenike dilinde “kubru” olarak geçmiştir ve “kıyı” anlamındadır. Fenikelilerce de “kıyı” anlamında olan Kıbrıs adının kullanılması, Kıbrıs'ın Anadolu'ya “*karşı bir kıyı*” olmasından kaynaklanmaktadır (Sarınay, 2000, s. 4-5). M.Ö. 1450 yılından başlayarak Eski Mısırlıların egemenliği altına giren Kıbrıs, daha sonra da Hititliler, Persler, Fenikeliler ve Asurlular tarafından ele geçirilmiştir. Roma döneminin MÖ 58'de başladığı bilirse de Kıbrıs MÖ 30'a kadar Roma egemenliğine girmemiş, ancak onlar da adayı fethederek adanın hâkimleri arasına girmişlerdir. Kıbrıs yüzyıllar boyunca Doğu ve Batı Roma İmparatorluğu'nun denetiminde kalmıştır (Antoniadou, 2015, s. 8-11). Daha sonraları 7. ve 10. yüzyıllar arasında gerçekleşen Arap baskınları nedeniyle birçok eski abide ve bazilikalar tahrip edilmiş ancak kurtarılan parçalar yine de bugüne kadar ulaşabilmiştir (Antoniadou, 2015, s.11). Bu tespitlerle birlikte Arapların da adaya hâkimiyet kurmaya başladığını görmekteyiz ancak hiçbir zaman adada tam kalıcı bir egemenlik sağlayamamışlardır.

Tarih boyu çekişme bölgesi olan ada, Haçlı Seferleri sırasında Doğu ve Batı'nın savaş sahnesi olmuş ve yıllarca Batılı krallar tarafından yönetilmiştir. İngiliz Kralı Richard, adanın denetimini Templer Şövalyelerine bırakmış ve yıllar sonra ada Lüzinyanlı Guy denetimine verilmiştir (Antoniadou, 2015, s.12). Kıbrıs 1489'a kadar Lüzinyanlar tarafından yönetilerek Katolik mezhebi adanın resmi dini olarak yaygınlaştırılmıştır (Antoniadou, 2015, s.12). Tabii bu demek değildir ki o dönemlerde başka toplumlar ve inançlar da adada bulunmamaktaydı. Bulunuyordu çünkü o dönemlerde Kıbrıs, Doğu Akdeniz'in bir ticaret merkezi idi.

Memlükler ise Mısır'da 1250 yılında İzzeddin Aybek tarafından kurulmuş ve on yıl sonra 1260 yılında dünyanın yeni gücü olan Moğolları bozguna uğratmıştır. Memlükler'in hükümdarı Sultan Baybars, Moğolların ardından Haçlıları da ortadan kaldırmıştır. Memlükler'in bu dönem içinde Kıbrıs Adası'nın bazı bölümlerinde etkili olduklarını ve adada İslam eserleri bıraktıklarını görüyoruz (Antoniadou, 2015, s.12). Daha sonra 1432'den başlayarak Venedik etkisinin de yavaş yavaş geliştiği görülür.

Görüldüğü gibi Kıbrıs tarih boyunca Mısırlılardan Hititlere, Asurlulardan Araplara kadar değişik bölgesel güçlerin hâkimiyetine girmiş ve

farklı toplumlardan farklı dönemlerde göç almıştır. Bu nedenden dolayı ada çok karmaşık bir toplumsal yapı sergiliyordu.

Adanın Venedik hâkimiyeti tam da Osmanlı Devleti'nin gücüne güç kattığı döneme denk gelmektedir. Aynı zamanda bu dönemde ada, askeri olarak korsanların denetimindeydi. Bu durum, Akdeniz'de üstünlük kurmaya başlayan Osmanlı İmparatorluğu'nu rahatsız ediyordu. Stratejik ve jeopolitik konumu gereği Akdeniz'e hâkim olmak için Kıbrıs'ın Fethi zaruruydu. Osmanlı İmparatorluğu'nun, Kıbrıs'ta konumlanan korsanların saldırılarını önlemek ve Katolik Hristiyan Venediklilerin baskısı altındaki Ortodoks Hristiyan Rumlara yardım etmek maksadıyla Temmuz 1570'te başlattığı ilk çıkarma, 1 Ağustos 1571'de kesin sonucunu verdi (Artuç, 1989, s. 16). Kıbrıs fethedildi. Adanın, kullanıma elverişli ticari limanları olan Anadolu ve Suriye kıyılarına yakın oluşu da bu fetihle etkiliydi. Ada bu tarihten beri çalkantılı olsa da 19. yüzyılın son çeyreğine kadar Türk egemenliğinde kalmıştır. 1571 tarihinde Osmanlı İmparatorluğu tarafından fethedilen Kıbrıs'a 30000 kişilik Türk askeri gücüne ek olarak 28600 kişilik Türk göçmen kafilesi gönderilmişti. O zamanki ada nüfusu bu göç eden Türklerden ve 180000 kişi dolayındaki yerli halktan ibaret olup yaklaşık 238600 kişiden oluşuyordu (Artuç, 1989, s.16).

2.Osmanlı Döneminde Kıbrıs

Daha önce bahsi geçtiği gibi Kıbrıs Adası'nın uzun veya kısa dönemli olsa da Mısırlılar, Hititler, Fenikeliler, Asurlular, Persler, Romalılar, Araplar, Bizanslılar, Lüzinyanlar, Venedikliler ile süren serüveni, Türklerle son buluyordu. Ancak Türklerden önce bulunan Venediklilerin adadaki dini tutumları yanı sıra siyasi, ekonomik ve toplumsal yöndeki zulümleri de diğer toplumları bu Katolik baskının altında tutmuş ve onları dini özgürlükten yoksun bırakmıştı. Bunun yanında azınlık durumunda ve baskı altında oldukları için Türklerin adayı alışlarına en çok sevinenler de Ortodokslar olmuştur. Türklerin fetihleri tamamlandıktan sonra Ege'deki adaların demografik yapısında da çevre ülke ve bölgelerden; en başta Anadolu'dan, Suriye'den, Ege'den, Roma'dan ve Afrika'dan gelen insanların etkisi büyüktür. İşte geçmişten bugüne aynı duruma maruz kalan Kıbrıs'ta da tüm bu etmenler bir kültür çeşitliliği oluşturarak mozaığın parçalarını oluşturdu. 1571'den başlayarak da ada Osmanlı İmparatorluğu'nun bir parçası haline geldi. Osmanlı yönetimi

adayı önemli bir ekonomi merkez haline getirerek yeni bir yükselme dönemini başlatmış oldu.

Artık Kıbrıs dinci Venediklerin ve soyguncu korsanların elinden kurtarılmış ve Osmanlı hâkimiyeti ile düzenli bir şekilde yönetilmeye başlanmıştı. Yani İstanbul'daki bütün kurumlar Kıbrıs'a da yerleşmeye ve faaliyet göstermeye başladı. Bununla birlikte göç projeleri ve adaya yerleştirmeler de düzenli bir şekilde sürdürüldü. İngilizlerin Avustralya'ya yerleşmesini düşündüğümüzdeki, ülke çapındaki hırsızları, soyguncuları, katilleri Avusturalya'ya sürgün yeri olarak gönderdikleri kıyaslanırsa, Türkler bunun tam tersi olarak meslek gruplarını seçerek gönderiyordu. Bir de bu yeni dönemde alt yapı, inşaat ve çeşitli ulaşım yolları, su yolları, hanlar, köprüler, camiler, çeşmeler yapılmış ve hizmete sunulmuştur.

3.20. Yüzyılda Kıbrıs

Daha öncesinde güç kaybetmeye başlayan Osmanlı İmparatorluğu, 19. Yüzyılın ikinci yarısında Rusya karşısında İngiltere'den destek ve yardım elde etmek umuduyla adanın mülk olarak Osmanlı İmparatorluğu'nda kalması koşulu ile İngiltere'ye kiraya verilmesine razı oldu (Mallinson, 2010, s. 19). Osmanlı İmparatorluğu 1878'de Kıbrıs yönetimini, Rusya'nın güneye doğru genişlemesine karşı kendisini koruması karşılığında devretmeyi onayladı. Ancak egemenliğin devredilmesi söz konusu değildi. Bu gizli ek antlaşmaya göre, yıllık 92 bin altın karşılığı İngiltere'ye kiralanan ada; Rusların Kars, Ardahan ve Batum'dan çekilmesi durumunda Osmanlı Devleti'ne geri verilecekti (Özersay, 2002, s. 2 ve Eroğlu, 1975, s. 24). Yani Ruslar Anadolu'dan geri çekilince İngilizler adayı Türklere geri vereceklerdi. Sadece bunu göz önüne alarak sorabiliriz: "İngilizler Rusların geri çekilmesinde Türklere neden yardımcı olsunlar ki?" İngilizler kiraladıkları bu adada çok zenginleşmiş bir Hristiyan Rum kesimi ve bunun yanı sıra tarımla uğraşan bir Müslüman Türk toplumu bulacaklardır. Bundan sonra da bu ikili yapıyı korumaya ve sonuna kadar kullanmaya devam edeceklerdir (Toluner, 1977, s. 11). Adada kalan Türklere ise bu tarihten sonra azınlık muamelesi yapılmış ve hep ezilen taraf olmuştur. Rumlar ve Ortodoks kilisesi ise İngiltere'nin hoşgörüsü ile sürekli gelişmiştir. Özetle İngiltere'nin adayı kiralamasından sonra Anadolu'dan Kıbrıs Türklerine gereken destek verilmediği görülmektedir.

Buna rağmen adadaki Türkler kendi çabalarıyla Rumlara karşı direnç göstermiş ve kendi kimliklerini korumaya çalışmışlardır.

Adada nüfus olarak Türkler ve Rumlar, din olarak da Müslümanlar ve Ortodokslar çoğunluğu oluşturuyordu. Tabii ki bunlara ilaveten sayıları az da olsa başka etnik gruplar ve dini inançlara mensup kişiler de bulunuyordu.

Avrupa ülkelerinde dini inançların özgür olduğu düşüncesi çokça dile getirilse de uygulamada İslam sonrası İspanya'daki Müslüman izlerinin silinmesi başlıca politikaları olmuştur. Keza yakın tarihte Avrupa'nın göbeğindeki Yugoslavya olayı sonrasında neler olup bittiği herkesçe bilinmektedir. Onların geçmiş son beş yüz yılda dünyanın her noktasında nasıl bir sömürgeci politika izlediklerini bugünkü meselemizle mukayese bile etmeye gerek yok. Bu mevzuda yüz milyonlarca insanın farklı dil, din, renk ve etnik mensubiyete sahip olmaları nedeniyle bu uygar Avrupalılar tarafından silinip yok edilmesine seyirci olunmuş, bu yaşananlar günümüzde de sadece tarihi bir olgu olarak değerlendirilmekle yetinilmiş. Fanon'un da dediği gibi "Sömürgeciler, bir buçuk milyar insana karşı girişilen bir soykırıma yol açan politikalar izlemişlerdir" (Fanon, 1994, s. 307). Bunlardan hareketle küçük bir Akdeniz adasında nelerin sistemli olarak planlandığının ve uygulanmak istendiğinin çok iyi bir şekilde tahmin edilmesi gerekir. İngilizlerin 1878'den sonraki Kıbrıs politikası genel olarak Türk kimliğini yok etmeye yönelikti ve bu maksatla İngiliz ve Rum kimliği öne çıkartılarak Türklere karşı kültürel bir baskı uygulanması söz konusuydu (Heacock, 2011, s. 22). Nitekim 22 Temmuz 1878'de, Kıbrıs'a gelen ilk İngiliz valisi için yapılan karşılama töreninde konuşan Kition Piskoposu'nun, Ada'nın geleceği hakkındaki şu sözleri de bunu göstermektedir: "*Büyük Britanya'nın tıpkı İyonyen adalarında olduğu gibi, Kıbrıs'ı da doğal bağları olan anavatan Yunanistan'la birleştirmek için kolaylık göstereceğine güvenimiz vardır*" (Uçarol, 1978, s. 745). Birinci Dünya Savaşı'nda Osmanlı İmparatorluğu ve İngiltere'nin düşman konumunda bulunmaları ve Osmanlı Devleti'nin Almanya safında savaşa katılması üzerine, İngiltere bunu gerekçe göstererek 5 Kasım 1914'te adayı ilhak ve resmen işgal etmiştir. Yani İngiltere, adayı ilhak etmek için 1878'den beri yürüttüğü politikayı uygulama fırsatını bularak Kıbrıs'taki Türklerin üzerinde büyük baskıların doğmasına yol açmıştır (Mallinson, 2010, s. 20). Birinci Dünya Savaşı sonrasında Rumlar, yenilen Osmanlı İmparatorluğu parçalanırken bir İngiliz sömürgesi konumunda

bulunan Kıbrıs'taki Türklerin varlığını ortadan kaldırmakla uğraşıyordu. Ve bu kez amaçları Enosis idi.³

Kıbrıs Türkleri yersiz yurtsuz olmaya zorlanmışlardır. Bir de bunun üstüne yeni Türkiye Cumhuriyeti'nin savaştan yeni çıkmış olması sebebiyle 1923'teki Lozan Antlaşması'nda Kıbrıs Adası'ndaki 1914 İngiltere ilhakı Türkiye tarafından tanınmış oldu. “*Türkiye, İngiliz Hükümetince 5 Kasım 1914 tarihinde ilan edilen, Kıbrıs'ın [İngiltere'ye] katılımını tanıdığını bildirir*” (Madde 20), (Meray, 1993, s. 7). Bu maddeye göre Ada'daki Türk halkına Türk veya İngiliz vatandaşlıklarından birini seçmeleri öneriliyordu. Bu seçime göre İngiltere'ye veya Anadolu'ya göç etmeye zorlanıyorlardı (Çakmak, 2008, s. 212). Bu politikalar sonucunda Kıbrıs'taki Türklerin bir bölümü Anadolu'ya ve İngiltere'ye göç etmek durumunda kalmıştır. Türk vatandaşlığını seçenler ise zorla Türkiye'ye göç ettirilmek istenmiştir.

Dolayısıyla Lozan antlaşması ile de adadaki Türklerin durumu iyileşmedi ve baskılarını arttırarak devam ettirdiler. Rum ve İngiliz baskısı ile çok sayıda Türk'ün adadan ayrıldığı bilinmektedir. Ancak 1571'den beri adayı yurt olarak benimseyip kalanlar ise olumsuz koşullara rağmen dış destek olmadan ada üzerindeki haklarını koruma çabalarını sürdürmeye devam etmiştir.

Rumlara göre geç de olsa Kıbrıs Türklerinin siyasal örgütlenmesinde 1924 yılı kurulan “Kıbrıs Türk Cemaat-ı İslamiye” si önemli bir adım olmuştur. Osmanlılık yerine Türk Cemaati ifadesi, yeni bir siyasal kimliği de ortaya koyuyordu. Çünkü artık Anadolu'da Türkiye Cumhuriyeti kurulmuştu (Balyemez, 2017, s. 89). Kıbrıs Türklerinin birliktelik hareketleri bu dönemle başlar ve ilk Kıbrıs Türkleri Ulusal Kongresi 1931 yılında toplanır (Yüksel, 2009, s. 167). Türkiye'deki Erzurum Kongresi'nden başlayarak Cumhuriyet'e giden yolu bu kez Kıbrıs'taki Türkler gidiyorlardı. Bu türlü kongre ve örgütlenmelerin belli başlı özellikleri vardır. Bölgede yaşayan Türk-İslam nüfusunun her bireyi bu kongrelerin doğal üyesidir. Ülke çapında kurulan bir ağ içinde temsilciler toplanarak karar alma ve uygulama süreçlerini başlatırlar. Devlet yetkilerine benzer yetkiler kullanan organlar yaratılır. Bunun yanı sıra bölgesel savunma ve kurtuluş amacı ile kararlar alınır, kurallar koyulur.

³ Enosis'in sözcük anlamı ilhak ve birleşmek anlamına gelmektedir. Bu ilhak ile siyasi literatürde Rum-Yunan birleşmesi ve Kıbrıs'ın Yunanistan'a katılmasını kastedilmektedir.

Kararları ve kuralları koymak ve uygulatabilmek için de bu temsilciler toplanıp “millet”in geleceğini belirleyecekleri meclisi oluştururlar (Tanör, 1991, s. 423-431, s. 423). Bu örgütlenmelere ve kongre faaliyetlerine verilebilecek önemli örneklerden bir tanesi de Kıbrıs Türkleri Ulusal Kongresi’nin kendilerini savunmak amacıyla birbirini izleyen “hükümetleşme” denemeleridir. Ancak bu hareketlerin hükümetleşme yolunda ne kadar başarılı olduğu başka bir tartışma konusudur.

Kıbrıs Türkleri Ulusal Kongresi’nin hükümetleşme hareketlerini başlatması sadece Türk cephesinden değil, Kıbrıs Rumlarının o tarihlerdeki hareketlenmesine bakılarak da okunmalıdır. Çünkü aynı yıl (1931), Rumların Enosis için yeniden hareketlenmeye başladığı görülmektedir. Yunanlılar, İngilizlerin ada yönetimini çok geçmeden Yunanlılara devredeceğini düşünüyordu (Kurat, 1968, s. 101). İngilizler ise 1931 sonrası Kıbrıs’taki her iki irksal toplumu, yani Rumları ve Türkleri nasıl elde tutacağını, onları barıştan uzak yaşatarak nasıl kendi çıkarlarına hizmet ettirebileceğini düşünmekteydi. Dolayısıyla Kıbrıslı halklar asıl düşmanın dışarıdan geldiğini henüz tam anlayamamıştı. Zira Kıbrıs halkının ortak düşmana karşı ulusal birlik oluşturamaması, İngiltere’nin her zamanki eski politikası olan böl-yönet siyasetini güzelce uygulamasına yardımcı oldu. Henrik Liljegren bu konuyu şöyle açıklıyor:

“Kıbrıslı Rumların 1931 ayaklanmasında Britanya valisinin ikametgâhıyla bazı resmi daireler ateşe verildi. Bu olaylardan sonra Britanyalılar Kıbrıslı Türkleri jandarma ve hapishane gardiyası olarak kullanıp Britanya üniforması giymiş Kıbrıs Türklerinin Rum asilerin peşine düşmesi gibi bir gelişmeye neden oldular... Bir süre sonra, Kıbrıslı Türklerle Rumlar birbirine düşman gözıyla bakmaya başladı. Britanya sömürge yöneticileri eski “böl ve yönet” kuralını uygulamaya koyup, Kıbrıs Türkleri için azınlık statüsü oluşturmaya çalıştı” (Liljegren, 2006, ss. 85-86).

Bir şey unutulmamalı ki, bu dönem içinde Kıbrıs Adası bir bütün olarak İngiliz sömürge yönetimi ile yönetilmektedir. I. Dünya Savaşı’nda resmen işgal edilen ve sömürge, mandatör haline getirilen Kıbrıs, 1960 sonrası uzun yıllar İngiltere ile savaşın ardından, Yunanistan’la birleşmek isteyen Kıbrıs Rumları tarafından İngiltere’den bağımsızlığını elde etmiştir. Kıbrıs’taki Makaryos yönetimi ve rejimi, adayı yavaş yavaş bir Helen adası yapmak amacındaydı. Rumların amacı Enosis’i gerçekleştirmektir (Yalçınkaya Cerrahoğlu, 1998, s.7).

Enosis karşısında Türkler “*Kıbrıs Adası'nın yönetimi İngiltere tarafından bırakıldığında, ada Osmanlı devletine geri verilecektir*” maddesi üzerinden Rumların kararlarına karşı karar aldılar (Gürel, 1984, ss. 47-48). Ancak aynı gece Rumlar Limasol'da ateşler yakıp gösteriler yaparak Türklere bir dehşet gecesi yaşatmışlardı.

1931 sonrası Rumların Enosis'i istemesiyle birlikte Türklerin önemli bir sorunu daha su yüzüne çıkmıştır. Türkler, Kıbrıs sorunu üzerinde diplomatik yolları iyi kullanamamakta ve bu yolla bir çözüm elde edememekteydiler. “*Kıbrıs meselesinde genellikle Yunanistan'la ilgili olarak: Türklerin bu girişimlere siyasal ve diplomatik yollardan karşılık vermekte güçlük çektikleri bilinmektedir*” (Liljegren, 2006, s. 293). Bu diplomatik sorun hem Yunanistan karşısında hem de bölgede yürüttüğü diğer siyasi meselelerde kendini göstermiştir. AB üyelik sürecine yönelik ilişkiler, ABD yönetimiyle yürütülecek olumlu ilişkilerden bağımsız görülmemektedir. “*Mevcut Amerikan yönetimiyle yapıcı ilişkileri korumak tpkı Türkiye'nin AB üyelik amacı kadar öncelikli bir dış politika hedefi olmalıdır. Her iki çabanın da hedefi Türkiye'yi Batı'ya demirlemektir*” (Liljegren, 2006, s. 350). Bu süreçte ABD ve AB ile yaşanmış her meselede Rusya'ya sırtını dönmüş bir Türkiye profili görüyoruz. Aslında Türkiye'nin uluslararası ilişkilerinde daha çok kişisel ve duygusal bir yaklaşım sergilediği görülmektedir. AB olmazsa Şanghay'a gideriz politikası da bu şekilde yürütülmüştür.

“Türkiye bir defa kendini rahat hissetmeli. Benim için varsa, yoksa Avrupa Birliği' dememeli. Mesela, ‘Şanghay Beşlisi içerisinde Türkiye niye olmasın?’ diyorum. Temenni ederim ki orada olumlu bir gelişme olması halinde, yani Türkiye'nin Şanghay Beşlisi içerisinde yer alması, bu konuda çok daha rahat hareket etmesini sağlayacaktır diye düşünüyorum” (Erem, 2016).

AB ile yaşanan süreçte geçmiş unutulmadan okunursa krizsiz bir dönem geçirilmemiştir. Ne hemen rotayı Şanghay'a döndürmenin anlamı vardır ne de AB üyelik sürecinde yürütülen politikalarda ciddiyet gösterilmiştir. Türkiye ile Avrupa Birliği arasındaki ilişkiler, Türkiye'nin 31 Temmuz 1959'da Avrupa Ekonomik Topluluğu'na (AET) ortaklık başvurusunda bulunmasıyla başlar. Uzun yıllar AB kapısında bekletilen Türkiye'nin, kendisinin neden bekletildiğini görmezden gelip AB'nin her olumsuz tavrında Şanghay kartını ileri sürmesi ciddi bir tavır ise eğer, aradan geçen yarım asrı aşkın bir süredir Türkiye'nin AB üyeliği konusundaki girişimlerinin aslında pek de samimi olmadığını gösterir. Bu konu yıllardır dengeleri değiştirebilecek bir ciddiyette

değil, aslında Türkiye'nin günlük gündemini değiştirebilecek basit politikalar olarak yürütülmüştür. Türkiye'nin AB politikasının zıttı, ancak çok başarılı bir Yunanistan diplomasisidir. “Yunanistan hedeflerine akıllı politikalarla, Türkler ise bazen kaslarını şişirerek varmaya çalışır” (Liljegren, 2006, s. 292). Yunanistan; politikalarını dinamik, etkin ve hedeflerine uygun biçimde kullanmayı iyi bilmekte ve bunu uygulayabilmektedir. Bunun yanı sıra Güney Kıbrıs'ın da bu dönemde Yunanistan gibi etkin politikalar yürütebildiğine şahit olunmaktadır.

Avrupa İkinci Dünya Savaşı sonrası kendini toplar toplamaz elini hemen Kıbrıs'a uzatmıştır. Savaş sonrası Batı'ya bağlı sömürge devletleri bağımsızlıklarını elde etmeye başlamış, bu şekilde dünya yeniden biçimlenmiştir. Bu biçimlenmede dünyanın güneş batmayan en büyük imparatorluğu olarak anılan İngiliz İmparatorluğu da çökmüş ve yerine 66 civarında bağımsız ülke bırakmıştır. Ancak iki bloklu dünyada Avrupa'nın bıraktığı rolü kesin bir biçimde ABD üstlenmiştir. ABD Dışişleri Bakanı Macmillan, Kıbrıs üzerindeki konferans öncesinde personeline telgrafla söylediği gibi “Türklerin başlangıçtaki pozisyonları ne kadar güçlü olursa bizim için ve onlar için o kadar iyi olacak” (Holland, 1998, ss. 69-70). Görüldüğü gibi başlangıçta ABD politikası Türkiye'yi desteklemek yönünde idi. Ancak sonraki siyasetleri Türkiye'yi Kıbrıs konusunda sıkıştırma yönünde el değiştirdi.

İkinci Dünya Savaşı boyunca Kıbrıs'ta da hareketlenmeler, örgütler, yeni gazete yayınları ve birliktelikler devam ederken, Kıbrıslı Türkler iki cephede yani hem İngiliz sömürgeciliğine hem de Rumların Enosis isteklerine karşı direniyorlardı. Onların her ikisinin de tek hedefi Kıbrıs'taki Türk varlığını yok etmektir. Türklerin amacı ise adadaki varlıklarını sürdürmek ve savunmaktır. Sonunda Türkler 1944 yılında Dr. Fazıl Küçük'ün öncülüğünde Milli Parti'yi kurdu (Bozkurt, 2011, s. 32). Bu parti adını daha sonra, Kıbrıs Türk'tür Partisi olarak değiştirdi. Milli Türk Halk Partisi'nin ana hedeflerinden biri de “Ada'nın Yunanistan'a ilhakını (ENOSİS) önlemektir” (Dedeçay, 1981, s. 28). Yine İkinci Dünya Savaşı sırasında Türkler, işçi ve Türk Çiftçi Sendikası gibi farklı örgütlenmeler yoluna gittiler. Farklı zamanlarda farklı isimlerle işçi ve çiftçi örgütleri kurulmuş ve son olarak 1945 yılında Kıbrıs Türk İşçi Sendikaları Teşkilatı oluşturulmuştur. Bu yıllarda Kıbrıs Türkleri arasında ciddi bir örgütlenme görülmektedir.

Daha önce bahsi geçen onlarca ülkenin bağımsızlığı elbette bir gecede gerçekleşmedi. 15 Ağustos 1947 tarihinde Hindistan ile başlayan süreç elli yıl devam etti. Dekolonyalizm ile İngiltere ve diğer Avrupa sömürgecileri, eski İmparatorluk topraklarını gerçek sahipleri olan yerli halklarına bırakmak zorunda kaldı. Ve hepsi öncü liderleriyle bağımsızlık savaşları vererek peş peşe bağımsızlıklarını kazandılar. Haliyle kaçınılmaz olarak sıra Kıbrıs'a da gelecekti (Hyam, 2006, s. 269–270). Ancak İngiltere bu sefer o kadar kolay ayrılmasına rıza gösteremezdi.

1950'lerin başında İngiliz hükümeti uluslararası bir Kıbrıs sorunu olmadığı konusunda ısrar etti. Kıbrıs için istediği şey sınırlı özerklik ya da otonomi kurulması idi. Hâlbuki 1948'de önceki hükümet tarafından yapılan bu teklifi reddetmişti (Kelling, 1990, s. 67-79). Kıbrıs'taki iki halk arasında başlayan çarpışmalar sonucu Rumların savunduğu Enosis ve Türklerin savunduğu taksime (bölüşmeye) karşı bir orta yol olarak, Ada'nın tek bir devlet olarak bağımsızlığı fikri doğmuştu. Bu bağlamda 1955 Londra Konferansı ile başlayan süreç, 1959 Londra-Zürih anlaşmaları ile garantör devletlerin uluslararası sözleşme metninde yer almalarıyla, 16 Ağustos 1960'ta Kıbrıs'ta egemen olan üç ayrı ülkenin ortaklığı esasına dayalı bağımsız bir Kıbrıs yarattı ve iki toplumlu bir Cumhuriyet doğdu.

İngiltere, 1960 Londra ve Zürih Antlaşmaları ile Kıbrıs adası üzerinde iki egemen askeri üs elde etmeyi başarmıştır. İngiltere Kıbrıs'ı İngiliz Milletler Topluluğu içinde tutarak kendi emperyal gücünü bölgede devam ettirmeyi planlamış, aynı zamanda adadaki askeri üslerin korumasını da istemiştir. Stefanopoulos ise İngiltere'nin adada askeri üs bulundurabileceğini fakat Kıbrıs'a self-determinasyon hakkının tanınmasının zorunlu olduğunu iddia etmiştir (Gönlübol, 1977, s. 343). Kıbrıs'ı İngiliz Milletler Topluluğunda tutan ve oradaki üslerinin korunmasını isteyen İngiltere'nin bu tutumu, aslında Kıbrıs üzerinde katı, sömürgeci politikalarından vazgeçmeyeceğinin de bir göstergesi idi. İngiltere bu doğrultuda her türlü planlamayı yaparak ada üzerindeki hedeflerine ulaşmak için çeşitli formüller oluşturmuştu. Lord Winster Planı (1947) Jackson Planı (1948), I. MacMillan Planı (1955), Harding Planı (1955), Rad Cliffe Planı (1956), II. MacMillan Planı (1958), Spaak Planı (1958) da bunlar arasındaydı (Constandinos, 2009, s. 71). Bunlar İngiltere'nin görünürdeki planlarının elbette bir kaçıdır.

İngiliz Hükümeti 26 Haziran günü Meclis'te Macmillan Planını açıkladı. İngilizlerin arzu ettiği şey Türklerin de bu planı kabul etmeleri idi. Türk politikacıları ise bu planın İngilizlerin söyledikleri gibi olmadığı ve bazı şeylerin kendileri için olumlu görünmediği düşüncesinde idiler. Ancak buna rağmen Temmuz ayında Londra ziyaretinde Türkiye Başbakanı plana açık bir pencere bıraktı (Holland,1998, s. 270). İngiliz Başbakanı, her şeyin planladıkları gibi gitmesi için birkaç gün içinde planın müzakere edilmesi amacıyla Ankara'yı ziyaret etti. Ankara sonrasında işlerin herhangi bir sekteye uğramaması ve kararın askıya alınmaması için ardından Atina'ya geçti (Averoff-Tossizza, 1986, s. 235-240, 249-251). Londra'ya dönüşte Macmillan planı gözden geçirilerek ve bazı maddelerin değişimiyle İngiliz hükümeti tarafından kabinede onaylandı, 15 Ağustos'ta yeni şekliyle Parlamento'ya sunuldu.

İngiltere, yürüttüğü planlara göre adadaki egemen üslerini korudu. Kıbrıs yeni anayasasına dayanarak adanın bölünmesini veya başka bir devletle birleşmesini yasakladı. Türklerin adayı taksime ve Rumların Enosis'e götürecek hayalleri Anayasa'ya göre durduruldu. Garantörlük yasasından faydalanarak adada bir Yunan ve bir Türk olmak üzere iki yabancı askeri alay kalıcı olarak yerleştirildi (Fırat, 1997, s. 59). Daha önce adı geçen anlaşmaların altına, üç garantör ülkenin yanında adadaki Türk ve Rum toplulukları da eşit şartlarda iki kurucu ortak olarak imza attı (Özarlan, 2007, s. 44). Ancak bu ortaklık dönemi uzun sürmemiştir. Yunanistan'daki askerî cunta desteği ile Kıbrıs Rumları bir daha Enosis amaçlı Rum milliyetçiliğine gidince anlaşmalar sekteye uğramış ve bozulmuştur.

Önceden imzalanmış ve anlaşmaya göre eşit durumda olan Türk-Rum topluluklarının elde ettikleri hakları Kıbrıs Türkleri kullanamaz hale geldi ve Rumların baskısı altında kaldılar. Bu baskılar uzun bir süre devam etti. Rumlar, 1963'ten başlayarak Enosis taleplerini yeniden İngiliz yetkililerine iletmekte ve ısrar içinde tekrar örgütlenmeye gitmekteydiler. İngiliz yönetimi 1878'den beri Rumları açık bir şekilde destekledi ve korudu. Türkler ise sürekli adayı terk etmeye zorlandı. Bu nedenlerden dolayı Rumlar ile kıyasladığımızda Türk nüfusu oldukça düşük kalmış, Rumlar ise çoğunluk durumuna yükselmiştir. Nereden bakılırsa bakılsın açık şekilde desteklendikleri görülmektedir. Hatta anayasaya göre topluluklar eşit şartlarda olduğu halde Rumlar anayasanın da

üstüne çıkararak, hukuku çiğneyerek adada ve parlamentoda sahip olduğu çoğunluğa da dayanarak ince hesaplarla yapılan bir “Enosis” kavgasını devam ettirebiliyordu. Oysa Türkiye, İngiltere ve Yunanistan; imzaladıkları uluslararası anlaşma ile garantör devletler olarak Kıbrıs Adası’nın bölünmesi veya herhangi bir devletle birleşmesi tehlikesini engellemekle görevliydi. Bu üç garantör devletin yapması gereken, Kıbrıs’ın Anayasası’na dayanarak adı geçen kanun hükümleri uyarınca Kıbrıs’ta yaşayan her iki toplumun ortaklığını koruma görevini üstlenmektir (Toluner, 1977, s. 89-90). Yani Türkiye, Yunanistan ve İngiltere bu cumhuriyetin ve etnik güç paylaşımının garantörü idi (Averoff-Tossizza, 1986, ss. 309–319, 325–326, 346–362). Harekete geçme hakkı, Kıbrıs Cumhuriyeti’nin toprak bütünlüğünü ve bağımsızlığını korumak amacıyla bu garantör devletlere tanınmıştır.

Yüzyıllardır İngilizler, diğer kurucu etmenlerin yanında sömürge valisinin seçimi ile oluşturulmuş ülkeler yarattı. İngiliz tarafının tercihleri, demokratik bir ülke oluşturarak ülkelerin yönetilmesi değil, valinin duruşuyla yönetimlerin şekillendirilmesi idi. Kıbrıs konusunda ise iki halk arasında sorunlar yaşanıyor, bundan dolayı Türkiye ve Yunanistan sürekli karşı karşıya geliyordu. Ortamdaki bu kargaşada Türkiye, her iki halkın ayrı ayrı kendi geleceğini belirleme hakkını savunurken, Yunanistan bütün ada için ortak bir gelecek belirleme niyetini savunmaktaydı. Türkiye adadaki varlığını korumak istemekte, Yunanistan ise Rum çoğunluğu nedeniyle durumu zamana yayarak Enosis’e gidecek bir projeyi düşlemekteydi. Yunanistan tüm adayları istediği için Enosis’in olmadığı bir Yunan adası da Yunanistan’ın tercihi olabilirdi. Bu çok farklı iki görüş nedeniyle de Londra’da veya başka hiçbir oturumda herhangi bir karar alınamadı. Hollanda’nın açıkladığı gibi, Kıbrıs için hiçbir planın kalıcı bir çözüm sağlayamayacağı görülüyorken, adanın bölünmesi de benzer bir İngiliz başarısızlığı anlamına gelecekti (Holland, 1998, s. 198-199).

Hindistan’daki Hindular ve Müslümanlar gibi Kıbrıs’ta da “iki halk” vardı; Türkler ve Rumlar. Hindistan’daki Müslümanlar İngiltere sonrası aynı yıl Hindistan’dan bir kez daha ayrılarak bağımsızlıklarını elde ettiler ancak Kıbrıs’taki iki halk arasında, daha 19. yüzyıldan başlamış olan sorunlar devam ediyor ve durulacak gibi de görünmüyordu. Oysa Kıbrıs, Türkiye tarafından ancak 60 yıl sonra anlaşılrsa da kendisinin Doğu Akdeniz’deki bir kıyısıydı ve hep yanı başındaydı. Kıbrıs’ın sorunu Türkiye’nin sorunu ve Kıbrıs’taki

Türklerin kazanması Türkiye'nin kazanması idi. Çünkü Kıbrıs kaybedilirse Doğu Akdeniz kaybedilecekti.

Adnan Menderes Hükümeti'nin ilk dönemine tarafsız şekilde bakılırsa, Kıbrıs konusuna uzun bir süre ihtiyatlı, soğuk ve mesafeli yaklaşıtlarını görüyoruz. Kuşkusuz bu yaklaşımın nedeni, Menderes'in başbakanlık dönemine yeni başlaması ve komşuları ile başta Yunanistan'la kurulacak sıcak ilişkilerin bozulmaması isteği idi. *“Kıbrıs Meselesi diye şimdilik resmi bir mesele bizim gündemimizde değildir. Çünkü Yunan Hükümeti de resmen Kıbrıs Meselesi ile meşgul olmamaktadır. Binaenaleyh hariciyemiz de böyle bir hadisenin mevcudiyetinden resmen haberdar değildir”* açıklamasında bulunmuştu (Albayrak, 2004, s. 425). Ancak Türk ve Yunan tarafların yumuşak tutumlarının tersine Ada'daki kışkırtmalar günbegün artıyordu. Bu sebeple Menderes ve hükümetinin ikinci döneminde bu yaklaşımları tamamen değişecek ve Kıbrıs konusunda tarihi kararlara imza atılacaktır. Böylece 1950'li yılların başında, İngiltere gibi “şimdilik” bir Kıbrıs sorunu olmadığı iddiasındaki Türkiye hükümeti, beş yıllık bir sürecin ardından sakınganlıktan tam bir etkin toplumsal eylem planına geçerek büyük bir değişime uğrayacak, kendisini bir anda Kıbrıs konusunda taraf olarak bulacaktır. Artık Menderes eskisi gibi çekimser değil, Kıbrıs konusunda çok sert açıklamalarda bulunabilmekteydi. Başbakan ve Cumhurbaşkanı İsmet İnönü'nün ortaklık gösteren Kıbrıs politikası açıklaması da Türkiye Cumhuriyeti'nin yürüteceği siyaseti ortaya koymuştu.

“Kıbrıs davası beyanatu bize ciddi bir vaziyet göstermektedir. Kıbrıs'taki kardeşlerimizin yakın günlerde umumi bir tecavüz tehlikesi karşısında bulunduğundan resmen bahsedilmiştir. Bütün vatandaşların alakası bu vahim haber üzerinde toplanmalıdır. Dış meseleler ve tehlikeler üzerinde iktidarın muhalefetle işbirliği yapması usulü bizde henüz teessüs etmemiştir. Onun için tehlike zamanında yapabileceklerimizi acilen bildirmek isteriz. Kıbrıs'taki kardeşlerimizin can ve mallarını tehlikeden kurtarmak için hükümeti gayretlerinde destekleyeceğiz. Dış politikamızın Kıbrıs'la meşgul olacağı bugünlerde iç politikamızın havasının da Kıbrıs ile dolu olduğunu dünyaya göstermek vazifemizdir” (Aydemir, 1999, s. 208).

Daha önce belirtildiği üzere Lozan'da Kıbrıs'la ilgili haklarını alamayan Türkiye, Londra Konferansı'nda artık önceki tarafsızlıklarını bir kenara bırakıp birinci derecede taraf olarak yeniden Kıbrıs Türklerinin meseleleri üzerine eğilmeye başladı (Hasgüler, 2004, s. 323). Bu tarihte Türk siyasileri tarafından

dile getirilen görüşler, artık yeni bir dönemin başlatıldığının işareti olmuştur. Fatih Rüştü Zorlu ise o yıllarda Türk Dış Politikasına hâkim olan fikri açıklamıştı:

“Kıbrıs’ın Türkiye için stratejik önemi vardır. Savaş halinde Türkiye ancak güney limanları yoluyla beslenebilir. Kıbrıs adasına hâkim olacak kuvvet aynı zamanda Ege Denizi’ndeki adalara da sahip olursa Türkiye gerçek bir kuşatma altına girer. Hiçbir ülke tüm güvenliğinin dost dahi olsa, müttefik dahi olsa başka bir devlete dayatmasına razı olamaz” (Öymen, 2002, s. 420).

Dışişleri Bakanı’nın açıklamasıyla dönemin Türk liderlerinin sonunda parti çıkarlarını değil de ülke çıkarlarını düşündüklerini yani Cumhurbaşkanı ve Başbakanın doğru bir kararda bulduklarını görüyoruz. Kıbrıs, bin yıllar öncesinden günümüze ada dışındaki uygarlıklar tarafından stratejik nedenlerle fethedilmiş ve kontrol altına alınmıştır. Yani komşu devletlerden her birisi bölgenin jeopolitiğini elinde tutmak için adaya sahip olmak istemiş ve buna sahip olduğunda stratejik önem kazanmıştır. Dolayısıyla Kıbrıs’ın coğrafi konumu, bölgesel güç sahibi olmak isteyen hiçbir ülkenin gözünden kaçmamıştır. Bu stratejik durum her dönem olduğu gibi bugün de geçerliliğini koruyor. Türkiye’nin Akdeniz’deki geleceği, kısa vadede Türkiye Cumhuriyeti’nin Kıbrıs’taki stratejik varlığına, orta ve uzun vadede de adadaki Türk politikasının doğru yürütülmesine bağlıdır.

4.1974 Sonrası Kıbrıs ve Türk Dış Politikası

Kıbrıs’taki iki toplum arasında bulunan nefret ve ayrılıkları kullanan İngilizlerin böl ve yönet politikası, kendileri henüz adadan çekilmeden önce terörü, çekişmeleri, boğuşmaları, dolayısıyla iki taraf arasında bir iç savaşı meydana getirmişti bile. Bu durum, Türk dış politikasında Kıbrıs’ın öneminin yeniden keşfedilmesini sağlamış olmalıdır. Zira Kıbrıs on yıllardan beridir savaş halinde idi. Şüphesiz ki Kıbrıs’ın barışı Türkiye’nin barışı olmazsa da Kıbrıs’ın savaşı kesin olarak Türkiye’nin savaşı olacaktı. O günlerde kimse Türkiye’nin adada herhangi bir girişimde bulunacağını hesaba katmıyordu ve gerçeği de bu idi. Çünkü 1955’te askeri olarak Türkiye’nin elinde adaya müdahale edebilecek gerekli teçhizatı ve gemileri yoktu. Türkiye, muhtelif jeopolitik kuramların odak noktası olduysa da o günlerde donanımlı bir deniz kuvvetlerine sahip değildi. Ancak, hesaba katılmayan sadece askeri güç değil, dönemin Başbakanı Menderes’in “*Kıbrıs Anadolu’nun devamından ibarettir ve*

güvenliğimizin esaslı noktalarından biridir” sözünü söylemesi üzerine, Türkiye'nin değişen stratejik dış politikasıydı (Öymen, 2002, s. 419). 1974 tarihinde EOKA-B tarafından Kıbrıs'ın Murat Ağa, Sandallar ve Atlılar köylerinde Kıbrıs Türklerine karşı gerçekleştirilen katliamlar sonucu, onlarca suçsuz ve sivil öldürüldü, ipler kopma noktasına geldi (Berling Pierre ve Fahir Armanoğlu, 1990, s. 846). Bunun ardından Türkiye, Kıbrıs Türklerini korumak için “Kıbrıs Barış Harekâtı” adı altında 20 Temmuz 1974'te askeri operasyonunu başlatır ve Harekât 18 Ağustos 1974'te sona erer. Bu operasyonun sonucunda da ada Kuzey ve Güney olarak ikiye bölünür. Ateşkes hattında Birleşmiş Milletler bir Tampon Bölge oluşturur. Bu bölge bundan sonra “Yeşil Hat” olarak anılacaktır. Kuzey Kıbrıs o günden bu güne dünya devletlerince işgal altındaki bir bölge olarak kabul edilir ve egemenliği tanınmaz. Ekonomik ve siyasal olarak da dünyadan büyük ölçüde yalıtılmış bir vaziyette Türkiye ekonomisine bağlı olarak varlığını sürdürmektedir.

Yıllar geçtikçe Özal'ın “Kıbrıs Türkiye için bir yüküdür” ifadesi (Ataman, 2003, s. 49), söylemde ve eylemde Türkiye'nin siyasi hayatını oldukça etkilemiştir. Hatta Kıbrıs'taki felaketleri ve Türkiye'nin garantör devlet olarak yaptığı müdahalesini bir “işgal” olarak değerlendirenler bile olmuştur (Doğu, 2021). Türkiye'nin son dönemlerdeki AB hayalleri de devlet yöneticilerini Özal'ın bu sözü doğrultusunda hareket etmeye sevk ettiği görülüyor. Ancak iki tarafın liderleri bazen dünya liderlerinin katıldığı oturularda bazen de Birleşmiş Milletler aracılığıyla yapılan görüşmelerde bir araya geldiler. Görüşmelerin sonucunda hep Kıbrıs'taki uzlaşma müzakerelerine yeniden başlanacağı sonucu açıklanıyordu. Ancak en önemli ikili görüşme Kıbrıs'ı 2004 referandumuna götüren görüşmeler oldu. Bu referandumda oylanan Annan planına göre,

“Kıbrıs adası İngiliz üsleri dışında kalan topraklarda, bağımsız ve federal nitelikte bir devlet olacaktı. Plan gereğince Birleşik Kıbrıs Cumhuriyeti'ndeki bakanlıkların en az üçte biri Türklerden oluşacaktı. Devlet başkanlığı ve başbakanlık makamları on ayda bir Türkler ve Rumlar arasında geçişecekti” (Sözen ve Özersay, 2007, s. 127–128).

Dönemin BM Genel Sekreteri Kofi Annan'ın sözleriyle, uluslararası toplumun bu iki zorlayıcı menfaati uzlaştıramaması yetersiz bir trajedi olarak görülebilir (Annan, 1999). Sonuç olarak hem AB hem de BM, Kıbrıs Türk

tarafına ve Türkiye'ye Annan Planını kabul etmeleri konusunda baskı yapmaya odaklandı. İlginç olan, baskı altına alınan Türkler referandumda “evet” oyu kullanmasına rağmen, Güneylilerin buna büyük bir “hayır” oyu ile karşılık vermesiydi. Hâlbuki Türkler “evet” oyu versinler diye dünyanın en önemli ülkelerinin arabuluculuğunda görüşmeler yapılmıştı. “Referandumdan sonra “Dünya Ne Dedi” (“What the World said After the Referanda”, 2004) belgelerinde Avrupa Birliği liderlerinin hemen hepsi açıklamada bulundular. Avrupa Parlamentosu başkanı Pat Cox'ın açıklaması “*Annan Planı'nı reddederek Kıbrıs'taki Kıbrıs Rum toplumu arasındaki referandumun sonucundan çok üzgünüm*”. İngiltere Dışişleri Bakanı Jack Straw'ın açıklaması “*Adayı bir araya getirme olasılığına rağmen, Kıbrıslı Rum seçmenlerin çoğunluğunun anlaşmayı reddetme kararından üzüntü duyan, 1974 mültecileri için uzun süredir rahatlatma sağlamak ve askerileştirme ağırlığını kademeli olarak kaldırmak- tüm bunlar Avrupa Birliği üyeliğinin sağladığı siyasi istikrar ve ekonomik güvenlik çerçevesinde oldu.*” Colin Powel Amerikan Dışişleri Bakanı “*Kıbrıslı Rumların anlaşmaya karşı oy kullanmasının benzersiz ve tarihi bir fırsatın kaybedildiği anlamına geldiğini düşünüyoruz. Anlaşmanın adil olduğuna inanıyoruz. Kıbrıs Türk tarafı tarafından kabul edildi. Daha iyi bir çözüm olmayacak. Başka bir anlaşma yok. Daha iyi bir anlaşma yok. Ve umuyoruz ki Kıbrıslı Rumlar bunu zamanında kavrayacaklardır*” diyor. Daha birçok dünya liderinin bu ve benzeri söylemlerini Rumlar tarafından reddedilen bu referandum meselesinde görmekteyiz. O zaman neden bu oylama sonrası “evet” diyen Türkler dışlandı da “hayır” diyenler ödüllendirildi? Üstelik Güney Kıbrıs, bütün bir Kıbrıs'ın temsilcisi olarak AB'ye alındı. Görülüyor ki bölgede siyasi bir çözüm olmasa dahi Rum Kesimi AB tarafından adalete yakışmayacak bir şekilde kayırılmıştı. Türkler için bu kabul edilemezdir.

Referandum öncesi AB, eğer bu çözümsüzlük Türkiye'nin eliyle bir çözüme kavuşturulamazsa Güney Kıbrıs Rum Kesimi'nin AB'ye “alınacağını” dile getirmişti. Anlaşılan AB'nin Rum Kesimi'ni alması için çözüme ulaştırma konusu, Rumların aleyhine olmadıkça pek de önemli değildi. Zira referandum sonucuna dayanılmadan Güney Kıbrıs bütün bir aday temsilen AB'ye alınabiliyordu. Sonuç olarak ikinci aşamada Kıbrıs meselesi AB'nin bir iç sorunu olarak değerlendirilecek ve Türkiye çözüm sürecinde devre dışı bırakılacaktır. Annan Planı sonrası Güney Kıbrıs gönül rahatlığı ile “hayır”

diyerek AB'ye alındı ve ödüllendirildi. AB'nin bu duruşu, Kıbrıs sorunu için bir çözüm değil, çözümsüzlük üretti.

Türlere göre, Kıbrıslı Rumların Annan Planı'nı muhafaza konusunda hiçbir baskı altında olmaması ödüllendirilmekle eş değerdı. Erdoğan "aldatıldığına inandı ve yeter artık diyeceğı zaman gelmişti. Yakın danışmanlarına, eğer Avrupa Birliğı dedikleri bu ise bir Hıristıyan kulübü olarak Avrupalıların kendilerinin olsun" dedi (Westmacott, 2017, s. 21). Sadece bu söz bile geçmişte Türkiye'de ne olursa olsun bu Kıbrıs meselesi çözülsün, şeklinde düşünöldüğünü göstermektedir. Süregelen bu politikalar, yıllar sonra Akdeniz'deki durumunun ne olacağıının hesaplanmadığı tarzında yorumlanabilir.

Kuzey Kıbrıs Yönetimi'nde Türkiye yanlısı ve karşıtı birçok parti mevcuttur. İki Kıbrıs kesiminin birleşmesine karşı çıkan partiler de var. Yani federasyon veya konfederasyon değil de tek adada iki devlet oluşumunu kabul ediyorlar. Bu partiler Türkiye'nin adada devam eden siyasi ve askeri garantörlüğünü destekliyorlar. Ancak Güney Kıbrıs'ın partileri uzun zamandan beri adanın bütününe sahip olmakta ısrarlılar. Bunu referandum sonucundan da anlıyoruz. Fakat partilerin bu isteklerine karşın iki devletin cumhurbaşkanları BM Özel Temsilcisi'nin arabuluculuğıyla çoklu görüşmeler yapabiliyor. Bu dönemde müzakerelerin ana eksenleri; siyasi gücün yönetimi ve bölünmesi, arazi mülkiyeti ve Rumların toprak istemesidir. Şu anda iki kesimin liderleri arasındaki en önemli birliktelik, arazi mülkiyeti ve üçlü garantör ülkelerin garantisi konusunda anlaşmaya varılmış olmasıdır.

Projenin ilk ayağı olarak Yunanistan, siyasi-askeri garantilerinden vazgeçtiğini söyledi ve İngiltere Dışişleri Bakanı Philip Hammond Kıbrıs'a yaptığı ziyarette, iki toplumun anlaşması halinde İngiltere'nin de siyasi-askeri garantilerini sürdürmek istemediğini söyledi. Peki, neden iki devlet şartlı da olsa garantörlük meselesinden vazgeçebileceklerini söylüyorlar? Hatta İngiltere Kıbrıs'taki askeri üslerini tahliye etmeye hazır olduklarını da söyledi (Christou, 2015). Anlaşılan o ki bu ikisinin garantörlüklerini sürdürmeme eğilimlerinin Türkiye'yi de etkilemesini ve Türkiye'nin de aynı doğrultuda politika yürütmesini umuyorlar. Ancak Türkiye için Kıbrıs, Akdeniz bölgesinde küresel ve bilhassa bölgesel bir aktör olabilmek için hayati bir konuma sahiptir. Rumlar adada Yunanistan ve İngiltere'nin çıkarlarını her

zaman koruyacaklardır ve onlar askeri üsleri olmadan da bölgede var gibi olacaktır. Peki, Kuzey Kıbrıs Türkleri de Türkiye'nin haklarını hep koruyabilecek mi yoksa zaman içinde eriyip yok mu olacak? Türkiye bu konuda rolünü ve siyasi duruşunu henüz açık bir şekilde belirtmemiştir. Bu konuda karışık bir durumda oldukları görülüyor. İşte sorun, adayı terk etmek veya etmemek arasındadır ve bu Türkiye için ciddi bir sorundur.

Daha sonraki yıllarda da Kıbrıs konusunda barışa soyunan Türk ve dünya siyasetçileri oldu. Son Kuzey Kıbrıs Cumhurbaşkanı Mustafa Akıncı da Türk topluluğunun Ada'daki Yunan komşularını bir düşman olarak değil, ortakları olarak görmeleri gerektiğini söylüyor. Guardian'a yaptığı konuşmada "*yeterince acı çektik, Evet, acı çekmenin karşılıklı olduğunu, hataların yapıldığını ama geleceğe bakmanın zamanı geldiğini itiraf etmek önemlidir*" (Smith, 2015). Görülüyor ki Batı'nın planı nasıl gözükürse gözüksün, asıl itibariyle amaçları Kıbrıs'ı AB üyeliği kandırmacasıyla Türkiye'den koparmak ve Türkiye'nin Akdeniz'deki jeostratejik konumunu bitirerek yeni bulunan doğal gaz kaynaklarından Türkiye'nin elini kesmektir. Güney Kıbrıs AB'ye alındıktan sonra Kıbrıs kıyılarında petrol ve doğal gaz aramaları 2011 yılında Amerikan "Nobel Energy" şirketine verildi. Bu şirketin petrol ve doğal gaz aramaları sonucu Kıbrıslı Rumlar bölgede sondaj yapmaya başladı. Haliyle bu durum Lefkoşa ve Ankara arasındaki gerilimin de artmasına neden oldu (Emerson, 2012). Mustafa Akıncı, ikinci dönem seçimlerini kazandıktan sonra tekrar bir İngiliz gazetesine konuşma yaparak Batı'ya mesaj vermekte gecikmedi. Akıncı, "*Acele etmemiz lazım. Bunca yıldan sonra bir dönüm noktasına, belirleyici bir ana geldik*" vurgusu yaptı. Konuşmasının en şaşırtıcı kısmında ise "*Ankara tarafından yutulup de facto Türkiye ili haline gelebiliriz*" sözü idi (Harding, 2020). Tıpkı Batı'nın okullarında eğitim alan ve yıllarını AB veya ABD'de geçiren üçüncü dünya ülkelerinin yöneticileri, bir şekilde yolunu bularak efendilerine hizmetlerini sunuyorlar gibiydi. Kıbrıs meselesinde görüldüğü gibi Doğu Akdeniz'de, Türkiye'nin enerji ihtiyacını karşılayacak doğalgaz rezervleri üzerinde büyük oyunlar oynanmaktadır. Uzun vadede ise Türkiye'yi Akdeniz'den dışlama ve Türkiye'nin elini bölgeden kesme planları yapılmaktadır. Tüm bunlar olurken Avrupa Birliği Türkiye'ye yaptırım uygulamaya ve mali yardımı kesmekle tehdit etmeye devam ediyor.

Türk siyasi hareketlerine bakıldığında Kıbrıs Adası'nın Doğu Akdeniz'de Türkiye için önemli bir stratejik bölge olarak görüldüğünü

söylemeye gerek yok. Çünkü Kıbrıs, Avrupa, Asya ve Afrika'nın, yani üç kıtanın ortasında yer alan jeostratejik bir öneme sahiptir. Bu nedenle böyle bir bölgeye sahip olmak, Doğu Akdeniz ülkeleri için askeri olarak da bir kuşatma ve iktidar kullanma meselesidir. Türkiye herhangi bir müzakere ile adadaki askeri güçlerini tahliye etmek zorunda kalırsa, bu Türkiye'nin 1974'ten beri koruduğu kırmızı çizgilerinden saptığı ve Doğu Akdeniz'e erişimini kaybettiği anlamına gelecektir.

Türkiye'nin Kıbrıs'la ilgili müzakerelerde garantörlükten çekilme konusunu kabul veya reddetmesi meselesi Türkiye'ye ciddi bir zorluk yaşatabilir. Bir yandan Türk Hükümeti son on yılda Kuzey Kıbrıs'a 9 milyar dolardan fazla bağışta bulundu ("Türkiye'den KKTC'ye 10 yılda 9 milyar lira", 2015). Öte yandan, toprak bütünlüğünü ve Kuzey Kıbrıs Hükümeti'ni desteklemek için adaya donanımlı 40.000'den fazla asker yerleştirildi. Diğer yandan Türkiye uluslararası toplantılarda işgalcilikle suçlanıyor ve bugüne kadar doğrudan hiçbir ülkenin Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ile siyasi bir ilişkisi yok. Bu ülke üzerinden de Yunanistan'la ciddi bir gerilimi var. Eğer Türkiye askeri olarak adayı boşaltma kararı alırsa bunların hepsinden vazgeçtiğini net bir şekilde belirtmiş olur. Bu da Türkiye'nin sorunlarını azaltmayacağı gibi daha da arttıracaktır. Dolayısıyla 20. yüzyılda Akdeniz'deki diğer adaların İngilizler ve İtalyanlar tarafından Yunanistan'a verildikleri de göz önüne alınırsa, daha mantıklı kararlar alınmasının gerekli olduğu görülüyor.

Türkiye Davutoğlu döneminde Kıbrıs'taki stratejik çıkarlarından vazgeçiyor ve iki elli bir *kör derin strateji* ile iki devlet halindeki Kıbrıs'ı, Rumların ve Yunanistan'ın kucağına atıyordu. Türkiye Başbakanı Davutoğlu, Davos'ta BM Genel Sekreteri ve Amerikan Başkan Yardımcısı Joe Biden ile görüşüp sözlerini açıkladıktan sonra Türkiye'nin, krizi ve çatışmayı çözmek için gerekenleri yapacağını açıkladı (Turan, 2016). Dolayısıyla, mevcut durumda Türkiye bir yandan dış politikada AB ve göç krizleriyle karşı karşıyayken, diğer yandan Rusya, Suriye ve Libya ile gerginliğe yaklaşması ve yine bu sırada Kıbrıs konusunda da İsrail, Mısır ve Yunanistan ile yeni bir çekişme alanı yaratması doğru görülmemektedir.

Bir toplum mühendisliği faaliyetiyle hem Kuzey Kıbrıs'ta hem de Türkiye'de iki halkı birbirinden soğutacak, uzaklaştıracak bir çalışma

yürütüldüğü bellidir. Uluslararası oturularda Kıbrıs'taki yetkililerin siyasi açıklamalarından, Türkiye'nin siyasi ve askeri garantisini sona erdirecek ve AB'nin müzakere hedefine ulaşmasında yakınlık sağlayacak hareketler yapması bekleniyor. Ersin Tatar "*Kıbrıslı Türkler Türkiye'nin garantilerinden asla vazgeçmeyecekler*" diyorsa da bu Ankara'nın Kıbrıs sorununa yaklaşımındaki değişikliğin işaretidir. Bu arada herhalde unutulmamıştır, birkaç yıl önce Türk Dışişleri Bakanı, Türkiye'nin Kuzey Kıbrıs'taki siyasi-askeri garantisine ilişkin askeri mevcudiyeti dışında başka mekanizmaların seçildiğini duyurdu. BM özel temsilcisi üç taraflı toplantıdan söz ederken KKTC Başbakanı Tatar, "*Akıncı, Anastasiadis ve Guterres'in planlanan üçlü görüşmesiyle ilgili, "Kıbrıslı Türklere büyük haksızlıklar yapmaları, bizim tekrar Guterres çerçevesinde masaya gelmemizin ferkalade tehlikeli olduğunu düşünmekteyim"* (Yüzbaşıoğlu, 2019) demesine rağmen BM, müzakere sürecini devam ettireceği ve bunun da ötesinde kararlar alabileceği gerekli adımları attı. Kıbrıs Konferansı'nda uzlaşma ve birlik yılı olacağı söylemi varsa da bunun zor olacağı gözüküyor.

Türkiye, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ne, yani Ala köprü Barajı'ndan 106 kilometrelik hat ile Kuzey Kıbrıs'taki Geçit köy Barajı'na içme suyu aktararak müzakerelerin sonuçlanmasına yönelik stratejik bir adım attı. Çünkü su tüm Kıbrıs Adası için hayati bir önem taşımaktaydı. Bunun yanı sıra Güney Kıbrıs'taki Afrodit petrol sahasında doğal gazın ve petrolün araştırılıp çıkarılması konusu da Türkiye için büyük önem taşımaktadır. Elbette aynı enerji kaynağı İsrail'in ve Mısır'ın Yunanistan ile anlaşması durumunda Avrupa Birliği'nin de büyük oranda ihtiyaçlarını karşılayacakken, bir enerji geçiş bölgesi olan Türkiye, Doğu Avrupa'nın ve Doğu Akdeniz'in siyasi ve ekonomik düzeninde de büyük rol oynayacaktır. Avrupa'nın bu konuya ağırlık vermesinin amacı, Rusya ile yaşayacağı olası bir gerginlik durumunda Kafkasya ve Kazakistan'ın yanı sıra Kıbrıs gazının da ihtiyaçlarının bir kısmını karşılayabilmesidir.

Yarım asır sonra Türkiye, Akdeniz'de uzun vadeli stratejik hedefler peşinde yürümeye ancak başlamış gibi görünüyor. Kıbrıs'ı kaybetmeden Kıbrıs'ta yaşayan Türklerin barış ve güvenlik içinde olmalarını sağlamak Türkiye'nin milli bir görevi olarak görülmektedir. Bu mevcut sorunun çözümü için iki parçalı Kıbrıs'ı birlikteliğe ulaştırma çabaları devam ederken, Türkiye bu konuda Batılı liderlerle yakınlaşma seçeneğini daha çok tercih ediyor gibi görünüyor. Ancak uluslararası politik hareketlerde görüldüğü gibi; nasıl ki

Rusya Çeçenistan'ı, Kuril (Kuzey) Adaları'nı, Kırım'ı ve Doğu Ukrayna'yı; Çin ise Makao'yu, Tayvan'ı, Hong Kong'u ve Doğu Türkistan'ı, hatta Hindistan kendisi için Orta Asya'ya açılan bir kapı olarak gördüğü Keşmir'i jeostratejik durum ve konumlarından dolayı elden çıkartmak istemiyorsa Kıbrıs da Türkiye için bu değerdedir, karar vermelidir.

AB ve ABD'nin dış politikası hiç değişmeden 19. yüzyıldan bu yana Osmanlı'yı ve Türkiye'yi bölgede ve Kıbrıs'ta sıkıştırmaya yönelik süregelmiştir. AB'nin bir konuda evet veya hayır demesi de tarihi süreçte Türkiye için bir güvence oluşturmamıştır. Batı; Türkiye'nin AB üyeliğinde, Kıbrıs konusunda, Ermeni ve Güney Doğu meselelerinde kendi çıkarları doğrultusunda her zaman suiistimalin peşinde olmuştur. Bir gün Kıbrıs meselesine ılımlı baktıkları görülse bile, ertesi gün ambargo uygulamayacaklarına dair bir garanti yoktur. Çünkü bu güvensiz hareketleri tarih boyunca test edilmiştir. Örneğin, Merkel bir seçim tartışmasında, *"Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne üye olmaması gerektiği açık"* dedi (Pasha-Robinson, 2017). Seçimi kazanmasının ardından Türkiye'ye yaptığı ziyaret sırasında Avrupa Birliği'nin, Türkiye'nin AB üyelik planı üzerinde ve ilgili bölümlerin açılması konusunda Türkiye'ye verdiği desteği dile getirdi (Szabo, 2018). AB'nin bu ikiyüzlü tutumu Türkiye karşısında hep devam edecektir.

5.AB Üyelik Süreci

Daha önce bahsi geçtiği gibi kaybedilmiş savaşlar nedeniyle Osmanlı Devleti, 1878'de Rus tehlikesine karşı İngiltere ile yaptığı gizli savunma antlaşmasıyla geçici olarak Kıbrıs idaresini İngiltere'ye devretmiştir. Hâlbuki İngiltere adayı devretmeyi veya terk etmeyi düşünmüyordu. Dolayısıyla İngiltere'nin Kıbrıs politikası tutumu, ister istemez Türk - Yunan ve Türk - Güney Kıbrıs Rum Kesimi ilişkilerinde hep bir uyuşmazlık yaşatmıştır. Örneğin Yunanistan'ın dış politikası Türkiye karşıtlığı üzerine kurulmuştur ve bunda Batı'nın onlara temeldeki Türkiye karşıtı desteği yatmaktadır. Eğer ABD ve AB tarafından böyle bir desteklenme olmasaydı Yunanistan'da ne böyle hayal peşinde koşan bir politik yansıması olurdu ne de Yunanistan'ın bütün "dış politikası" Türkiye karşıtlığı üzerine kurulurdu. AB ve ABD'nin Yunanistan'ı destekleme sebebi de Osmanlı Devleti'nin XV. yüzyıldan bu yana Orta ve Doğu Avrupa üzerindeki hareketidir. Viyana'ya kadar geniş toprakları uzun bir

süre Türkler yönetmişlerdi. Bu tarihi nedenden dolayı Türkiye'ye karşı şüpheli tavrı ve güvenilmezlik duygusu muhtemelen her zaman olacaktır.

Avrupa Birliği, kendi kuruluş varlığını ve kimliğini bu üç temel üzerinde kurmaktadır: Eski Yunan felsefesi, eski Roma hukuku ve Hristiyanlık. Bu üç kimlik temelini bir ayağı haliyle Yunanistan'dadır ve AB Yunanistan'ı bu nedenle kendine yakın görmüştür. Aynı zamanda Avrupa yüzyıllar boyunca tek bir Roma İmparatorluğu altında toplanmış; Latin dili ve Hristiyanlık ile yönetilmiş ve genişletilmiştir. Görüldüğü gibi bu üç temel, AB'nin kimlik özelliği olarak kabul edilmektedir. Bir de bu yaratılmış kimliğe karşı 600 yıl öncesinden başlayarak Osmanlı'nın (Avrupa'ya göre Türkler) Avrupa ve Hristiyanlık kavgası vardır. Koskoca Osmanlı İmparatorluğu Avrupa'nın ortalarına kadar girmiş ve 500 yıl varlığını sürdürmüştür. Bu nedenlerden dolayı Avrupa ve Hristiyanlık alemi, Batı'ya konumlanan bu Müslüman Türk siyasi iradesini 15. Yüzyıldan bu yana kendine hep düşman görmüştür diyebiliriz.

Kavram olarak "Avrupa'nın birliği", "Avrupa Birliği"nden çok daha eskiye dayanmakla birlikte, "Avrupa kimliği" konusunun gerek siyasi gerekse akademik gündemde yer alması 1970'lerden itibaren olmuştur. Bu konuyla ilgili yapılan tartışmalarda zihinler nihayetinde Avrupa Topluluğu'na odaklanmıştır (Wintle, 1996, ss. 9-29). Böylesi bir Avrupa Birliği'nin kurulmasında ve oluşturulan kimlikte sadece coğrafi nedenler değil; siyasi, hukuki ve dini temeller de yatmaktadır. Avrupa kimliği konusunda yapılan değişiklikler çoğunluğa dayanarak birlik tarafından kabul edilmiştir ve aslında çok kültürlü bir potansiyele sahiptir. Ancak anayasal, kurumsal ve hukuki temelleri bulunduğunu söylemenin daha uygun olacağı ifade edilmektedir (Mayer ve Palmovski, 2004, s. 583, 592). Bunun yanı sıra Avrupa'nın içinde de ötekiler vardır. Avrupa tarihinde Yahudiler ve Çingeneler ötekileştirilmiştir. Hristiyanlık din olarak Avrupa'da kabul edildikten sonra artık temel bir kimlik göstergesi olarak alınmış, diğer dinler dışlanmıştır. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra iç-ötekilerden bir diğeri de Nazizm'dir (Yurdusev, 2001, s. 167-175). Birkaç yüzyıldır doğudan gelen Müslüman ağırlıklı azınlıklar ve göçmenler de son iç-ötekilerden sayılmaktadır. Bu örnekler de göz önüne alındığında durum daha da iyi anlaşılacaktır.

AB'de olduğu gibi ABD'nin de Yunanistan'ı Türkiye'ye tercihi, Yunan felsefesine hayranlık duyması, Yunanlıların Hristiyan olması ve Yunanlıların

lobicilikte ABD içinde kayda değer bir artış göstermesinden kaynaklanmaktadır. Bunlar göz önüne alınırsa AB ve ABD'nin Türk-Yunan ilişkilerinde hiçbir zaman tarafsız kalamayacakları ve bazen açık bazen gizli olarak ama her daim Yunanistan'ı tutacakları ortadadır. Oysa AB ve ABD Yunan felsefesini Yunanlılardan ve Yunan dilinden değil de Endülüs'teki Müslümanlardan aldığını her daim göz ardı etmiştir. İşin gerçeği; Batı, Eski Yunan felsefesini Arap dilinden Latinceye çevirmiş bir uygarlık ile karşı karşıya olduklarını kabul etmek istememektedirler. Onların bu tarafgirlikle Yunanistan'a desteği 19. Yüzyıldan bugüne açık bir şekilde süregelmiştir. Batı Trakya'nın, Kıbrıs'ın ve birçok Ege adasının İngilizlerin desteğiyle Yunanlılara verilmiş olması da bunun açık bir kanıtıdır.

AB ve ABD'nin yukarıda belirtilen nedenlerle sürekli Yunanistan'ın ve son zamanlarda Güney Kıbrıs Rum Yönetimi'nin arkasında olması, Yunan ve Rum kesiminin Türkiye ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti karşıtı politikalar belirlemesinde esas neden olmuştur. Bu oluşumda Yunanistan'ın ve Güney Kıbrıs'ın politikası, Rum çoğunluğun egemenliğine dayalı üniter bir devlet yapısı ve Türklerin azınlık statüsünde bırakılmasıdır. Arkasından da Türklerin Türkiye'ye veya İngiltere'ye göç ettirilmeleri ile adada oluşturulacak bir Türksüzleştirme politikasıdır. 1920'lerden günümüze Kıbrıs'ta zaten benzer bir durumun yaşandığını burada belirtmek isterim. Çünkü İngiltere, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan beri sürekli Kıbrıs ile Türkiye arasındaki bağların kopartılmasına çalışmış ve bunu bölgesel bir politika olarak sürekli yürürlükte tutmuştur.

Türkiye, 1959'da Avrupa Ekonomik Topluluğu'na ortaklık başvurusunda bulunmuş ve Türkiye'nin Avrupa Birliği üyelik süreci, 1963 yılında imzalanan Ankara Antlaşması'yla başlamıştır. Bu Antlaşma, Türkiye'nin üyelik için yükümlülüklerini yerine getirme sürecinin takip edileceğini bildiren bir antlaşmadır. Türkiye 1987'de buna hazır olduğunu bildirmiş fakat kabul edilmemiştir (Kaya, 2013, s. 70). Nihayetinde 1999 yılında AB üyeleri tarafından aday olarak kabul edilen Türkiye, 2005 yılında tam üyelik müzakerelerine başlamıştır.

Yukarıda özetlenen unsurların ötesinde Türkiye Cumhuriyeti'nin uluslararası sistemdeki konumunu en ciddi şekilde etkilemiş olan ve esasında son döneme kadar Türk Dış Politikasının ana eksenini oluşturan konu, AB

üyelik süreci ve Türkiye'nin Avrupa ile olan ilişkileri şeklinde karşımıza çıkıyor. Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulması ile birlikte Avrupa fikri sadece bir işbirliği odağı değil aynı zamanda bir model olarak da Türkiye'nin önündeki en önemli aktör durumundadır. Şimdiye kadar da bu şekilde varlığını sürdürmüş ve Türkiye'yi Batılılaşmaya götürmüştür.

Bugün itibariyle Türkiye'nin AB üyelik serüveninin Kıbrıs sorunu nedeniyle askıya alındığını söylemek mümkündür. Genel hatları itibariyle değerlendirildiğinde Türkiye ve AB ilişkilerinin hem düzgüsel hem de uygulamacı boyutlarda karşılıklı çıkarlara dayandığı söylenebilir. AB, sınırındaki Türkiye ile olan ilişkilerini kopartmadan belli bir dengede götürerek daha uzak coğrafyalardaki politikaları açısından kendisine bir köprü kurmaya ve sınırlarını güvenli tutmaya çalışırken, Türkiye de uluslararası sistemdeki konumunu pekiştirebilmek adına son yıllara kadar bu kurumsal ilişkileri hep canlı tutmaya çalışmıştır.

Türkiye, artık Kıbrıs'ın AB üyeliğini sözlü olarak kabullenmeye hazır olduğunu söylüyor. Oysa mesele Birliğe katılma konusunda Kıbrıs'ı tanımak veya tanımamak değildir. Mesele, Türkiye Kıbrıs'ı tanıdıktan sonra Yunanistan ve Rumların AB üyesi ülkeler olarak kendilerine düşen sorumluluklarını yerine getirmezlerse ne olacağıdır. Dahası, sonrasında Türkiye'den ne beklenileceğidir.

Rusya ve Ukrayna, savaşın son aşamasına geldiklerinde de Azovstal'daki son Ukraynalı askerlerin Rus Ordusu'na teslim olmasının ardından, Yunanistan Başbakanı Kyriakos Miçotakis'in ABD'ye daveti ve Senato'da konuşması yeni oyunun yeni aşamasına geçişin bir habercisi olarak görülüyor. Mitsotakis, Washington'dan yalnızca F-35 savaş uçaklarını Atina'ya satmasını istemedi, aynı zamanda Ankara'nın F-16 savaş uçaklarını modernize etmesini ve yeni savaş uçakları satın almasını engellemesi için de büyük çaba sarf etti. Geçen yıl ABD'li Senatör Robert Menendez'in Kıbrıs Adası'ndaki iki devletli anlayışın "yanlış" olduğunu dile getirmesinin ardından Miçotakis'in de Senato'daki konuşması, ABD'nin ve dünyanın Türkiye karşıtı taleplerinin bir daha gündeme gelmesine neden oldu. Başkan Yardımcısı Haris ve Meclis Başkanı Pelosi'yle birlikte tüm senatörler bu kez Akdeniz'de yeni bir hareketin başladığını müjdeleyen bu konuşmayı dakikalarca ayakta alkışladılar.

Adaleti ve objektifliği ilke edinen kişilerin ve uluslararası kuruluşların sorması gereken sorular şunlardır: Neden Uluslararası toplum sadece Kıbrıs

Cumhuriyeti’ni (Yunanca konuşan kısım) tanıır ve Türk kısmı sadece Türkiye tarafından tanınır? Neden dünya adadaki Rumların haklarını savunurken Türkiye’nin adadaki Türklerin hakkını savunması işgalcilik olarak adlandırılıyor? Neden Rumlar Enosis’i desteklerken aynı yaklaşım Türklerde oluşursa dışlanıyor? Rumların neredeyse istediği her şey Annan Planı’nda vardı. Oyun onların tam istediği gibi olmadığı sürece bitmiyor. Doğru okunduğu taktirde Rumların AB’ye alınması “Enosis”i gerçekleştirdikleri anlamına geliyor. Kıbrıs’ı; Annan planıyla olmadı diye doğrudan, işlerini şansa bırakmadan AB yoluyla Yunanistan’a katmaya çalışıyorlar. Türkiye ve Kıbrıs bugün o yol ayırımındadır. Son adım ise adayı bir bütün haline sokarak Türkiye’nin elinden çıkarmaktır. Dolayısıyla AB’nin projesi bu yolda ilerletiliyor. Halbuki Türkiye Kıbrıs’ı tanımadığını söylemiyor. Üstelik müzakerelerin başlamasını ve sorunun çözülmesi için bir araya gelmesini hep destekliyor. Türkiye’nin isteği, kapsamlı bir çözüme ulaşılması için AB’nin, Yunanistan’ın ve Rumların güven verici ve daha cesurca adımlar atmasıdır.

Sonuç

Kıbrıs Adası taşıdığı stratejik önem nedeniyle yüzyıllar boyunca Dünya imparatorluklarının ilgi odağı olmuştur. Kıbrıs’ın bu hayati konumunu bilen bütün küresel güçler, dengeleri sağlamak için Kıbrıs üzerinde egemenlik kurmaya çalışmıştır. Ada, 1571’den 1878’e kadar Osmanlı devletinin bir parçası iken İngiliz idaresine girmesiyle birlikte, dünyanın diğer bölgelerinde olduğu gibi uluslararası bir sorun haline dönüşmüştür. Kıbrıs pek çok toplum gibi II. Dünya Savaşı öncesinde bağımsızlık savaşını kazanmış, ne var ki Rumlar boşatılmış bu adanın tek sahibi gibi davranmaya başlamıştır. Kıbrıs Rum Kesimi’nin tüm ada üzerinde egemenlik kurma arzusu ve Türkleri azınlık statüsünde tutma siyaseti, toplumlararası uyuşmazlığın da ana kaynağını oluşturmuştur. Ancak Türkiye için Kıbrıs, küresel ve bilhassa bölgesel bir aktör olabilmek için hayati bir konuma sahiptir. Garantör devlet olarak Türkiye’nin adaya girişi, Rumların hayallerini bozmuş, adanın statüsünü değiştirmiştir. 74 Barış Harekatı sonrası Kuzey Kıbrıslı Türkler 52 yıl sonra politik örgütlenmelerini tamamlamış ve kendi geleceklerini tayin etmek için 1983’te Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’ni kurmuşlardır. Ancak bu siyasi irade Türkiye dışındaki devletlerce tanınmamıştır.

Türkiye'nin AB adaylığı hep koşullu adaylık gibi bir statüde tutulmuş, 1959'dan beri AB kapısında bekletildiği halde Türkiye bu birlikten vazgeçmemiştir. Helsinki Doruğu'nda (1999), hiçbir eksiklik bırakılmadan 2004 yılına kadar Türkiye'nin Ege konulu sınır anlaşmazlıklarının ve ilgili diğer konuların görüşmeler yoluyla çözülmesi istenmiştir. Aksi takdirde bu sorunların uluslararası mahkemelere taşınacağı bildirilmiştir. Buna Kıbrıs meselesinin çözümü de dahildir.

Batı, Kıbrıs politikasında Türkiye karşıtı tavrını sergilediği sürece Güney Kıbrıs da aynı politik tavrı takip edecektir. Dolayısıyla Türkiye üzerinde var olan bu baskının bundan sonra da yoğunlaşarak devam edeceği görülmektedir. AB, Yunanistan'ı ve sonra Güney Kıbrıs'ı tüm adayı temsil edecek şekilde birliğe aldıktan sonra, birlik için Kıbrıs konusunu Türkiye'nin önüne bir ön koşul olarak koymuştur. Buradaki asıl amaç, Türkiye'ye hayır dedirterek birlikten uzak tutmaktır. Zaten Türkiye'nin Yunanistan ve Rumlarla yaşadığı anlaşmazlıkların temelinde de AB yatmaktadır.

Son olarak da yılların tecrübesi şunu gösteriyor ki, kendi teşkilatlarını kurmuş iki uluslu Kıbrıs Adası'nda tek devletli bir çözüm yolu aramak pek mantıklı değildir. Kıbrıs'ta 1960 yılı tek devlet tecrübesi de bunu göstermiştir. Dolayısıyla Avrupa Birliği'nin bu konuda aynı sonucu zorlamasına gerek yoktur. Yoksa bu konuda gerçekten art niyetli oldukları anlaşılır. Ne Kıbrıs konusunu acilen çözüme götürmeye ne de Türkiye'nin AB üyeliği meselesini bu kadar zorlamaya gerek vardır. Birliğe girmemesiyle Türkiye zayıf bir devlet olmayacaktır. Biz bu asıl maksadı anladıktan sonra Avrupa Türklere karşı ne denerse denesin, politik duruşumuzu koruduğumuz sürece doğru olanı yapacağımıza güvenebiliriz. Don Kişot'un dediği gibi: Köpeklerin havlaması doğru yolda olduğumuz anlamına gelir ve doğru yolda olmak her şeyden önemlidir.

KAYNAKÇA

- Akdemir, İ. O. ve Akengin, H. (2013), *Coğrafya Biliminin Tanımı, İlkeleri, Konusu, Bazı Temel Kavramları ve Öğretimi*, Genel Fiziki Coğrafya, ed. Hamza Akengin ve İskender Dölek, Pegem Akademi Yayınları, Ankara.
- Albayrak, M. (2004), *Türk Siyasi Tarihinde Demokrat Parti (1946-1960)*, Phoenix Yayınları, Ankara.
- Annan, Kofi A. (1999), “Two Concepts of Sovereignty”, *The Economist*, <https://www.economist.com/international/1999/09/16/two-concepts-of-sovereignty>, (Erişim Tarihi: 05.11.2021).
- Antoniadou, S. (2015), *CYPRUS: 10 000 years of history and civilisation*, Çev. Marina Christofidou, CYPRUS Tourism Organization.
- Artuç, İ. (1989), *Kıbrıs'ta Savaş ve Barış*, Kastaş Yayınları, İstanbul.
- Ataman, M. (2003), “Özalist Dış Politika: Aktif ve Rasyonel Bir Anlayış”, *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, (2) <https://dergipark.org.tr/pub/bilgisosyal/issue/29113/311468>, (Erişim Tarihi: 06.11.2021).
- Averoff-Tossizza, E. (1986), *Lost opportunities: The Cyprus question, 1950-1963*, Aristide D. Caratzas, New Rochelle, NY.
- Aydemir, Şevket S. (1999), *İkinci Adam 1950-1964*, Cilt III, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Balyemez, M. (2017), “İngiliz Yönetimi Döneminde Kıbrıs Türklerinin Siyasi Örgütlenmeleri (1923-1960)”, Ankara Üniversitesi, Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Ankara.
- Bozkurt, İ. (2011), “Kıbrıs Türk Halkı'nın var Oluş Savaşımı ve Devletleşme Süreci”, *2011'de Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti "Fırsatlar ve Tehditler"*, ed. Soyalp Tamerçelik, K.K.T.C. Cumhurbaşkanlığı Katkılarıyla, Ankara.
- Christou, J. (2015), “Britain ‘not seeking special role in Cyprus’”, *Cyprus Mail*, <https://cyprus-mail.com/2015/07/17/unprecedented-cooperation-on-security-issues/>, (Erişim Tarihi: 05.11.2021).
- Constandinos, A. (2009), *America, Britain and the Cyprus Crisis of 1974: Calculated Conspiracy Or Foreign Policy Failure?* Author House, Bloomington, Indiana.
- Çakmak, Z. (2008), “Kıbrıs'tan Anadolu'ya Türk Göçü (1878-1938)”, *Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, Erzurum, Cilt 14, Sayı 36, 201-223.
- Dedeçay, Servet S. (1981), *Kıbrıs'ta Türk İşçilerinin Sendika Kurma Faaliyetleri (1918- 1959)*, Lefkoşa Özel Türk Üniversitesi Yay., Lefkoşa.
- Doğu, Selçuk D. (2021), “Türk Dış Politikasında Karar Alma Mekanizmalarında Sahibin El Değiştirmesi ve Asker-Sivil Denklemine Kökleri”, *Dipam*, Sayı 7, Kasım, <https://dipam.org/wp-content/uploads/2021/11/Tu%CC%88rkDis%CC%A7PolitikasındaKararAlmaMekanizmalarındaSahibinElDeg%CC%86is%CC%A7tirmesi.pdf>, (Erişim Tarihi: 06.11.2021).
- Emerson, M. (2012), *Fishing for Gas and More in Cypriot Waters*, CEPS, https://www.iai.it/sites/default/files/GTE_PB_02.pdf, (Erişim Tarihi: 07.12.2021).

- Erem, O. (2016), “Beş soruda Şanghay İşbirliği Örgütü”, BBC, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-38051013>, (Erişim Tarihi: 05.11.2021).
- Ergin, M. (2011), *Orhun Abideleri*, Boğaziçi Yayınları, İstanbul.
- Eroğlu, H. (1975), *Kıbrıs Uyuşmazlığı ve Kıbrıs Barış Harekâtı*, Emel Matbaacılık, Ankara.
- Fanon, F. (1994), *Yeryüzünün Lanetlileri*, Çev. Şen Süer, Versus, İstanbul.
- Fırat, M. (1997), *1960-71 Arası Türk Dış Politikası ve Kıbrıs Sorunu*, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Gönlübol, M. (1977), *Olaylarla Türk Dış Politikası*, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, Ankara.
- Gürel, Şükrü S. (1984), *Kıbrıs Tarihi I (1878-1960)*, Kaynak Yayınları, İstanbul.
- Harding, L. (2020), “Turkish Cypriot leader warns Cyprus is facing permanent partition”, *The Guardian*, <https://www.theguardian.com/world/2020/feb/06/turkish-cypriot-leader-warns-cyprus-facing-permanent-partition-mustafa-akinci>, (Erişim Tarihi: 05.11.2021).
- Hasgüler, M. (2004), *Kriz Üçgeninde Türkiye*, ANKA Yayınları, İstanbul.
- Heacock, R. (2011), “The Framing of Empire: Cyprus and Cypriots through British Eyes, 1878-1960”, *The Cyprus Review*, ed. Rebecca Bryant, A Journal of Social, Economic and Political Issues Fall 2011, Vol. 23, No. 2. University of Nicosia, Nicosia.
- Holland, R. (1998), *Britain and the revolt in Cyprus, 1954-1959*, Clarendon Press, Oxford.
- Hyam, R. (2006), *Britain's declining empire: The road to decolonization, 1918-1968*, Cambridge University Press, Cambridge.
- İbn Haldun, *MUKADDİME I, II, III*, Şark- İslâm Klasikleri, MİLLÎ EĞİTİM BASIMEVİ, 1997.
- Kaya, A. (2013), *Avrupa Birliği Hakkında Merak Ettikleriniz*, Avrupa Birliği Enstitüsü, Hiperlink Yayınları, İstanbul.
- Kelling, G. H. (1990), *Countdown to rebellion: British policy in Cyprus, 1939-1955*, Greenwood Press, Westport.
- Kurat, Y. T. (1968), *Henry Layard'ın İstanbul Elçiliği 1877-1880*, Ankara Üniversitesi Yayınları, Ankara.
- Liljegren, H. (2006), *Tallinn'den Türkiye'ye Bir Diplomatin Anıları*, Çev. Ali Cevat Akkoyunlu, Merkez Kitapları, İstanbul, ss. 85-86.
- Mallinson, W (2010), *Cyprus: A Historical Overview*, Republic of Cyprus: Press and Information Office.
- Mayer, Franz C. ve Jan Palmovski, (2004), “European Identities and the EU – The Ties that Bind the Peoples of Europe”, *Journal of Common Market Studies*, Vol. 42, No. 3, ss. 573-598.
- “No one will be able to stand in the way of a great and powerful Turkey”, (30.08.2018), *Presidency of the Republic of Turkey*, <https://www.tccb.gov.tr/en/news/542/96315/-no-one-will-be-able-to-stand-in-the-way-of-a-great-and-powerful-turkey->, (Erişim Tarihi: 05.11.2021).
- Öymen, O. (2002), *Silahsız Savaş-Bir Mücadele Sanatı Olarak Diplomasi*, Remzi Kitabevi, İstanbul.

- Özarslan, B. B. (2007), *Uluslararası Hukuk Açısından Kıbrıs Sorunu ve Avrupa Birliğinin Yaklaşımı*, IQ Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul.
- Özersay, K. (2002), *Kıbrıs Sorunu Hukuksal Bir İnceleme*, 2. Baskı, Ankara.
- Pasha-Robinson, L. (2017), “Turkey will never become EU member, says Angela Merkel”, *Financial Times*, <https://www.ft.com/content/cf9f2566-90cc-11e7-a9e6-11d2f0ebb7f0>, (Erişim Tarihi: 05.11.2021).
- Pierre, O. Berling ve Fahir A. (1990), “Kıbrıs Faciası”, *Belleten*, Cilt LIV, Sayı 210, Türk Tarih Kurumu Yay.
- Sarınay, Y. (2000), *Osmanlı İdaresinde Kıbrıs (Nüfusu-Arazi Dağılımı ve Türk Vakıfları)*, T.C. Başbakanlık Yayınları, Ankara.
- Seha L. M. (1993), *Lozan Barış Konferansı: Tutanaklar- Belgeler*, Cilt II, Çev. YKY, İstanbul.
- Smith, H. (2015), “Divided Cyprus begins to build bridges”, *The Guardian*, <https://www.theguardian.com/world/2015/may/31/mustafa-ankinci-advocates-focus-future-for-splintered-cyprus>, (Erişim Tarihi: 05.11.2021).
- Sözen, A. ve Kudret Ö. (2007), “The Annan Plan: State Succession or Continuity”, *Middle Eastern Studies*, Vol. 43, No. 1, 125 – 141.
- Szabo, Stephen F. (2018), “Germany and Turkey: The Unavoidable Partnership”, *Foreign Policy*, NO. 14, Brookings Turkey Project, The Brookings Institution, Washington, https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2018/03/fp_20180323_germany_turkey.pdf, (Erişim Tarihi: 05.11.2021).
- Tanör, B. (1991), “Mondros Mütarekesi Döneminde Türklerin Kurduğu Geçici Hükümetler”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, Vol. 46, No.1, ss. 423- 431.
- Toluner, S. (1977), *Kıbrıs Uyuşmazlığı ve Milletlerarası Hukuk*, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Turan, Y. (2016), “Başbakan Davutoğlu BM Genel Sekreteri Ban ile görüştü”, <https://www.adaletbiz.com/gundem/basbakan-davutoglu-bm-genel-sekreteri-ban-ile-gorustu-h24461.html>, (Erişim Tarihi: 05.11.2021).
- “Türkiye’den KKTC’ye 10 yılda 9 milyar lira”, (2015), *Hürriyet*, <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/turkiyeden-kktcye-10-yilda-9-milyar-lira-28891001>, (Erişim Tarihi: 05.11.2021).
- Uçarol, R. (1978), *1878 Kıbrıs Sorunu ve Osmanlı- İngiliz Anlaşması, Ada’nın İngiltere’ye Devri*, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- Westmacott, Peter (2017), *Turkey’s European Journey: A Ringside View*, Atlantic Council, Washington.
- “What the World said After the Referanda”, (2004), <http://www.mfa.gov.tr/what-the-world-said-after-the-referanda.en.mfa>, (Erişim Tarihi: 05.11.2021).
- Wintle, M. (1996), “Cultural Identity in Europe: Shared Experience”, *Culture and Identity in Europe: Perceptions of Divergence and Unity in Past and Present*, ed. Michael Wintle, Ashgate Publishing Limited, Aldershot, ss. 9-29.
- Yalçınkaya Cerrahoğlu, Z. (1998), *BM Gözetiminde Kıbrıs Sorunu ile İlgili Olarak Yapılan Toplumlararası Görüşmeler (1968-1990)*, T.C. Kültür Bakanlığı, Ankara.
- Yurdusev, A. N. (2001), “Avrupa’yı Kurmak, Türkiye’yi İdare Etmek ve Tarihin İpoteginden Kurtulmak”, *Türkiye’nin Dış Politika Gündemi: Kimlik*,

- Demokrasi, Güvenlik*, ed. Şaban H. Çalış, İhsan D. Dağı ve Ramazan Gözen, Liberte Yayınları, Ankara, 161-183.
- Yüksel, Dilek Y. (2009), “Kıbrıs Türk Millî Mücadelesi (1914-1958)”, ÇTTAD, VIII/18-19, Bahar-Güz, ss.161-184.
- Yüzbaşıoğlu, N. (2019), “Kıbrıslı Türkler dışlanırken Guterres çerçevesinde masaya gelmemiz tehlikeli”, Anadolu Ajansı, <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/kibrisli-turkler-dislanirken-guterres-cercevesinde-masaya-gelmemiz-tehlikeli/1562893>, (Erişim Tarihi: 05.11.2021).

BÖLÜM 7

“JOSEPH THE PROPHET” FİLMİNDE MECAZÎ AŞKTAN HAKİKİ AŞKA GEÇİŞ

Dr. Mahmut KUTLU¹

¹ Bağımsız Araştırmacı, Kayseri/Türkiye mahmudsami3@hotmail.com Orcid: 0000-0002-5047-4234

GİRİŞ

Aşk insanın en fazla üzerinde durduğu konular arasındadır. Aşk ve marifet konusu tasavvufun ana konularından olup mutasavvıflar tarafından hakkında söz söylenmiş ve kitaplar yazılmıştır. Tasavvufta özellikle ilahi aşk konusu işlenmiş, insanları bu ilahi aşkla tanıştırmak mutasavvıfların önemli vazifeleri arasında olmuştur (Soysaldı, 1998, s. 187). Aşka dair söylenenlerin, özellikle aşk temalı felsefî ve mistik anlatıların, aşka odaklanan edebî kurguların çokluğu herkesçe bilinmektedir. Belki insanlık kendini aşta bulmuş ve aşkla tanışmıştır. Aşk kendi dışındaki her şeyden öte bir kisveyle kendini sunmuş, dolayısıyla aşkı bulmanın yolu yine aşktan geçmiştir. Bu yüzden olsa gerek, aşk bütün tanımlamaların, nitelemelerin ötesinde kendisine bir yer edinmiş; yine bu yüzden olsa gerek aşka dair söylenen bütün sözlerde hep bir eksiklik sezilmiştir. Hep başka bir şeyler daha olmalı denilmiş; hayalleri zorlayan, söze ve kalıba sığmayan bir yönü olmuştur aşkın. İnsanoğlunun şaşakaldığı ve hayrete düşüp hakikatle yüzleştiği bir yöndür bu. Burada insan hayret vadisi ile mârifet vâdisi arasında gidip gelmiştir (İrâkî, 2012, s. 7). Aşk kavuşmanın engellenmesi ile hikâyeye dönüşmüş (Tarhan, 2014), dünyayı gezmiş ve filmlere konu olmuştur.

Çalışma; aşkın uçsuz bucaksız deryasına dalıp, en güzel aşk hikâyelerinden biri olan, çoğu dinde ve kültürde bilinen en kıymetli aşk hikâyesini (Daşdemir, 2012), Züleyhâ'nın Yûsuf'a olan aşkını; “Joseph The Prophet” filmi örneğinde ele alarak incelemektedir. Dillerden dile dolaşan bu meşhur aşk hikâyesinde Züleyhâ, Yûsuf'a âşık olmuş, hayatı boyunca çektiği çileler sonunda ancak filmin sonunda sevdiğine kavuşmuştur.

Koncu (2007, s. 619), bu konuda yayımlanmış eserlerin genel itibariyle hikâyeden günümüze uyarlanarak bahsedildiğini aynı zamanda halk hikâyesine dönüşen şekillerde olduklarını tespit etmiştir. Araştırma nesnesi olarak incelenen filmde geçen olaylar genel anlamda kaynaklarla örtüşmekle birlikte kimi yerlerde konuyu somutlaştırmak adına görsel öğeler ve söylemlerle kurgulanmıştır. Yakub aleyhisselam ve Yûsuf aleyhisselam gibi dinî şahsiyetlerin görselleştirildiği filmde, aşk hikâyelerine ilham veren Yûsuf ve Züleyhâ kıssası anlatılmıştır. Günümüzde dizi filmler insanın hayatında başından geçen ve yaşanması muhtemel olaylar gibi birçok gerçekliğe işaret etmektedir. Somut anlamda toplumsal gerçeklikler kadar soyut konulara da değinmektedir. Çalışmanın evrenini dini içerikli dizi filmleri oluştururken

örneklemine ise “Joseph The Prophet” filmi oluşturmaktadır. Filmin araştırma nesnesi olarak seçilme nedeni insan doğasında var olan en önemli olgulardan biri olan aşk konusunu açıklayacak bir potansiyele sahip olmasıdır.

Filmde mecazî aşktan hakiki aşka geçen Züleyhâ, filmin asıl kahramanı olan Yûsuf peygamberden sonra en önemli karakterdir. Züleyhâ'nın kişiliği, söylemleri ve hayatı boyunca geçirdiği dönemler çalışmanın çatısını oluşturmaktadır. Filmde anlatılan hikâyeye asıl kaynaklardaki bilgilerin de referansı göz önüne alınarak yorumlanmıştır. Geniş seyirci kitlesine ulaşması neticesinde ülkemizde Yûsuf ve Züleyhâ kıssası çoğu insan tarafından duyulmuştur. Bazı kesimler tarafından zaten bilinen hikâyeye, ekranların gücüyle dünyanın birçok yerine ulaşmıştır. Kazandığı seyirci kitlesiyle ciddi bir öneme sahip olan dizi filmin içeriği de ciddi boyutta incelenmesi gereken tespitler taşımaktadır. Züleyhâ'nın Yûsuf'a âşık olması, aşkını elde edebilmek için her yolu deneyip her şeyi göze alması ve hakiki aşka ulaşmada geçirdiği dönemler Züleyhâ üzerinden tüm insanlara aşk konusunu ve bu yolculukta yaşanabilecek sıkıntıları anlatmaktadır. Yûsuf peygamberin bu konudaki tutumu da aynı şekilde aşkı, aşığı, bu konuda yapılan hataları, çekilebilecek çileleri ve gerçek aşka ulaşmanın yollarını gözler önüne sermektedir.

Her ne kadar dikkatler, filmde hikâyenin kilit karakteri olarak görülen Yûsuf peygambere odaklansa da, bu makalede konuya yeni bir bakış açısı kazandırmak ve genel olarak aşk konusunu biraz daha açıklayabilmek adına Züleyhâ'nın aşkı ve geçirdiği dönemler üzerinde durulmaktadır. Çalışma dini filmleri konu edinen sınırlı sayıdaki çalışmadan biri olması ve insanın hayatı boyunca başına gelebilecek olaylara dikkat çekmesi bakımından önem arz etmektedir. Araştırmanın amacı insanın doğasında yer alan mecazî aşktan hakiki aşka nasıl geçildiğini dizi film üzerinden araştırıp ortaya koymaktır. Araştırmada film incelemelerine uygun olması nedeniyle veri toplama yöntemlerinden anlatı analizi yöntemi tercih edilmiştir. Analizler sonucunda filmin aşk temasını mecazî aşk ve hakiki aşk olarak detaylı bir şekilde işlediği, izleyiciye başarılı bir şekilde aktardığı, mecazî aşkın kişiyi ilahi aşka götürebilecek bir basamak veya köprü niteliğinde olabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

1.Mecazî Aşk ve İlahi Aşk

Aşk, sevginin taşması, muhabbetin artmasıdır. Ezelde takdir edilen bir tanışmadır (Dinç, 2022, ss. 4-6). İnsanın sevme kapasitesinin doruk noktası olan aşk; güçlü bir cazibe, sevdiği kişi ile birlikte bulunma arzusu, önemsenmenin verdiği tarifsiz haz, değer verilmenin hissettirdiği engin mutluluk, başka bir varlığa duyulan derin bağ sebebiyle hissedilen sonsuz huzur, teselli ve güvendir (Tarhan, 2014). Sevme duygusu insanın en ayırt edici özellikleri arasındadır. Sevginin en ileri sınırı aşkı ifade etmektedir. Bu özellik insana yaratan tarafından verilmiş has bir duygudur. Önemli olan bu Allah vergisi duyguyu yerli yerince kullanmaktır (Soysaldı, 1998, s. 187). Çalışmada “mecazî aşk” kavramıyla ele alınan konu literatürde “mecazî aşk”, “beşeri aşk” ve “insani aşk” gibi ifadelerle anılırken, “ilahi aşk” ise “hakiki aşk” ve “gerçek aşk” kavramlarıyla anılmaktadır. Anlam itibariyle bunların hepsi aynı noktaya işaret etmektedir.

Mecazî aşk, fanilere yani insanlara gönül bağlamaktır. Hakiki aşk ise, Allah’ı sevmektir. Bazen mecazî aşk, hakiki aşka vesile olmaktadır (Eraydın, 1997). Mecâzî aşkta (apparent love), sûretlerin aşkından hakiki aşk (real love) olan Allah aşkına doğru giden bir mertebe vardır. Aşkın en düşük sûreti, ilâhî aşk için bir merdiven olabilir; aslında bu durum çoğunlukla böyledir (İrâkî, 2012, s. 15). Bu konunun en çarpıcı örneği, Fars edebiyatının büyük şairi, aslen Türk olan Gencevi Nizâmî tarafından ilk defa bir eser olarak ele alınan Leylâ ile Mecnun hikâyesidir. Mecnun, Leylâ’ya olan sevgisinden deli olup çöllere düşmüştür. Sonunda Leylâ ve Mecnun buluşmuştur. Leylâ, Mecnun’a kendini tanıttince “Sen Leylâ isen bu gönlümdeki sevgili kim, gönlümdeki Leylâ isen ya sen kimsin? cevabını vererek Leylâ’yı tanımamıştır. Mecnun’daki Leylâ aşkı Mevla aşkı olmuştur. İnsani aşk ilahi aşka dönüşmüştür. Yine Genceli Nizâmî gibi Gülşehrî 1317 yılında yazdığı, “Mantıku’t Tayr” adındaki Türkçe eserinde bu aşka yer vermiştir. Beşeri aşkı ilahi aşka götürücü olarak göstermiştir. Gülşehrî hikâyeyi “Mantıku’t Tayr” içinde yer alan “Dâsitân-ı Leylâ vü Mecnun” başlığı altında 78 beyitte anlatmıştır. Hikâyenin sonuna doğru Leylâ Mecnun’u görmek için yollara düşmüştür. Mecnun’un yanına varınca selam vermiş ve Leylâ’nın kendisi olduğu söylemiştir. Mecnun selamı alsa da Leylâ’yı tanımamış, sonra da; “Sen Leylâ isen benim gönlümdeki kim? Leylâ nasıl iki olabilir. Mecnun yüz kişi de olsa buna şaşılmaz, ancak sevgilinin iki olması büyük hatadır. Bu olmaz, sen et, kemik ve kandan ibaretsin. Geçicisin,

benim sevgilim ise sonsuzdur. Gönlümde böyle bir Leylâ var” demiştir. Artık Mecnun’un Leylâ’sı Mevla olmuştur (Yavuz, 2005, ss. 59-60).

Aşk ateşi, rahat uyumamak, gözlerden kan gibi yaşlar dökmek (Erbilî, 1991, s. 155), ayrılık acısı, firak, hicran ve özlem, aşkla birlikte anılan ızdıraplardır (Tarhan, 2014). Asıl ismi Kays olan, aşk hikâyelerinde âşğın sembolize edildiği karakter Mecnun (Özkul, 2019, s. 629) yaratılışı itibariyle karşı cinsi olan Leylâ’ya âşık olmuş fakat Leylâ’ya kavuşamamıştır. Uzun yıllar boyunca çektiği çileler ve gözyaşları ile sonunda Leylâ’yı unutup gerçek sevgili olan yaratana bulmuştur. Kalbindeki Leylâ sevgisi bir başka deyişle insan sevgisi Allah sevgisine dönüşmüştür. İlahi aşkı elde eden Mecnun, Leylâ’yı gördüğü zaman artık ona iltifat etmemiş onu görmezden gelmiştir. Böylelikle kalbinde sadece bir tek sevgili kaldığını göstermiştir. İkilikten vazgeçip birliğe ulaşan Mecnun, Yûsuf ve Züleyhâ kıssası dâhil olmak üzere, tüm aşk hikâyelerini anlamada bir nevi model teşkil etmiştir. İnsanın kendisi gibi ölümlü olan başka bir insanı sevmesi ve gönlünü ona vermesi mecazî aşkı anlatırken, hiç ölmeyen kendisini yaratana sevmesi ilahi aşkı göstermektedir. Bu ikiliğin ortadan kaldırılması ancak mecazî aşktan ilahi aşka geçişle mümkün görünmektedir. Anadolu Selçuklu devletinin yıkılışı sonrasında yaşadığı tahmin edilen Anadolu’da Türkçe şiirin öncüsü bir şair ve mutasavvıf aynı zamanda sevgi ve aşk kahramanı olan Yunus Emre (Bozkurt vd., 2011, s. 15), bu hakikati şu sözleriyle anlatmıştır (Emre, 2018, s. 24):

İkilikten usandım birlik hânına kandım
Derd-i şarâbın içtim dermanım yağma olsun

Yunus Emre’nin yanı sıra Mesnevi eserinde Mevlâna Celaleddin-i Rumî, Garib-nâme eserinde Âşık Paşa, Molla Câmî ve Fuzûlî gibi ünlü düşünürler de aynı şekilde aşk konusunu ele almışlardır (Yavuz, 2005, ss. 60-62). Sonuç olarak hepsinin vurgulamak istediği nokta mecazî aşkın gerçek aşka dönüşmesi gerekliliğidir. Hakiki aşka dönüşmeyen bir sevgi, sahibinin gönlünde gereksiz yere taşınan bir yük olacaktır.

2. Yûsuf ve Züleyhâ Kıssası

Türk ve Fars edebiyatları yanında Keşmir, Afgan, Pakistan ve Urdu edebiyatlarında da (Shackle, 1995, s. 177) Yûsuf ve Züleyhâ, Kıssa-i Yûsuf,

Yûsuf u Züleyhâ, Yûsuf ile Zelihâ gibi adlar altında mesnevi şeklinde kaleme alınan (Koncu, 2013, ss. 38-40), aslı bir İbranî menkıbesi (hikayesi) olan bu kıssa önce Tevrat'ta Tekvin bölümünde (Şanlı, 2010, s. 1331), sonra da Kur'ân-ı Kerîm'de "ahsenü'l-kasas" (kıssaların en güzeli) olarak Yûsuf sûresinde anlatılmıştır (Karaman vd., 2004). Ayrılık, vuslat, kaçış, taltif, azarlamak, aşk, maşuk, heyecanlı hadiseler, nice incelikler ve güzellikler bu sûrede mevcuttur (Ramazanoğlu, 2015, ss. 10-11). Diğer peygamber kıssaları farklı sûrelerde yer alırken, Hazreti Yûsuf'un kıssası, tarihi bir sıra içerisinde ve tafsilatlı olarak sadece Yûsuf sûresinde yer almaktadır. Bu sûre, Mekke'de nazil olmuştur. 111 ayettir (Yenibaş, 2012, s. 253). Aşk şiirlerine ilham veren bu sûre, semavi sûrelerin en sınımsız örneği (Merguerian & Najmabadi, 1997, s. 485) sûrelerinden biridir (Mursyid & Amalia, 2016, s. 100). Kutsal kitaplarda geçen bu hikâye zamanla Yahudi, Arap ve Süryani geleneği rivayetleriyle genişletilip mesnevi tarzına getirilmiştir (Grünbaum, 1889).

İçerdiği öğeler bakımından eski Türk edebiyatında önemli bir kıssa olan Yûsuf ve Züleyhâ hikâyesi XIII. yüzyıldan itibaren şairler arasında hayli rağbet görmüş, XIX. yüzyıla kadar yazılmaya devam etmiştir. Kıssanın kahramanlarıyla başlarından geçenler divanlardaki manzumelerde de telmih yoluyla sıkça anılmış, kıssadan esinlenerek hayaller geliştirilmiş ve bunlar en güzel ifadelerle ortaya konmuştur. Eski Türk edebiyatındaki mesneviler içinde konuyu kendi çağının sosyal yaşamıyla örtüşecek biçimde anlatan şairler oldukça fazladır. Yûsuf'un kuyuya atılması, Ya'kub peygamberin sabrı, Züleyhâ'nın tutkulu aşkı ve Yûsuf'un Allah'a tevekkülü hikâyedeki ana temalardır (Koncu, 2013, ss. 38-40). Hikâye olunur ki Züleyhâ kadınların en güzellerinden olup Mağrib sultanı Taymus'un kızıdır (Ramazanoğlu, 2015, s. 55). Yûsuf bir güzel çocuk, Züleyhâ bir güzel genç kızdır. Biri Ken'an'ın Yûsuf'u, Mısır'a yazgılı, biri Mısır'ın Züleyhâ'sı, Ken'an'da yazgısı (Bekiroğlu, 2006, s. 59). Hem Yûsuf peygamber hem de Züleyhâ'nın güzelliğinin vurgulandığı bir beyit şudur (Erbilî, 1991, ss. 148-149):

Eylemez Mecnun gibi Leylâ'yı hülya gönlümüz
Ol Zelihâ-yı zamana düştü şeydâ gönlümüz
Yûsuf-ı hüsnünle ser-mest olduğum günden beri
Oldu bir Mısır-ı mahabbet seng-i hârâ gönlümüz

(Gönlüm Mecnun gibi Leyla'yı düşünmez. Deli gönlüm zamanın Zeliha'sına düştü. Yûsuf peygambere benzeyen güzelliğinle sarhoş olduğum gündün beri, mermer gibi sert olan gönlüm, bir sevgi ülkesine dönüştü). Develi'li Âşık Seyrânî de Züleyhâ'nın Kenanlı Yûsuf'un aşkına düştüğünü, yanıp tutuştuğunu, aşk acısı çektiğini hatırlatmaktadır. Yalnız, Yûsuf ile Züleyhâ hikâyesinde aşk, alışılmışın tersine önce kadın kahramanı yani Züleyhâ'yı etkisi altına almaktadır. Züleyhâ hikâyede, Mecnun'un karakterine bürünürken Yûsuf, sürekli çekimser ve nazlanan taraf olmuştur. Bu bağlamda aşk boyutunda bir rol değişimi söz konusudur. Âşık Züleyhâ iken maşuk (âşık olunan) Yûsuf olmuştur (Türkan, 2019, s. 51). Yûsuf ve Züleyhâ konusunu işleyen eserlerin birçoğunun yazarı belli iken, yazarı bilinmeyen Yûsuf u Züleyhâ olarak kütüphane kayıtlarına geçen azımsanmayacak sayıda eser mevcuttur (Karakaya, 2012, s. 132). Kur'an ayetlerinden ve müfessirlerin rivayetlerinden hareketle kaleme alınan Yûsuf ve Züleyhâ mesnevisi şu şekilde özetlenebilir: Ken'an şehrinde yaşayan Hz. Ya'kub'un on iki oğlu vardır. Bunların küçük kardeşleri Yûsuf bir gece rüyasında on bir yıldız ile ayın ve güneşin kendisine secde ettiğini görür. Rüyasını anlatınca babası kardeşlerine bundan söz etmemesini tembih eder, çünkü kardeşleri Yûsuf'u kıskanmaktadırlar. Kardeşleri onu bir gün kıra çıkarıp eğlendirme bahanesiyle babalarından alarak kuyuya atarlar ve gömleğini kana bulayarak dönüşte babalarına Yûsuf'un kurt tarafından parçalandığını söylerler. Bir kervan kuyunun yakınında konaklar, kervandakiler Yûsuf'u kuyudan çıkarır, onu yanlarına alarak Mısır'da köle diye satılığa çıkarırlar. Güzelliği bütün şehre yayılan Yûsuf'u Mısır Azizinin karısı Züleyhâ satın alır, ergenlik yaşına gelince de ona âşık olur. Yûsuf ise Allah korkusuyla ona karşılık vermez (Koncu, 2013, ss. 38-40). Yûsuf (a.s.) Kur'an-ı Kerim'de adı geçen peygamberlerden birisi olup, Ya'kub peygamberin oğludur. Soyu Hz. İbrahim'e dayanmaktadır (Döndüren, 1995). Ya'kub aleyhisselamın evladının en güzeldir (Ramazanoğlu, 2015, s. 10). Kur'an'da Yûsuf sûresinde Mısır Azizinin eşi ve Yûsuf'a âşık olan kadın olarak yer almasına rağmen Züleyhâ'nın (Zelîhâ) adı geçmemektedir. Yahudi literatüründe (Yashar wa-Yesheb) Züleyhâ diye anılmaktadır. Farsça ve Türkçe mesnevilerde Zelîha olarak ta rastlanılmaktadır (Öztürk, 2013, ss. 552-553). Bu çalışmada filmde geçtiği üzere "Züleyhâ" ismi kullanılmaktadır.

3. “Joseph The Prophet” Filmi

Türkçe adı: HAZRETİ YUSUF, “JOSEPH THE PROPHET” olan filmdeki hikâye temelde Müslümanların gözünden Hz. Yusuf’un hayatındaki en önemli olayları anlatmaktadır. Film, 2008 yapımı, yönetmenliğini ve senaristliğini Faracullah Selahşur’un üstlendiği, başrolleri İranlı aktörler Mustafa Zamani, Katayun Riahi ve Mahmud Pak Niat’ın oynadığı, yapımını “CIMA Film Center”ın üstlendiği, dram, tarihi ve dinî türdeki televizyon dizisidir. Dizide, İbrani din büyüğü ve peygamberi olan Yûsuf’un hayatı ele alınmıştır. İran televizyonlarında 3 sezon boyunca “IRIB TV1” kanalında yayınlanan, bütün zamanlara her zaman anlatacak bir içeriği olan bu dizi film, Türkiye’de “Kanal 7” ekranlarında izleyicilerle buluşmuştur (Kanal 7, 2008).

4. Metodoloji

Çalışmada televizyon ekranlarında yayınlandığı tarihten itibaren popüler bir konuma yükselen, 2022 yılına gelindiğinde bazı televizyon kanallarında hala yayınlanan “Joseph The Prophet” filmi incelenmektedir. Dini konuların ekranlardaki görünümü ve bunların anlatı özellikleri üzerine yoğunlaşan çalışmanın temel amacı mecazî aşktan hakiki aşka geçiş serüvenini bir dizi filmi üzerinden araştırıp ortaya koymaktır. Gerçek hayatta var olan aşk olgusunun ekranlarda hikâye formunda anlatılması; izleyicilere verdiği mesajlarla geçici duygular ile gerçek aşkın ayırt edilmesinin bir öğreti niteliğinde sunulması, konunun araştırılmasını gerekli kılmaktadır.

Ekranlarda son yıllarda gittikçe yaygınlaşan dini yapımlar çalışmanın evrenini oluştururken, hayatın içinden gerçek bir hikâyeyi barındırması nedeniyle “Joseph The Prophet” dizi filmi çalışmanın örneğini oluşturmaktadır. Nitel araştırmalar için örneklem belirlenmesi, araştırmanın geçerlik ve güvenilirliğini etkilediğinden oldukça önem arz etmektedir (Mertens, 2019). Araştırma nesnesi olarak seçilen dizi film, en temelde aşk konusunu detaylı bir şekilde işlemekle, geniş bir yelpazeye sahip olan konunun önemli bir ölçeğini yansıtmaktadır. Konu bağlamında hayatın içinden birçok kesiti yansıtmaya potansiyeline sahip olan filmin ekranlarda yayınlanan 45 bölümü anlatı analizi (Narrative Analysis) yöntemiyle incelenmiştir. Hikâyelerin içsel yapılarını ve bileşenlerini araştırmada etkili bir yöntem olarak kullanılan anlatı analizi üç tip nesneyi ele alıp incelemektedir; anlatılan olayların doğası, kişilerin olayları kavrayışı ve olayların anlaşılmasına ilişkin söylemler

(Edwards, 1997, s. 271). Anlatıcılar bir hikâye anlattıklarında, bu deneyime 'anlatı biçimi' vererek konuyu anlamlandırmakta ve bu deneyimde konuyu anlamlandırmak için araçlar kullanmaktadırlar. Anlatıcılar başkalarına anlam ifade etmek için bu anlatı araçlarını kullanmaktadırlar (Bamberg, 2012, s. 3). Bu çalışmada araştırma nesnesi, anlatı araçlarından biri olarak nitelendirilebilecek dizi filmidir.

En sık rastlanan ve her yerde bulunan söylem biçimlerinden biri olan (Cortazzi, 1994, s. 157) ve genellikle hikâye formatında sunulan içerikleri araştıran anlatı analizi (Riessman, 1993); biyografi, otobiyografi, yaşam tarihi, sözlü tarih, otoetnografi, yaşam anlatısı ve hikâye anlatımı ile çok disiplinli kullanımı yansıtmaktadır (Earthy & Cronin, 2008). Sosyolojik bilgilerle dolu olan anlatı metinlerini (Franzosi, 1998, s. 517) ve insanların hayatlarını anlatan hikâyeleri bütünsel olarak inceleyen ve yorumlayan bir araç olan bu yöntemde hikâyede yer alan kültürel olay örgüsü çizgileri ile ana anlatılar bağlamında anlatı temalarının belirlenmesi gerekmektedir (Benwell & Stokoe, 2006). Filmde geçen konunun açıklığa kavuşturulması adına Züleyhâ karakterinin hayatı boyunca başından geçen olaylar üç dönem halinde incelenmiştir. Bu dönemler: mecazî aşk dönemi, geçiş dönemi ve gerçek aşka kavuştuğu hakiki aşk dönemidir. Alan taraması yapıldığında: litaretürde “Joseph The Prophet” filmini konu edinen herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu noktada ilk araştırma özelliği taşıyan çalışma, filmde geçen öğelerin asıl kaynaklarla ilişkilendirilip çözümlenmesi bakımından ve ayrıca dini literatürde yer alan mecazî aşk ve hakiki aşk kavramlarını incelemesi bakımından önem arz etmektedir.

5. Araştırma Bulguları ve Analiz

Araştırma nesnesi olarak seçilen “Joseph The Prophet” filminde Züleyhâ karakterinin geçirdiği dönemler detaylı bir şekilde aşağıda incelenmiştir. Elde edilen bulgular çalışmanın amacı doğrultusunda yorumlanmıştır.

5.1. Meczâî Aşk Dönemi

Filmde Züleyhâ'nın geçirdiği ilk dönem mecazî aşk dönemidir. Bu dönemde henüz Yûsuf'u görmeden O'na âşık olmuş ve O'na ulaşmak için her yolu denemiştir. Aşk hep aranır ve hiç umulmadık bir anda onunla karşılaşılır (İrâkî, 2012, s. 7). Züleyhâ bir gece rüyasında olabildiği kadar güzellik sahibi

bir genç görür. Ona kim olduğunu sorar. O da: “Ben Mısır Aziziyim” der. Züleyhâ uyanınca rüyasında gördüğü gence âşık olur. Hali değişir. Fakat uzun zaman bu halini insanlardan gizli tutar. Bir müddet sonra evinde hizmet eden köle ve cariyeler onda bir değişiklik olduğunu hissederler. Bazıları nazar değmesi, bazıları sihir ve büyüye tutulmak, bazıları da bu aşk halidir derler. Uzun araştırmalardan sonra onun âşık olduğunu anlarlar fakat kime âşık olduğunu öğrenemezler. Komşu memleketlerin melikleri onu isteseler de Züleyhâ Mısır Azizinden başka hepsini reddeder. Babası da onu kıymetli mallar, muhafızlar, sayısız köle ve cariyelerle Mısır’a gönderir. Aziz (vezir) de onu kendi şanına yakışacak şekilde birçok ziynetle karşılar. Fakat Züleyhâ Mısır Azizini görünce, rüyasında gördüğü gencin o olmadığını anlayıp ağlamaya başlar. Hasret ve firkatiyle dövünmeye başlar. Hatiften (gizliden) bir ses işitir: “Mahzun olma ey Züleyhâ! Aradığın bunun vasıtasıyla gerçekleşecektir” (Ramazanoğlu, 2015, ss. 55-56). Bu rüyayı üç kere gören ve aşkıdan deli divaneye dönüp kan ağlayan Züleyhâ (Hamdi, 1991, ss. 208-211), bu sözleri işitince sevincinden secdeye kapanır. Kişinin gördüğü rüyalarla manevî hayatı arasında bağlantı kurulmuştur (Yılmaz, 2004, s. 321). Eski çağlarda rüyaların Tanrı ile haberleşmenin, ondan gelecek bir işaret ya da geleceğe dair bilginin yolu olduğu düşünülmüştür (Kiraz, 2016, s. 982).

Yıllar sonra kocası, Yûsuf’u köle olarak eve getirince Züleyhâ onun rüyada gördüğü genç olduğunu anlar ve onu elde etmenin yollarını arar. Filmde evlatlık olarak saraya getirilen Yûsuf, Züleyhâ’nın beklediği gençtir. Yûsuf, Züleyhâ’nın sarayının bahçesinde ibadetini devam eder. Yûsuf erkekliğin kemaline, buluş çağına erişince Züleyhâ ona nefsinin (bedenini) teklif eder. Yûsuf ondan bahçeye kaçır. Yûsuf, Züleyhâ’yı reddedince Züleyhâ’nın rengi değişir, benzi sararır (Ramazanoğlu, 2015, ss. 56-57). Filmde Yûsuf’un gençliği, Züleyhâ’nın O’na âşık olduğu günlerdeki profili aşağıda gösterilmektedir.



Görsel 1. Yûsuf'un Gençlik Yılları (Kanal 7, 2008)

Filmde Züleyhâ, her durumda Yûsuf'a yaklaşmak için fırsat bekler lakin o hep kaçar, Züleyhâ'ya hiç yüz vermez. Züleyhâ Yûsuf'u kendi evine aldıktan sonra sıkıntısı bitmiş, kavuşma ümidi doğmuş ve vuslat anı gelmiş gibi görünmektedir fakat Yûsuf'un kaçışı ve zindanla sonuçlanan ayrılık tekrar ön sıraya oturmuştur (İçli, 2009, s. 194). Âşık olanlarda görülen kalp çarpıntısı, heyecandan bir şey yiyememe, uykuların kaçması gibi durumlar (Tarhan, 2014) Züleyhâ'da görülmeye başlanmıştır. Filmin birçok sahnesinde Züleyhâ'nın aşkı gittikçe alevlense de Yûsuf'tan aşkına karşılık alamamıştır. Çünkü her hareketi şehvet eseriyle gerçekleşmektedir. Karşılıklı aşk ancak filmin sonunda Züleyhâ'nın Müslüman olmasıyla gerçekleşmiştir (Alay, 2011, s. 170). Şehveti aşkla karıştırmak mümkündür. Çünkü aşk bir yönelme halidir. Bu yönelişin fiziksel çekimle de kuvvetli bir bağı vardır. Gerçek aşk kalbin maşuka, yani sevilene yönelişidir. Ariflere göre karşı cinse yönelen kalp değil de nefis ise onun adı aşk değil heves ya da "hevâ"dır. Kişi yakışıklı ya da güzel bulunduğu birine, kaşını gözünü beğendiği, cazip ya da karizmatik gördüğü birine meyledebilir. Ama her meyledişi aşk olarak tanımlamak mümkün değildir. O yüzden aşkın kalbe çıkması ve orada kök salmasını beklemek, onu sınamak, tartmak, zamana dayanıklılığını ölçmek gerekmektedir (Tarhan, 2014). Bu konuda Mevlânâ der ki (Antoloji, 2002): "Şehvetin adını aşk koydular, eğer şehvet aşk olsaydı, eşekler aşkın şahı olurdu".

Filmde Züleyhâ, çoğunlukla ne yapacağını bilmez bir halde koşturmaktadır. Âşığın duyguları ilk başta karmakarışıktır. Bu karışıklıkta heves, arzu, yöneliş, çekim ve şehvet vardır. Hatta öfke, korku, şaşkınlık, panik de dâhildir bu hale. Kalbin yönelişi ile nefsin yönelişi bu aşamada birbirinden ayırt edilmemektedir. Mevlânâ'nın dediği gibi şehveti aşkla karıştırmak

mümkündür. Kişi bu karışık duyguları maden ocağında işler gibi işler. Altın madenden çıktığında karışık, katışık ve bulaşıktır. Saf altını ortaya çıkarmak için onu arındırmak gerekmektedir. Bu yüzden âşık bin bir türlü sınava tabi tutulur. Aşk dediği gerçek ve kalıcı bir duygu mudur? Halis bir cevher midir? Yoksa bir hevesten ibaret midir? Ortaya çıkması istenir. Hevesle gerçek aşkı ayırt etmek için, içinde hüznün ve acı olan bir işlemeye ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak böyle bir süreç gerçek aşkı ortaya çıkarmaktadır. Hangi duygu kişide sürdürülebilir tatmin duygusu sağlıyorsa işte gerçek aşk odur (Tarhan, 2014). Bu konuda sonlunun sonsuza dokunuşu ya da gelip geçici duyuların âşık olduğunu söyleyende dizginsizce dışavuruşundan ibâret olup olmadığı önemlidir (İrâkî, 2012, s. 7). Züleyhâ acı ve hüznün dolu yıllarda sadakatini göstererek bu sınavı geçer. Yûsuf'a olan sevgisi azalmaz. Yûsuf'u bir an olsun unutmaz. Hakiki âşık olduğunu ispat eder. Bu da onu ilahi aşk dönemine geçiren en önemli etken olur. Aşağıdaki sahnede görüleceği üzere uzun yıllar sonra karşılaştıklarında Züleyhâ yaşlanmış, beli bükülmüş, gözleri görmeyen bir kadındır. Aşkın ve gönlündeki feyzin şahidi olan vücudunun zayıflığı ile (Erbilî, 1991, s. 134) dizi filmde aralarında geçen diyalog şudur: – “Bu sen misin Züleyhâ?” – “Bir zamanlar bendim ama şimdi bütünüyle sensin, arada bir Züleyhâ bir yok”. – “Onca servetime ne olduğunu sormayacak mısın?”. – “Biliyorum hepsi Yûsuf'un yolunda harcandı”. – “O ihtişamlı hayatıma ne olduğunu sormayacak mısın?”. – “İşittim ki hepsini benim yolumda feda etmişsin”. – “O güzelliğin, o çekiciliğin nasıl kaybolduğunu bana sormayacak mısın?”. – “Aşk acısı can yakıcı ve beden eriticidir”.



Görsel 2. Yûsuf ile Züleyhâ'nın Karşılaştıkları Sahne (Kanal 7, 2008)

Aşk ruhta yaşanırken bedeni vasıta olarak kullanır. Nefis ister, kalp sever, akıl değerlendirir, bilinç tanımlar ve ruh bağlanır (Tarhan, 2014).

Züleyhâ, mecazî aşk döneminde her gün sararıp solmaya başlar. Filmde “Karımama” karakteriyle gösterilen yardımcısı, ne olduğunu sorunca o da Yûsuf’a âşık olduğunu, aşkından duramayıp kendisinden derdine bir çare bulmasını ister. Yardımcısı, Züleyhâ’ya Yûsuf için hususi bir ev hazırlayıp, onu olabildiği kadar kıymetli ziynetlerle süslemesini ve Yûsuf ile baş başa kalıp muradına erişmesini tavsiye eder. Hizmetçi odayı süsledikten sonra Züleyhâ, kocası olan Azizî davet eder. Azizî odayı görünce, görülmemiş bir şekilde süslenen bu odaya hayret eder, Züleyhâ’ya derki: Bu odaya “Sürur (neşe ve mutluluk) evi” adını koy (Ramazanoğlu, 2015, s. 57). Yûsuf’un güzelliğinden etkilenen Züleyhâ, Azizî çıkıp gittikten sonra kapıları kapatarak Yûsuf’u mahremine yani yatağına davet eder (Döndüren, 1995). Filmde kapıları hizmetçisi kapatır. Kapıları sınıksız kapatmasının sebebi yapılan işin haram olması ve içinde çok büyük bir korku barındırmasından dolayıdır (Er-Râzi, 1988). Yûsuf sûresi 53.ayette geçtiği üzere “şiddetle kötülüğü emreden nefsin” (nefs-i emmare) kötülüğün kaynağı olarak (Dinçer, 2021, s. 254), insanın bedenine yerleşen bir mahal olduğu (Kuşeyri, 2013) düşünülmektedir. Nefis bedeni yönetmesi bakımından ona karşı doğal bir eğilim içinde olduğundan bedenle ilişkisini büsbütün kesmemektedir (Türker, 2006, ss. 529-531). Nefs-i emmare’nin kötü arzularına uyan insanlar nefsin elinde esir olup, kendilerinden çıkan çirkin fiilleri de güzel görmektedirler (Şemsüddin, 1979, s. 153). Züleyhâ’nın filmde gösterilen mecazî aşk dönemindeki hal ve hareketleri nefis kavramını özetlemektedir. Çünkü Züleyhâ bu dönemde sadece cismani hazlarını elde etmenin peşinde koşmaktadır. Yûsuf ise "nefs-i mutmainne" (sükûnete ermiş ve durulmuş nefis) halinde olduğundan dolayı nefisine hâkim olup, onu kontrol altında tutmaktadır. İnsanın şehvet ve öfke duyguları kontrol altında tutulup zayıflatılırsa, ilahi nurlar ve kutsî âlemden nefis cevherine gelen ilahi ışıklar da artar (Er-Râzi, 1988). Beyzavi’nin izahı ile: insanların maruz kaldıkları fenalık ve kötülüklerin hepsi gazap (öfke) ve şehvet kuvvetlerinin eseriyle yaşanmaktadır (Ramazanoğlu, 2020, s. 120). Filmin önemli sahnelerinde görülen Yûsuf’u zindana attırması, ellerini kesen kadınlar ve yaşanan diğer tüm hadiselerde Züleyhâ’nın öfkesi ve şehveti görülmektedir. Filmde geçen hikâyede Züleyhâ ancak ilahi aşk döneminde Yûsuf gibi bu sıfatı elde ederek nefsinin aşırılığından ve kötülüklerinden kurtulmuştur.



Görsel 3. Züleyhâ'nın Yûsuf'u Davet Ettiği Yedi Odalı Ev (Kanal 7, 2008)

Yûsuf'u yedi odalı eve davet eden Züleyhâ, beyaz tenli güzel bir kadındır. İki gözü arasında parlayan bir beni vardır. Ogün ziynetleri üzerine bir kat daha süslenmiş, saçlarını dört bölük taramış, ayrıca inci ve yakutla süslenmiş, gerdanlıkları da boynundan göğsüne doğru sarkmaktadır. Yûsuf'u aldatıp birinci odaya getirir, kapıyı sımsıkı kapatır. Olanca hilelerini kullanarak Yûsuf'u kendine davet eder. Yûsuf iltifat etmeyince bitişiğindeki ikinci odaya getirir, yine kapıyı sımsıkı kapatır. Yûsuf yine iltifat etmez. Onu bütün çabasıyla üzerinden savar. Yedinci odaya varıncaya kadar bu durum aynı şekilde devam eder. Yûsuf yine iltifat etmeyip isteğini yerine getirmez. Züleyhâ, Yûsuf'a "işte bu süslü odayı senin için hazırladım" der. Yûsuf: "Ey Züleyhâ! Sen beni harama davet ediyorsun. Yakup evladı ise bu fiili işlemez. Sen bana zillet ve hüznün elbisesi giydirmek istiyorsun. Ey Züleyhâ! Sürur evi diye isimlendirdiğin bu evin hüznün ve feryatlar evi ve cehennem bir köşesi olmasından korkuyorum" der. Züleyhâ: "Gözlerim senin muhabbetinle sarhoştur. Ne olur gözlerini yerden kaldır da güzelliğime bir bak!". Yûsuf: "Sahibin (kocan) güzelliğine herkesten fazla layıktır" der (Ramazanoğlu, 2015, ss. 57-59). Yûsuf sûresi 23.ayette geçtiği üzere Yûsuf "Allah'a sığınırım, şüphe yok ki kocan, benim efendimdir, bana iyi baktı ve şüphe yok ki zalimler asla kurtulamazlar" (Bilmen, 1964) diyerek Züleyhâ'dan kaçıp kapıya doğru koşar. Bu sahnede Yûsuf, "zalimler" sözü ile "zina yapanları" kastetmiştir, çünkü zina yapanlar, zina etmek suretiyle kendilerine zulmetmişlerdir (Er-Râzi, 1988). Züleyhâ reddedilince delirmiş bir hale gelir, utanma duygularını kaybeder. Kaçan Yûsuf'u arkadan yakalar, gömleğini yırtar, Yûsuf bu sayede Züleyhâ'nın elinden kurtulur. Tam o sırada kapıda Azizle karşılaştıklarında Züleyhâ, Yûsuf'un kendisine saldırdığını ileri sürer. Ancak Yûsuf'un gömleğinin arkadan yırtılmış olması kadının haksızlığını ortaya çıkarır. Filmde

Züleyhâ'nın nedimleri olan diğer kadınlar korkudan bir şey anlatamazlar. Kadının erkeğe meyletmesi ve devamında onu kendisine saldırmakla suçlaması birçok edebiyatta ve kültürde görülen hareketlerdir (Goldman, 1995, s. 31). Aziz "Benim eşime kötülük etmek isteyen kimdir?" der. Züleyhâ: "Ben yatağında uyuyordum. Bu İbrani delikanlı geldi, elbisemi açtı ve benden umduğunu bulmak istedi" der. Bu sırada Yûsuf, Allah'tan kendisinin suçsuz olduğuna dair bir işaret göstermesi için dua eder. Orada beşikte Zülayha'nın dayısının oğlu olan üç veya dört aylık bir çocuk vardır. Cebrail (a.s.) gelerek çocuğu beşiğinde oturtur ve ona: "Yûsuf'un suçsuz olduğuna şahadet et" der. Çocuk beşikten kalkıp Aziz'in önüne kadar yürür ve şahadet eder (Ramazanoğlu, 2015, s. 64).

Gerçek olayın aktarıldığı filmde bu durumu öğrenen kocası suçlunun Züleyhâ olduğunu anlamasına rağmen dedikodulardan çekinerek Yûsuf'u zindana attırır (Koncu, 2013, ss. 38-40). Yaşanan tüm mucizelere rağmen Züleyhâ kararından vazgeçmeyip sürekli Yûsuf'u kendine çağırmaya devam eder ve sonunda zelil olup Mısır halkının diline düşer. Yûsuf sûresi 33.ayette geçtiği üzere Yûsuf, "Zindan, bunların beni davet ettikleri şeyden bana daha sevimlidir" (Yazır, 2015) diyerek bu haram fiili yapmak yerine zindana girmeyi tercih eder. Böylece hayatı boyunca kendisine zarar verecek bu olumsuz fiilden kurtulmuş olur. Yûsuf'un şehvet imtihanından kurtuluşu ve Züleyhâ'nın mecazî aşk döneminden ilahi aşk dönemine geçişi (Ramazanoğlu, 2015, s. 60) şu şekilde gerçekleşir: Yûsuf evin köşesinde "zinaya yaklaşmayın" diye bir yazı görür. Bir melek ona: "Günahkârların fiiline meyletmeyesin! Çünkü sen peygamberler divanında yazılısın" der. Ayrıca odanın tavanı yarılp babası Yakub'u görür parmağını ısırır Yûsuf'u gizlice korkutur. Bir de yanında bir şahıs belirir. O şahıs: "Ey Yûsuf sağ tarafına bak" der. Yûsuf sağ tarafına bakınca muazzam bir yılan görür. O kimse devamla: "İşte bu yılan yarın zina edenlerin karnında olacaktır" der. Yûsuf, zinanın çirkinliğine dair Cenab-ı Hakk'ın delillerini görür. Ona bunun gösterilmesinin sebebi yakininin artması içindir. Yûsuf burada ayne'l-yakin (hakikati gözle görerek bilmek) mertebesine ulaşır. Böyle durumlarda eşyanın hakikatleri hakiki suretleriyle görünür. Bunun için Yûsuf, zina fiilini en çirkin şekilde görür çünkü gözden perdeler kalkmıştır. Yûsuf peygamber, tüm insanlara örnek olacak yaklaşımı neticesinde bu mükâfata erişir.



Görsel 4. Yûsuf'u Görünce Ellerin Kesen Kadınlar (Kanal 7, 2008)

Züleyhâ'nın hazırladığı odada putu vardır. Züleyhâ, davetinden önce onu bir elbiseyle örter. Yûsuf "bunu niye yaptın?" deyince Züleyhâ: "Beni bu fiili işlerken görmesinden hayâ ettim" diye cevap verir. Yûsuf: "Sen ki, işitmeyen, görmeyen ve bir şey anlamayan bir taş parçasından utanırsın, benim ise beni yaratan, hem de en güzel surette yaratan Rabbimden hayâ etmeye hakkım yok mudur" der. Hayâ: Utanma, kulun Haktan utanıp O'nun razı olmayacağı konuları yapmaktan vazgeçmesidir (Attâr, 2007, s. 735). Züleyhâ'nın macerası Mısır'da duyulur. Mısır kadınları "Kölesine âşık olmuş" diye Züleyhâ'yı küçümsemeye başlarlar. Bu dedikodular Züleyhâ'yı çok rahatsız edince bir ziyafet düzenleyip kadınları davet eder. Önlerine turunç dolu meyve tabakları ve keskin bıçak koyar sonra Yûsuf'u içeriye çağırır. Yukarıdaki görselde görüldüğü gibi Yûsuf'un güzelliği karşısında şaşkına dönen kadınlar meyve yerine ellerini keserler. Filmde Züleyhâ, Yûsuf'u bu davet için en güzel şekilde hazırlamıştır. Kadınlar Yûsuf'u gördükleri zaman bu haliyle ayın ondördünden daha güzel (Ramazanoğlu, 2015, s. 74), son derece yakışıklıdır (Er-Râzi, 1988). Züleyhâ, "Benim beraber olmak istediğim fakat karşılık bulamadığım işte bu gençtir" diyerek kendini savunur. Fiziksel özelliklerine rağmen asla kibirlenmeyen tevazu sahibi Yûsuf'un (Ridwan, 2018, s. 398) güzelliği filmin her sahnesinde gösterilmekte, cildi narin ve yumuşak olarak resmedilmektedir (Settârî, 2014, s. 66). Mısır'ın kadınları Yûsuf'u gördükten sonra Züleyhâ'ya hak verirler. Züleyhâ "Bir kez görmekle aklınız başınızdan gitti ben ise her gün bu İbrani köleyle aynı saraydayım" der. Bu durumda kadınlar "Sen bu aşkında mazursun" derler. Yûsuf'a gelip "Züleyhâ'nın istediğini yap, eğer onu istemezsen biz seninle beraber olmaya hazırız" derler. Yûsuf, Züleyhâ gibi onları da geri çevirir.

Aşk her zaman sarhoşlukla beraber olma potansiyeline sahiptir. Sarhoşluk iki şey ihtiva eder; filmde görüldüğü gibi lezzet ve ayırt etme yetisinin yokluğu (Tarhan, 2014). Aşk felsefesinde genel kabule göre aşk, bilgi ile yan yana konulmaz. Aşk gerçekleştirilmiş bir bilgidir. Zihinde parlak ya da nûrânî bir yıldız gibi olan hakikat, yaşandığı ve gerçekleştirildiği zaman bir şarap hâline gelir. İnsanın profan bilincinin köklerini bu fânî dünyadan çekip koparmak ve insanın ruhu ile sonsuz mânâ âlemi arasındaki irtibatın zorunlu sonucu olarak ortaya çıkan sermestliğe sebebiyet vermek suretiyle hakikat insanoğlunun varlığının bütününe kaplamıştır (Irâkî, 2012, s. 13). Sevende, sevgiden hâsıl olan sarhoşluğun bulunması gerekmektedir çünkü böyle olması sevginin hakikiliğine işaret etmektedir (Soysaldı, 1998, s. 191).

5.2. Geçiş dönemi

Filmde mecazî aşktan ilahi aşka bir anda geçilmemiş arada bir geçiş dönemi yaşanmıştır. Yûsuf zindana atıldıktan sonra Mısır Azizi ölmüş, Züleyhâ dul kalmıştır. Ayrılığından dolayı Züleyhâ'nın gönlü yanıp tutuşmuştur. Sarayın en yüksek yerinden kendini yere atıp veya zehir içip intihar etmeyi aklından geçirmektedir fakat bir cariyesi onu teselli ederek sabretmesini tavsiye etmektedir. Züleyhâ sabahları sarayın penceresinden Yûsuf'un bulunduğu zindana bakmaktadır. Züleyhâ, bu dönemde aşkından her yerde Yûsuf'u görmeye başlamıştır. Mecazî aşk döneminde arzularına ulaşamayan, iffetini koruyan Yûsuf'a istediğini yaptıramayan Züleyhâ'nın gözyaşlarıyla geçecek acı ve hüznü dolu yılları başlamıştır.

Aşk, heves, arzu ve şehvetin birbirinden ayırt edilmesi çok önemlidir. Çünkü aşkta tamamlama ihtiyacına karşılık gelen bir şeyler vardır. Aşkın saflaşması için şehvetin terbiye edilmesi gerekmektedir. Beslenmesi gereken ateş şehvet ateşi değil aşk ateşidir (Tarhan, 2014). Bunun gerçekleşmesi için aşka zarar veren, kutsallığını yok eden shevi duyguların kontrol altına alınması gerekmektedir. İnsanın doğasından kaynaklanan bu içgüdülerin ancak aksi yapılarak aşk imtihanı kazanılmaktadır. Sevgiliye cisim olarak ulaşmak aşkı zirveye ulaştırmadığı gibi şehvet zemininde bedenlerin buluşması aşkı belki de yok etme durumuna getirmektedir. Filmde Yûsuf "Âşık, gönül haremine yersiz duyguları almayan kişidir" demektedir. Şehvi buluşmada âşık, çok sevdiği maşukuna acı ve ızdırıp çekmeden kavuşmuştur. Sınanmadığı bu duyguların aşk olup olmadığı henüz belli değildir. Züleyhâ bu dönemde nefsinin ve

şehvetini terbiye ederek aşkını ispat etmesi gereken âşıktır. Filmde çok uzun bir zaman olarak gösterilen bu dönem kimi kaynaklarda yetmiş yıl, bazı rivayetlerde elli yıldır (Halıcı & Bayram, 2013, s. 15). Hak aşkının çirasına yanmak kolay değildir (Rabbani, 2011). İlahi aşka geçiş imtihanları kazanmayı gerektirmektedir. Züleyhâ bu dönemde aşk denizinin tam ortasındadır.

Aşk o kadar kuvvetli bir duygudur ki, aşkla gelen acı, yaşamın aklını yerle bir eder. Tutkulu bir âşık bu halde yaşamını zor idame ettirir. Aşk zordur ve yürünmesi güç bir yoldur. Fakat Mevlâna başta olmak üzere arifler ve alimler insanın kendi özünün ve varlığın lezzetini tatmanın ve keşfetmenin yolunun ancak aşktan geçtiğini söylemektedirler (Tarhan, 2014). Mevlâna'nın "Hamdım, piştim, yandım" (Taiai, 2019, s. 1) sözü aşkın insanı getireceği noktayı göstermektedir. Aşk iddiası her pişmemiş ham insana kolay gelmez. Ham kişiler aşk iddiasında bulunamazlar (Erbilî, 1991, s. 161). Filmin baş karakterlerinden olan Züleyhâ, aşkında sadıktır. Gençliğinde aşka tutulmuş yaşlanıncaya kadar aşkını terketmemiştir. Aşk konusunu anlamada önemli simalardan biri olan Hâletî'ye göre âşık, kendini sevgilinin yoluna kurban eden, gam ülkesinin padişahının pehlivanıdır. Aşk pazarında elden çıkardığı can nakdiyle kavuşma malını sevgiliden satın almak isteyen bir müşteridir. Âşık, sevgili karşısında zerre kadar değeri olmayışı sebebiyle bir varlığa bürünememiş yokluk ülkesini menzil edinmiştir (Özkul, 2019, ss. 659-660). Âşık, aşkının vergisi olarak âşık olduğuna canını verir (Erbilî, 1991, s. 39); her şeyi mahubuna feda eder çünkü aşk ücret ister ve karşılık talep eder. Aşkın ağlamaları, bir nevi taleptir, ücret istemektir (Nursi, 2016).



Görsel 5. Züleyhâ'nın Geçiş Dönemi ve Köleleri Özgürlüklerine Kavuşturması (Kanal 7, 2008)

Yukarıda gösterilen sahnede Züleyhâ, köleleri serbest bırakarak özgürlüklerine kavuşturur. Yûsuf'a olan aşkı bitmediği gibi daha da büyür. Ona benzemeye çalışır. Kendisine ait papirüs tarlalarını yoksul ve muhtaç insanlara dağıtır. Kendine bir şey bırakmaz. Hayatı boyunca Züleyhâ'dan ayrılmayan sadık hizmetkârı Karimama, böyle yapmaması konusunda onu uyarınca "Aşığın maşukunun rengine boyanması (onunla aynı kişiliğe) bürünmesi gerekmez mi?" cevabını verir. Züleyhâ, Yûsuf'un ruhuyla o kadar bütünleşir ki, Yûsuf'a henüz kavuşmadan önce bir gün, içine büyük bir sıkıntı oturur. Ne yapsa, nereye gitse rahat edemez, gözyaşları sel gibi akar. Dadısı sebebini sorduğunda sebebini bilmediğini söyler. Yûsuf'a kavuştuktan sonraki yıllarda bir gün Yûsuf, kuyuya atılışını anlatır. Haftaları, günleri hesaplarlar, Yûsuf'un kuyuya atıldığı zamanla içine sıkıntı düştüğü zamanın aynı olduğunu fark ederler. Âşıkların hali böyledir, nitekim Leyla'ya neşter vurduklarında Mecnun'un da kanı akmıştır (Halıcı & Bayram, 2013, s. 45). Filmde geçen bu dönemde Züleyhâ aşkında sebat ederek ilahi aşka doğru ilerlemektedir. O artık sadece hazları üstün gelen biri değildir aynı zamanda bir âşıktır.

Eşrefoğlu Rumi'nin aşka getirdiği tanımlama şudur: dünyayı hiçe satmak, varlığı döküp gitmek, elindeki şekeri başkasına verip zehri kendi içmek, bela gökten yağmur gibi yağdığında başını ona tutmak, ateşten bir deniz olan bu âleme kendini atmak, vücudunu (varlığı) geçici, ölümlü kılmak (Tarhan, 2014). Vücut eğer yerli yerinde değerlendirilebilirse her hayrın ve kemalin başlangıcıdır denilmiştir (Rabbani, 2011). Aşk denizine atılınca insanın cisim ve canı artık mum gibi kendiliğinden erir (Erbilî, 1991, s. 60). Sevgiliye ulaşamama Züleyhâ'nın mecazî aşktan ilahi aşka geçişinin temelini oluşturmuştur. Filmin çoğu sahnesinde sarayda geçirdiği çileli yıllar bu geçişin alt yapısını hazırlamıştır.

Aşk sevginin yüksek bir formu olarak yaşandığı için âşık, sevdiğinin yok olacağını ve öleceğini düşündüğü zaman kendinden geçer. Bu sebeple içinde beka ümidi, ölümsüzlük inancı olmayan aşklar elem, keder ve hüzün kaynağı olmaya yatkındır. İçinde yeniden kavuşma ümidi olmayan hüznün duygusu ve keder aşk yarasını hep taze tutar. Dünyevi ve geçici aşkların yüzünün ilahi ve daimi aşka çevrilerek değişime uğraması, aşkın sonsuzluk bulması için gerekli ve insanın yararınadır (Tarhan, 2014). Yûsuf'un Züleyhâ'dan uzak durması Züleyhâ'yı aşk ateşinde pişirerek ilahi aşk evresine geçmesine sebep olur. Yûsuf'u o kadar çok seviyordur ki; Yûsuf sûresi 30.ayette geçtiği üzere kadımlar

Züleyhâ hakkında “Sevgi, yüreğinin zarına işlemiş!” demişlerdir (Çantay, 1957). Marifetin insan kalbini her yönüyle tamamen kaplaması muhabbet doğurmuştur (Soysaldı, 1998, s. 193). Eğer Züleyhâ’nın kalbi tamamen Yûsuf’un sevgisiyle dolmasaydı bu aşk ilahi aşka dönüşmeyecekti. Yunus Emre bir şiirinde Züleyhâ’nın aşkını şu sözleriyle dile getirmiştir (Çalar, 2022):

Ne gördü Züleyhâ Yûsuf yüzünde?
İşi efgan oluptur aşk elinden

Filmde Züleyhâ, kavuşma ümidiyle her şeyi göze alan bir profil olarak karakterize edilmiştir. Âşık Paşa’nın Garib-nâme’sinde geçen aşkın tüm halleri Züleyhâ’da görülmektedir. Aşk; kişinin gönlünü öyle doldurur ki âşıkta dünya arzusu kalmaz, yüzü sararır, dudakları kurur. Gözlerinden sürekli yaşlar akar. Yüreğini yakan ateş dışarıdan görünmez ama o, günden güne mum gibi erir. Aşka tutulan kişinin gözüne uyku girmez. Aşka tutulan kişi ihtiyarını ve iradesini kaybeder. Hiçbir yerde temelli duramaz. Boynu aşk ipine bağlanmıştır, aşkın çektiği yöne gider. Sevgilinin yüzü gül gibi sürekli gözünün önündedir. Aşk, kişinin utanma duygusunu yok eder. Bu yüzden âşık kınanma, ayıplanma gibi davranışlara aldırılmaz. Âşık olan kişi, halkın diline düşer. Aşk kişiyi mal mülk, ev bark sevgisinden uzaklaştırır. Zihninde aşktan başka kaygı yer almaz. Aşk eri garip olur. Sırrını kimseye açmaz. Kendi derdi ile yanıp yakılır, bunu kimseye söylemez. Âşık, gece gündüz dostu sevmekle meşguldür. Başka işi yoktur. Dünya ve ahiret düşünmez. Sonum ne olacak diye bir endişesi bulunmaz (Kocakaplan, 2017, ss. 8-9). Sokaktaki çocuklar Züleyhâ’ya gülmekte, onunla alay etmektedirler.

Her insanın içinde sevgi, aşk sözcüklerini duymak isteyen bir kulak vardır. Hiç kimse sevildiğinin söylenmesine ihtiyaç duymayacak kadar emin, güvenli ve duyarsız değildir. Züleyhâ sevmeyi istemektedir ama uyguladığı metot tamamen cismanî ve yanlıştır. Bu sebeple içinden geçen duygu ve düşünceler gerçekleşmemiştir. Kavuşmanın mümkün olmadığı aşklarda aşkın yüzü sonsuzluğa ve varoluşa çevrilebilirse ebediyet duygusu ve ümit diri tutulmuş olur (Tarhan, 2014). Metafizik öğretileri ile tasavvuf ekolünde önemli bir konumu olan ve aşk diliyle konuşan Fahreddîn-i Irâkî’ye (2012, s. 15) göre herhangi bir şeyin güzelliği kişiyi, Allah’ın güzelliğinin farkına varmaya götürür; bu ilâhî güzelliğin en açık zuhûru hiç şüphesiz beşerî güzelliktir; çünkü

meşhur bir hadîs-i şerife göre “Allah, Âdem’i kendi sûretinde yaratmıştır”. Allah sevgisini kalbe yerleştirmenin yolu: Nefsin başka şeylere meyil ve arzularını azaltarak gönülde sevgilinin dışında kalan sevgileri çıkarmaktır. Bu da genellikle riyazat ve mücahedeyle gerçekleşir (Soysaldı, 1998, s. 193). Mevlânâ’ya (2018) göre kişinin ayağını tutup onu kafese sokan tuzak, şehvettir. Kişinin şehvet sarhoşluğundan kesilmesi gerekmektedir. İnsanın üstüne şehvet güneşi vurduğunda hemen yarasa gibi kanatlarını çırpmaya, uçmaya başlamaktadır. Kişi er gibi onu savaşa çekmeli, babayiğitçe onunla vuruşmalı ki, Allah, ona vuslatıyla karşılık versin. Şehvetine uyan kişi pişman olur, kanadı dökülür, topal kalır. Mecazî aşkın gıdası olan şehvet kadının erkeğe ya da erkeğin kadına duyduğu cinsel arzulardır. Bu arzular kontrol edilmediği veya insanın yaratılışına uygun bir şekilde –nikâhlanıp evlenmek gibi-kullanılmadığı sürece kişiyi helake (yok oluşa) götürebilecek dürtülerdir. Kur’ân-ı Kerîm’de şehvet kelimesi A’raf sûresi 81.ayet ve Neml sûresi 55.ayette “cinsel istek” anlamında kullanılmıştır (Yazır, 2015). Filmde Züleyhâ karakterinde somutlaştırılan kadın cinselliğinin tasviri (Merguerian & Najmabadi, 1997, s. 485), aslında tüm insanlarda var olan cinsel arzulardır. Film bunu Züleyhâ karakteri üzerinden anlatarak görsel öğeler ve söylemler aracılığıyla somutlaştırmıştır.

5.3. Hakiki Aşk Dönemi

Dizi filmin ilerleyen bölümlerinde Züleyhâ, Yûsuf zindana atıldıktan sonra yaptıklarına pişman olur. Yûsuf zindandan çıkıp Mısır’da önemli mevkilere geldikten sonra tamamen gözden düşer, servetini kaybederek fakirlik içinde yaşamaya başlar. Zaman içinde yaşlanır ve putlara tapmaktan vazgeçer, ağlamaktan gözlerini kaybeder. Aşağıdaki sahnede gösterildiği gibi o güne kadar yanından hiç ayrılmak istemediği putunun yanına gelip “Yazıklar olsun sana, sana secde ve kulluk edene! Şu ihtiyarlığıma, âmâ (kör) oluşuma, fakirliğime ve kuvvetimi kaybedişime merhamet etmedin. Bugünden itibaren seni inkâr ediyorum ve Yûsuf’un Rabbine iman ediyorum” der. Böylece aşk-ı İlahinin kokusunu canında duyan kişinin iç (kalp) gözlerine marifet sürmesi çekilir (Rabbani, 2011).



Görsel 6. Züleyhâ'nın Putundan Yüz Çevirdiği Sahne (Kanal 7, 2008)

Filmde geçen diyaloglardan birinde Yûsuf'u görmeye gittiğini söyleyen Züleyhâ'ya “Bu görmeyen gözlerle nasıl göreceksin” dediklerinde, “Onu görmek için gözlere gerek yok” demiştir. Bu dönemde şehevi arzular kaybolmaya yüz tutmuştur. Gençlik yıllarında beşeri bir aşk yaşayan fakat çok geçmeden ilahi aşkı elde eden mutasavvıflardan Muhammed Es'ad Erbilî (1847-1931) bu konuya şu şekilde açıklık getirmektedir: “Gönül seni (sevgiliyi) görmek için bedene muhtaç değildir. Her ne kadar geceleri göz uykuya dalarsa da gönlün yolu açıktır” (Erbilî, 1991, s. 21). Filmin sonunda Yûsuf bir gün atıyla saraya dönerken Züleyhâ ile yolda karşılaşmış olurlar. Züleyhâ yüksek sesle “Tesbih ederim o kudreti ki isyanları sebebiyle sultanları köle eyler, itaatleri sebebiyle köleleri sultan eyler” der. Allah Teâla rûzgâra emredip bu sözleri Yûsuf'un kulağına işittirir. Yûsuf, hizmetçisine kadının ihtiyacını sormasını ister. Züleyhâ Yûsuf'tan dua etmesini ister, Yûsuf'un duasıyla gençleşip gözleri açılır ve Yûsuf'la evlenirler. Kur'an-ı Kerim'de Yûsuf ile Züleyhâ'nın evliliğinden bahsedilmemekte ancak tefsirlerde ve hadis kitaplarında bu konu zikredilmektedir (Maref vd., 2015). Filmde peygamber duasıyla Züleyhâ gençleşip genç bir kız olur, güzelliği geri gelir. Züleyhâ on dört yaşına gelip güzelleştiğinde doksan yaşındadır (Ramazanoğlu, 2015, s. 109).

Aşktan yanan nefesiyle “Yûsuf” deyip sopaya üflediğinde, ateş gibi yanan sopaya kimse dokunamaz. Ladikli Ahmed Hüdai divanında “Bu aşkı içenler hep böyle yanar” (Karabulut, 2018, s. 189) denilmiştir. Züleyhâ'nın Yûsuf'tan Efraîm ve Mîşâ adlı iki oğlu dünyaya gelir. Züleyhâ, Yûsuf ile evlendikten sonra kendini tamamen ibadete verir, bu defa Yûsuf ona yöneldiği halde Züleyhâ kaçır. Hatta bir seferinde kaçarken eteği arkadan yırtılarak Yûsuf'un elinde kalır, Züleyhâ ona, “Bu öncekinin karşılığıdır” der. Züleyhâ

ilahi aşk döneminde kalan ömrünü ibadetle geçirir. Züleyhâ ilahi aşk döneminde: 70 yıl Sanem'e taptım bir fayda görmedim, yedi gün Samed dedim "buyur kulum" sadasını duydum demiştir. Yûsuf'a ulaşmak için "Sanem, sanem" diye yalvarırken, Allah ile kul arasındaki perdeleri yakan hakiki aşk ateşi, Züleyhâ'nın bir anda "Samed" diye seslenmesine sebep olmuştur. Bu seslenişe Samed olan Yüce Allah'ın cevabı ise "Lebbeck kulum" (Buyur kulum) olmuştur (Sekülü, 2011). Sanem, Züleyhâ'nın putunun ismidir. Arapça olan bu kelime Türkçe'de 'put' kelimesine karşılık gelmektedir (Atalay, 2010, s. 92). Samed ise Cenab-ı Hakk'ın isimlerinden bir isimdir. Her şeyin kendisine muhtaç olduğu, kendisinin hiç bir şeye muhtaç olmadığı; ihtiyaçların giderilmesi ve ızdırapların dindirilmesi için başvurulacak tek merci anlamına gelmektedir (Bulut, 2011). Züleyhâ bu sözleri ile ömrünün ilk yarısını putlara taparak boş yere geçirdiğini fakat hakikat döneminde çok kısa sürede maksuduna kavuştuğunu ifade etmiştir.

Aşk tesirini göstermedikçe kemale ermemiş demektir (Erbilî, 1991, s. 104). İlahi aşk döneminin göstergesi olarak Züleyhâ'nın hayatında her şey değişmiştir. Gerçek sevgi olan Allah ve Resulü'nün sevgisi kalbe yerleştiği zaman, insan her türlü küfür ve aşırılık eylemlerinden kurtulmaktadır. Vatan sevgisi, anne babaya karşı sevgi gibi bütün övülen diğer muhabbetler ilk muhabbetten yani Allah sevgisinden doğmakta ve ona tabi olmaktadır (Noori, 2019, ss. 272-273). Hakiki aşka ulaşma konusunda aşağıdaki mısralar konuyu özetlemektedir (Erbilî, 1991, ss. 186-187):

Bezm-i maârifden seni yok eylemiş bu varlığın
 Mahzâ bu yüzdendir senin cânândan ağyârlığın
 Öldür şu nefsi ser-keşi öğren tarıkın barlığın
 Yağma edersen varlığın gider gönülden darlığın
 Mahv eyle sen ağyarlığın yâr olırsan mihmân sana

(Benliğin seni, marifet meclisinden uzaklaştırmış. Senin sevgiliden ayrılığın işte bu yüzdendir. Şu baş çeken nefsini öldür ve yolun gerektirdiği şeyleri öğren. Benliğini bırakırsan gönlünün darlığı huzursuzluğu gider. Gönlündeki yabancılığı gider işte o zaman dost sana misafir olur). Züleyhâ Yûsuf'a âşık olduğunda ona cinsel arzularla yaklaşmak istemiştir. Bu hareketi ile Züleyhâ mecazî aşka dalmıştır. Bu dönemde arzu ve isteği yerine gelmediği

gibi birbirini takip eden yıllar acı ve ızdıraplarla geçmiştir. Geçiş döneminde nefsanî duygular kaybolduktan sonra ise ilahî aşk zuhur etmiştir. İç dürtülerinin sürekli rahatsız ettiği duygulardan kurtulan Züleyhâ, gerçek aşkı bulduğunda rahatlamış ve huzura ermiştir. Filmde Züleyhâ'nın gerçek aşkı bulmasının kilit noktası mecazî aşk döneminde haram olan fiili yapamamasıdır. Bu fiil gerçekleşmediği için başlangıçta var olan aşk hayatının sonuna kadar devam etmiş hatta sabırla daha da büyümüş ve böylelikle sahibini en yüce sevgiliye ulaştırmıştır.

Aşk olmadan mi'râc; yükselme ve kavuşma olmaz. Aşk merdivendir çıkana. Aşk, şuurla sevmektir. Aşını ekmeğini, malını mülkünü, delice sevdiğini, kıymet verdiği ne varsa hepsini "Hâlik" (yaratıcı) sıfatıyla gören, gerçek aşkı bulur. Beyni durulur, kalbi durgunluğa erer. Canlar canını, ballar balını bulur, kovanını yağma eder (Dinç, 2022, ss. 4-6). Aşkın kanatlarıyla uçulmayacak, çıkılmayacak makam ve derece yoktur (Kısakürek, 2014). Züleyhâ'nın son döneminde ilk zamanlardaki sevgi ve aşkı tekrar alevlenip kararı kalmaz. Allah, Züleyhâ'nın mecazî aşkını hakiki aşka dönüştürerek ibadet ve taate karşı bir meyil verir. Züleyhâ sonunda aşk ile vuslata kavuşur, mecazî olandan kurtulup gönlünde Yûsuf'un sevgisi kalmaz.

Aşkın temeli muhabbetir. Muhabbet insanın zevk aldığı şeye meyiletmesi demektir. İnsanın meyil ve sevgisine etki eden sebeplerden biri de eşyayı, onlarda bulunan güzelliği sebebiyle sevmek ve onlarda tecelli edene yönelmektir. Bu durumda hakiki aşk, mutlak varlığı; Allah'ı sevmektir. Hakk'tan başka her şeyden geçmektir. Hakiki aşka eren kendinden geçmiş, fena fillaha erişmiş (Soysaldı, 1998, s. 193), güneş doğunca yıldızların görünmez olduğu gibi Hak Te'âlâ'nın zuhuru ile O'ndan başka ne varsa görünmez hale gelmiştir (El-Hânî, 2014, s. 242). Fena, kulun nefsanî arzularından ve hayvani sıfatlarından uzaklaşması, süfli isteklerini yok etmesi iken beka, yok olan kötü sıfatların yerine iyi ve güzel olan ahlaki sıfatların kaim olmasıdır (Attâr, 2007, s. 733). Bu hale gelen kişi, mârifete ulaşmış kişidir. Gönlünde sadece Allah (muhabbeti) kalmıştır (Kelâbâzî, 1992, s. 54). Hakk'ın varlığında kendi varlığını yok etmiştir (Kuşeyrî, 2013). Tasavvuf anlayışı aşk ve marifeti esas alan Bayezid-i Bistami bu konuda "Her şey O'dur" diyerek maşuğunu yaratılmış her şeyden üstün gördüğünü belirtmek istemiştir (Uludağ, 2022). Bu duruma gelen âşık, sevgiliden başka hiçbir şeyle sevinç ve sürur duyamaz (Erbilî, 1991, s. 38).

Filmde Cebrail (as), evlat hasretiyle ağlayan Yakup (as)'a "Bir gönülde iki sevgili olmaz" demektedir. Züleyhâ'nın durumu işte bundan ibarettir. Kalbinde sadece yüce yaratanın sevgisi kalmıştır. Âlemler içinde aşka yabancı bir zere bile yoktur. Fakat herkesin aşkı kendi yetenek ve kabiliyetine göredir. Nefsi yenmenin en kestirme yolu aşk yoludur. Aşk, ancak yaşayanın ruhunda tadabileceği ama tarif edemeyeceği bir manevi zevk halidir. Nitekim kendisine "Aşk nedir?" diye sorulan Hz. Mevlânâ'nın: "Benim gibi ol anlarsın" cevabı bunu anlatmaktadır (Soysaldı, 1998, s. 192). Ruhtan daha değerli bir varlık yaratılmamıştır (Kuşeyrî, 2013). Aşkta, kâinatla insan iç içedir (Dinç, 2022, ss. 4-6) ve kâinat aşk üzerine yaratılmıştır. Âdem aleyhisselam ve Havva'dan başlayarak aşka düşmemiş, aşkın yarasını tatmamış, onun ızdırabıyla kavrulmamış insan belki de yoktur (Tarhan, 2014). Yokluktan varlığa geçiş ancak aşk ile olur. Varlığın gerçekliği ve anlamlılığını bulma konusunda aşk anahtar bir konumdadır (İrâkî, 2012, s. 8).

Mevlânâ'ya göre aşk dâvaya benzer, cefa çekmek de şahide. Şahit yoksa dâva kazanılmaz. Aşk, ateş gibi görünür ama baştanbaşa nurdur, güzellikten, hoşluktan ibarettir. Aşk, doğru âşık olmayan kaçsın, aşktan vazgeçsin diye önce âşığa kinlenir, kanlı katil gibi davranır (Mevlânâ, 2018). Bu sözleriyle Mevlânâ'nın maksadı ilâhi aşkı anlatmaktır. İnsanın bir başka insana karşı duyduğu "mecazî aşkın" dönüştürücü özelliğinden bahseden Mevlânâ, ilâhi aşkın, kendi ifadesi ile insanı pişirip, yakarak kemâle erdireceğini söyler. Olgunlaştıran aşk, insanı hamlıktan kurtarıp kemâle erdirirken onu zorlu bir süreçten geçirir. Bu yüzden öncelikle aşka talip olanın kabiliyetli olması gerekmektedir (Kaval, 2011, s. 118). Âşık, canını cânânına fedâ eden kişidir. Canına kıymayan canana meyledemez. Aşığın kemâli canını cânânına vermesidir. Canını vermeyenin eksikliğini itiraf etmesi gerekir (Erbilî, 1991, s. 229). Tevbe sûresi 114.ayette "Her halde İbrâhîm "evvâhün halîm", çok yanık, çok (halim) yumuşak huylu idi." (Yazır, 2015) buyurulmuştur. Buna göre aşk, "evvâh" olmaktır. Âh ü vâh etmektir. Güftesi Mevlana'ya ait olduğu söylenen şu mısralar meşhurdur: "Âh mine'l aşkı ve hâlâtihî, ahıra kalbî bi-harârâtihi", "Âh olsun harâretiyle kalbimi yakıp kavuran aşkın elinden ve onun (türlü) hâllerinden" (Kocakaplan, 2017, s. 12). Aşk konusunda Ebubekr-i Sıddîk (ra)'ın ilahi aşktan gelen iç yangınlığındaki ateşin dışa vurması ciğer kokusu şeklinde duyulur (Dinç, 2022, ss. 4-6; Ceyhan & Fatih, 2017, ss. 14-15). Bu durum Züleyhâ karakterinde aşkın insanı nasıl yakıp kavurduğunu yeterince açıklığa

kavuşturmaktadır. Âşık maşukundan ayrıldığı zaman bir saniye ona bir sene gibi gelir, kavuştuğu zamansa bir sene bir saniye kadar kısa sürer (Tarhan, 2014).

Maddi aşk ilahi aşka geçmek için çoğu zaman basamak olarak kullanılmıştır (Soysaldı, 1998, s. 187). Bahâeddin Nakşibend (1318-1389)'e göre mecaz, hakîkatin köprüsüdür. Zâhirî merhalelerden geçmedikçe hakîkate erişilmez (El-Buhari, 2018). Mutlak anlamda insan yalnızca bir aşkın var olduğunu idrâk ettiği zaman artık o insan için herhangi bir şeyi sevmek Allah'ı sevmektir. Aynı şekilde beşerî ve dünyevî güzellikten mutlak güzelliğe doğru giden bir mertebe vardır. Cemîl (the Beatiful) Allah'ın isimlerinden birisidir. En derin ifadesiyle güzelliğin tamamı, İlâhî kadehten bu yeryüzü toprağına düşen bir damla gibidir. Böylelikle o hatırlamaya sebep olur, azat eder ve korur. Ârifin rûhu için güzellik, sınırlandırılmış bunaltıcı âlemde, bir kimsenin o olmaksızın yaşamayacağı temiz bir havaya benzer (İrâkî, 2012, s. 15). Mecnun'un Leyla'ya âşık iken Leyla'yı unutup asıl âşık olduğu Mevlasına döndüğü gibi (Soysaldı, 1998, s. 187) filmin sonunda Züleyhâ'da Yûsuf'un aşkından Allah aşkına geçmiştir.

Yûsuf'un karşısına Züleyhâ suretinde dikilen nefs-i emmare ıslah edilip, Müslüman olmuş, teslim olmuş, emmareliğiyle (kötülüğü isteyen sıfatıyla) Yûsuf'a hücumdan sonra terbiye edilip temizlenerek ve yükselerek rıza makamına ulaşmıştır. Sonra Yûsuf'un ruhuyla birleşerek vahdete (birlik sırrına) erişmiştir (Ramazanoğlu, 2015, s. 11). Çile yoluna giren kimsenin üzerine sevgi nurları doğunca nefsin sıfatlarından sıyrılmıştır (Soysaldı, 1998, s. 192). Böylece beşeri aşk ilahi aşka dönüşmüştür. Gerçek aşk; Allah'ı şiddetli sevmek, gerçek âşık ta Allah'ı çok sevendir (Attâr, 2007, s. 730). Özetle aşk, "mecazî" ve "hakiki" olmak üzere iki şekilde incelenmiştir. Geçici suretlerden birini sevmek olan mecazî aşk; şehvetsiz, hakiki aşka götüren bir köprü olmak şartıyla hoş karşılanmıştır (Soysaldı, 1998, s. 192). Ömründe bir gülü, bir nazlı kuşu, bir körpe kuzuyu, bir kara gözlü ceylanı bile sevmemiş, o aşkı, o lezzeti hiç tadamamış birinin Allah aşkıyla yanıp tutuşanların halinden anlaması imkânsızdır. Bir kimse karnı acıkmadıkça yemeğin lezzetini tadamaz. Bir kimse musibetlere uğramamış ise ondan kurtulup feraha çıkmanın değerini bilemez (Rabbani, 2011). Âşık Paşa'nın anlattığı mecazî aşktan hakikî aşka ulaşma serüvenine (2000, s. 290) tam olarak uyan Züleyhâ, ilahi aşka kabiliyeti olan bir kişiliktir. Çektiği sıkıntılar ve sevgiliye ulaşamama onu asla aşkından

döndürmemiştir. Onun aşkı gelip geçici bir heves olmadığını kanıtlamıştır. Aşığa gereken Erbili'nin bir mısrasında belirttiği gibi “Sinek gibi bal ve şeker etrafında dönmem. Benim arzusunun şahini padişahlar meclisindedir” (Erbili, 1991, s. 33). Bu sözlerle aşğın basit ve sıradan işlerle vakit kaybetmemesi, her an sevgilinin muhabbetiyle meşgul olması gerekliliği vurgulanmıştır.

SONUÇ

Mecazî aşktan hakiki aşka geçiş birçok toplumda, birçok halk hikâyesinde anlatılan sosyal, kültürel ve dinî bir olgudur. Bu konuda en bilindik aşk hikâyelerinden biri olan Yûsuf ve Züleyhâ kıssası Kur'an-ı Kerim'de de anlatılmıştır. Hikâyenin doğrudan anlatıldığı “Joseph The Prophet” filmi bu konuyu görselleştirerek izleyicilere sunmuştur. Çalışma, aşk konusunu “Joseph The Prophet” filmi örneğinde; filmdeki önemli karakterlerden biri olan Züleyhâ örneği üzerinden ele alarak incelemiştir. Film üzerinden mecazî aşktan hakiki aşka geçiş araştırılmıştır.

Filmde görsel öğeler ve diyaloglarla anlatılan aşk, gerçek sevgiliye ulaşmak için bir araçtır. Aşkın kendisi tek başına bir gaye veya amaç değildir. Aşk, ancak sevgiliye ulaştırması yönüyle mukaddestir. Mecazî aşk, ilahi aşka dönüşmediği sürece aşğın sırtında taşınan yükten başka bir şey değildir. Filmde izleyicinin gözleri önüne serilen ilahi aşk, hakiki sevgiliye ulaşmak için tek yoldur. Hangi nesne sevilirse sevilsin mecazî aşk ilahi aşka dönüşmekle değer kazanacaktır. Aksi takdirde âşık, iddiasında sadık olamayacaktır. Dolayısıyla bunun adı aşk değil gelip geçici, değeri olmayan bir heves olacaktır.

Sevilen kişi ne kadar güzel veya yakışıklı olursa olsun bu aşk, cismani lezzetlerle basitleştirilmemelidir. Yûsuf peygamber gibi dünyanın en güzel insanı bile sevilse bu sevgide ilahi kurallar göz ardı edilmemelidir. Haddi aşmayan, sevgisini şehvi girişimlerle bozmayan kişi övülmeye değer bir âşık olacaktır. Filmin izleyicilere vermek istediği en önemli mesaj, güzelliğin sahibini bulmak gerektiğidir. Kâinattaki herhangi bir nesneye veya bir insana âşık olan kişi, gördüğü güzellik karşısında hayran ve sermest olduğunda bu güzelliği yaratana bulmalıdır. Güzele takılmadan güzelliğin sahibine ulaşmalıdır. Âşık ancak bu şekilde rahatlayacaktır.

Mecazî aşk ilahi aşka götüren bir basamak veya köprü niteliğindedir. Güzelliğe bağlı kalıp ondan ilerisini göremek mecazî aşka kalıp oyalanmak

demektir. Filmde anlatılan kıssada asıl olması gereken güzelliğin sahibine âşık olmaktır. Güzellik hangi seviyede olursa olsun mutlak surette bu yaratılmıştır ve ebedi (sonsuz) bir güzellik değildir. Âşık olana gereken eserden müessere, eşyadan hakikate, şekilden manaya, cisimden (bedenden) ruha geçmektir. İlahi aşkın parıltıları ancak bu şekilde kendisini gösterecektir.

İlahi aşka erişmekten gaye ise yaşantıda, ahlakta ve insani ilişkilerde olgunlaşıp kâmil (olgun) bir insan olmaktır. Hakikati bulamayan insanın sancuları, hüznün ve kederleri bitmeyecektir. Nefsani duygularına tabi olan bir insanın yaşantısını değiştirmedeği sürece gerçek anlamda mutluluğu bulması, insan olarak hamlıktan kurtulması ve pişmesi mümkün değildir.

Filmde anlatılan konuda Yûsuf; nazargah-ı ilahi olan kalbi ve Allah'ın emirlerine itaati, yasaklardan kaçınmayı, Züleyhâ ise; dünyayı ve bütün dünyevi arzu ve şehvetleri, Mısır Azizi de; dünyaya (Züleyhâ'ya) hâkim olamayıp söz geçiremeyen dünya insanlarını temsil etmektedir (Ramazanoğlu, 2015, s. 77). Yûsuf, doğası gereği şehvi bir arzu hissetmediğinden dolayı değil haram bir eylem olduğundan, Cenâb-ı Hakk'a olan saygısından dolayı bu fiili yapmamış, günaha girmemiştir (Er-Râzi, 1988). Günah: Allah ile kul arasındaki perde, Hakk'a ulaşmaya engel olan şeylerdir (Attâr, 2007, s. 734). Onda da her insanda olduğu gibi şehvi arzular vardır fakat o bu duygularını haram işleyerek, cinsel hazlarına tabi olarak değersizleştirip ayaklar altına almamıştır. Yûsuf peygamber, tüm insanlara örnek olacak yaklaşımı neticesinde büyük mükâfatlara erişmiştir. Yûsuf'un Züleyhâ'nın isteğini yerine getirecek olması durumunda bu hareket her ikisinin de alınanda bir kara leke olarak kalacak ve onları zelil edecek bir hayata mahkûm edecektir. Fakat bu olmamıştır. Yûsuf bu duruma binaen zalimler (zina yapanlar) asla iflah olmazlar demiştir.

Her devirde Yûsuf'lar ve Züleyhâ'lar vardır. Züleyhâ'nın Yûsufu olduğu gibi her âşığın da bir Yûsuf'u yani sevgilisi vardır. Âşıklar, Yûsuf'larından geçemedikleri sürece hakiki aşka ulaşamazlar. Her âşık, sevdiğini ilahi aşka feda ve kurban etmelidir. Çünkü bütün sevgilerin kaynağı kâinatı sevgi üzerine yaratandır. Nitekim Züleyhâ, Yûsuf'unu ilahi aşka kurban ederek Yûsuf'tan geçmiş, böylece Cenabı Hakk'ın muhabbetine, aşkların en üstününe kavuşmuştur. Bu aşk önceki aşka benzememektedir. Güneş doğunca gökyüzünde yıldızların görünmediği gibi nefsanî heva ve hevesler, arzular, kavgalar, hepsi bitmiştir. Züleyhâ, uzak mesafelerden bile Yûsuf'un kokusunu almaya başlamış, görünmeyenler görünür hale gelmiştir. Züleyhâ'nın gönül

gözleri açılmıştır. Bu nedenledir ki Yûsuf peygamber filmin sonunda karşılaştıkları zaman “Allahım! Bu kulunun gönlünü aydınlattığın gibi gözlerini de aydınlat, Züleyhâ'nın âmâ olmuş gözlerini aç” diye dua etmiştir.

Züleyhâ'nın hayatı ve geçirdiği bu dönemler, bütün aşk adayları için geçerlidir. Araştırma nesnesi olarak incelenen filmde dikkatleri çeken bir diğer konu sabır olgusudur. Genel olarak hayatın her safhasında insana gerekmele birlikte özellikle aşğın sabretmekten başka çaresi yoktur. Yaratana duyulan saygı (haşyet) ile sabreden âşık er ya da geç bir gün mutlaka sevdiğine kavuşacaktır. Sabır, kişiyi olgunlaştıran en önemli etkidir. Aceleci davranmak kişiyi isteğine (vuslata) kavuşturmayacağı gibi sabırsızlık aşk yolunu kapatan büyük bir engeldir. Her ne kadar imkânsız gibi görünse de filmin sonunda Yûsuf ile Züleyhâ evlenmiştir. Züleyhâ'nın mecazî aşk döneminde arzuladığı fakat hiçbir şekilde ulaşamadığı cismani isteği ilahi aşk döneminde meşru ölçüler doğrultusunda gerçekleşmiştir. Olay aynıdır fakat haram (karşılığı azap) olan yanlış fiil yerine helal olan doğru fiil gerçekleşmiştir. Çünkü Züleyhâ'nın hayatı baştan sona değişmiştir. Züleyhâ bambaşka biri olmuş, adeta yeniden doğmuştur. Kötü karakterinden hiçbir eser kalmamıştır. Görenler O'nu tanımakta zorlanmaktadır. Hayatında açılan yepyeni bir sayfa ile hayatı huzur doludur. Acı ve hüznün yerini ferahlık ve mutluluğa bırakmıştır. Aşırı duygular, yerini durgunluk ve sükûnete bırakmıştır. Meydana getireceği olumsuz sonuçlar düşünülmeden yapılan her hareket yerini ağır başlılığa ve ruhen olgunluğa bırakmıştır. Çevresindekilere yukarıdan bakan, herkese ve her şeye kızan, her isteği anında yerine getirilen Züleyhâ son derece yumuşak huylu, herkesle iyi geçinen, merhametli ve sabırlı bir insan haline gelmiştir. İlahi aşk ile kimsenin sevmediği, gururlu ve sert bir karakter, herkesin sevdiği bir karaktere dönüşmüştür. Yûsuf ile Züleyhâ kıssasında, sonuç itibariyle ilâhî aşk, mecazî aşka üstün gelmiştir.

Çalışma, aşk konusunu incelediği “Joseph The Prophet” filmi örneğinde ele almıştır. Aşk konusu bir çalışmaya sığmayacak kadar detaylı ve geniş kapsamlı bir konudur. Bundan sonra yapılacak başka çalışmalarda filmde yer alan diğer önemli karakter olan Yûsuf aleyhisselam, mecazî aşka karşılık vermeyişi ve hayatı boyunca muhafaza ettiği iffeti üzerinden araştırılabilir.

KAYNAKÇA

- Alay, O. (2011). Yûsuf ve Züleyhâ hikâyesinin epizot tahlili ve motif yapısı. *Folklor/edebiyat*, 17(68), 167-80. onlinebilgiokulu.com
- Atalay, O. (2010). Cahiliye döneminde putlar ve putçuluk. *İslâmi İlimler Dergisi*, 5(1), 91-105. corumcagri.org.tr
- Attâr, F. (2007). *Evlîya tezkireleri* (Çev. S. Uludağ). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Bamberg, M. (2012). *Narrative analysis*. APA Press. psycnet.apa.org
- Bekiroğlu, N. (2006). *Yûsuf ile Züleyhâ*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Benwell, B. & Stokoe, E. (2006). *Discourse and identity*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Bilmen, Ö. N. (1964). *Kur'anı Kerim'in Türkçe meâli âlisi ve tefsiri* (Cilt 3). İstanbul: Bilmen Yayınevi.
- Bozkurt, T. (2011). *Sevgi ve aşk çağlayanı Yunus Emre* (Ed. K. Yusufoglu). İstanbul: Nakkaş Yapım.
- Bulut, M. (2011). *Delilleriyle İslam akaidi*. İstanbul: Erkam Yayınları.
- Ceyhan, A. & Koyuncu, F. (2017). Dört halifeye dair menkıbeler ve Râfizî'ye nasihatler. *Sosyal Bilimler Dergisi/Journal of Social Sciences* 41(1).
- Cortazzi, M. (1994). Narrative analysis. *Language Teaching*, 27(3), 157-70. doi: <https://doi.org/10.1017/S026144480007801>.
- Çantay, H. B. (1957). *Kur'an-ı hakîm ve meâl-i kerîm*. İstanbul: I. Ahmed Said Matbaası.
- Daşdemir, Ö. (2012). *Halk hikâyesi olarak Yûsuf ile Züleyhâ*. İstanbul: Fenomen Yayıncılık.
- Diñç, A.R. (2022). Aşkın sırrı. *Yenidünya Dergisi* (347), 4-6.
- Diñçer, İ. (2021). *Yûsuf sûresi tefsir*. T.C. Kültür Bakanlığı.
- Döndüren, H. (1995). *Delilleriyle aile ilmihali*. İstanbul: Erkam Yayınları.
- Earthy, S. & Cronin, A. (2008). Narrative analysis. *In Researching social life*. Sage. surrey.ac.uk
- Edwards, E. (1997). *Discourse and cognition*. Sage.
- El-Buhari, S. M. (2018). *Hallerin terbiyesi. Enisü't-talibin ve Uddetü's-salikin makamât-ı alîyye-i Nakşibendiyye* (Çev. S. İzzi). İstanbul: Büyüyenay.
- El-Hânî, M. B. A. (2014). *Âdâb* (Çev. A. Hüsrevoğlu). İstanbul: Erkam Yayınları.
- Emre, Y. (2018). *Yunus Emre'den Seçmeler*. İstanbul: Antik Kitap.
- Eraydın, S. (1997). *Tasavvuf ve tarikatlar*. Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı.
- Erbilî, M. E. (1991). *Divân-ı Es'ad* (Çev. A.N. Tarlan & C. Bayak). İstanbul: Erkam Yayınları.
- Er-Râzi, F. (1988). *Tefsir-i kebir: Mefâtihu'l-gayb*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Franzosi, R. (1998). Narrative analysis-or why (and how) sociologists should be interested in narrative. *Annual review of sociology*, 517-54. <https://www.jstor.org/stable/223492>
- Goldman, S. (1995). *The wiles of women the wiles of men Joseph and Potiphar's wife in ancient near eastern jewish and Islamic folklore*. New York: State University of New York Press.
- Grünbaum, M. (1889). Zu „Jussuf und Suleicha“. *Zeitschrift der deutschen Morgenländischen Gesellschaft*, 43(1), 1-29. <https://www.jstor.org/stable/43366565>

- Halıcı, M. & Bayram, Ö. (2013). *Türk edebiyatındaki Yûsuf u Züleyhâ mesnevilerinde anlatılan konuların kaynakları*. Nevşehir: Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.
- Hamdi, H. (1991). *Yûsuf u Züleyhâ* (Haz. N. Onur). Ankara: Akçağ Yayınları.
- Irâkî, F. I. (2012). *Aşk metafiziği* (Çev. & Not. E. Alkan). İstanbul: Hayykitap.
- İçli, A. (2009). Hamdullah Hamdi'nin Yûsuf u Züleyhâ mesnevisinin kavram ve sembol boyutu. *Ekev Akademi Dergisi*, 13(39), 189-200.
- Karabulut, O. (2018). *Üveysi veli Ladikli Hacı Ahmed Ağa*. Konya: Tekin Kitabevi.
- Karakaya, B. (2012). Garîb'in Yûsuf u Züleyhâ'sı. *Türklük Bilimi Araştırmaları Dergisi*, 17(31).
- Karaman, H., Özek, A., Dönmez, İ. K., Çağrı, M., Gümüş, S., & Turgut, A. (2004). *Kuran-ı Kerim ve açıklamalı meâli*. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı.
- Kaval, M. (2011). Mesnevî'de aşk ve âşık. *Ekev Akademi Dergisi*, 15(49).
- Kelâbâzî, E. B. (1992). *Doğuş devrinde tasavvuf, ta'arruf* (Haz. S. Uludağ). İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Kısakürek, N. F. (2014). *Çöle inen nur*. İstanbul: Büyük Doğu Yayınları Basım Yayın Prodüksiyon.
- Kiraz, S. (2016). Dünya ve Türk sinemalarından örneklerle sinemada rüyaların kullanımı. *Gümüshane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(2).
- Kocakaplan, İ. (2017). Garipnâme'de aşkın hâlleri. *Türk Dili*, 67(785). tdk.gov.tr.
- Koncu, H. (2007). Yûsuf ve Züleyhâ bibliyografyası. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 5(10), 617-30.
- Koncu, H. (2013). *Yûsuf ve Züleyhâ*. TDV İslâm Ansiklopedisi, 44, 38-40.
- Kuşeyrî, A. (2013). *Kuşeyrî risâlesi*. İstanbul: Çelik Yayınevi.
- Maref, M., Mosallaiepour Y. A., & Ghasemi Hamed, M. (2015). A study of the interpretive traditions of the two sects on the question of the marriage of Yusuf and Zulaikha. *Hadith Studies* 7(13), 7-32. <https://www.sid.ir/en/journal/ViewPaper.aspx?id=481116>
- Merguerian, G. K., & Najmabadi, A. (1997). Zulaikha and Yusuf: Whose 'best story'?. *International Journal of Middle East Studies*, 29(4), 485-508. <http://www.jstor.org/stable/164399>
- Mertens, D. M. (2019). *Research and evaluation in education and psychology: Integrating diversity with quantitative, qualitative, and mixed methods*. Sage publications.
- Mevlânâ, C.R. (2018). *Mesnevî-i şerif* (Cilt 3). Sufi Kitap.
- Mursyid, A., & Amalia, Z. K. (2016). Benarkah Yusuf dan Zulaikha menikah? Analisa riwayat Isra'iliyyat dalam kitab tafsir. *Wawasan: Jurnal Ilmiah Agama dan Sosial Budaya*, 1(1), 94-115. doi: <https://doi.org/10.15575/jw.v1i1.581>.
- Noori, A. D. S. (2019). Kur'ân-ı Kerim ışığında küfür ve gulûve getirilen çözümler. *Atlas Journal*, 5(18), 269-82. atlasjournal.net
- Özkul, Y. (2019). *Azmi-zade Haleti divanı'nın tahlili*. Sakarya Üniversitesi, Doktora Tezi. <https://hdl.handle.net/20.500.12619/77172>
- Öztürk, Z. (2013). *Züleyha*. TDV İslâm Ansiklopedisi, 44, 552-53.
- Paşa, Â. (2000). *Garib-nâme-4* (Haz. K. Yavuz). Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Rabbani, İ. (2011). *Mektubat-ı Rabbani-2*. İstanbul: Çelik Yayınevi.
- Ramazanoğlu, M. S. (2015). *Hazret-i Yûsuf aleyhisselâm Yûsuf sûresi tefsiri*. İstanbul: Erkam Yayınları.
- Ramazanoğlu, M. S. (2020). *Musâhabe-6*. İstanbul: Erkam Yayınları.

- Ridwan, M. H. (2018). Analisis watak tokoh dalam novel kitab cinta Yusuf Zulaikha karya taufiqurrohman al-Azizi. *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, 9(2), 398-408. doi: <https://doi.org/10.30739/darussalam.v9i2.238>.
- Riessman, C. K. (1993). *Narrative analysis* (Vol 30). Newbury Park, USA: Sage.
- Settârî, C. (2014). *Züleyhâ'nın aşk derdi Hz. Yûsuf hikâyesi* (Çev. M. Kanar). İstanbul: Şule Yayınları.
- Shackle, C. (1995). Between scripture and romance: The Yusuf-Zulaikha Story in Panjabi. *South Asia Research*, 15(2), 153-88. doi: <http://10.1177/0226272809501500201>.
- Soysaldı, İ. (1998). Tasavvufta aşk ve marifet. *Fırat Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (3), 187-216.
- Şanlı, İ. (2010). Molla Cami'nin Yûsuf u Züleyhâ'sının bilinmeyen iki Türkçe şerhi. *Turkish Studies*, 5(1), 1328-1345.
- Şemsüddin, M. N. (1979). *Tam Miftah'ül-Kulub kalplerin anahtarı*. İstanbul: Salah Bilici Kitabevi Yayınları.
- Taiai, S. (2019). "Hamdım, piştim, yandım": *The outer and inner roles of the Mevlevî kitchen*. İbn Haldun Üniversitesi Medeniyetler İttifakı Enstitüsü, Master's Thesis.
- Tarhan, N. (2014). *Aşk terapi*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Türkan, K. (2019). Âşık Seyrânî'nin söylemiyle Yûsuf kıssası/Âşık Seyrani'nin sözüyle Yûsuf mesajı. *Türük Uluslararası Dil, Edebiyat ve Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, (18), 45-55. doi: <http://dx.doi.org/10.12992/TURUK799>.
- Türker, Ö. (2006). *Nefis*. TDV İslâm Ansiklopedisi, 32, 529-531.
- Uludağ, S. (2022). *Bâyezîd-i Bistâmî*. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Yavuz, K. (2005). Leylâ ile Mecnûn hikâyesinin edebiyattaki yeri. *Modern Türklük Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 57-69. <http://mtad.humanity.ankara.edu.tr>
- Yazır, E. M. H. (2015). *Kur'an-ı Kerim ve Türkçe mealı*. Narcissus. me
- Yenibaş, H. (2012). *Peygamberler tarihi* (4. baskı). İstanbul: Işık Yayınları.
- Yılmaz, H. K. (2004). *Tasavvuf ve tarikatlar*. İstanbul: Ensar Neşriyatı.

İnternet Kaynakları

- Antoloji. (2002). "Şehvetin Adını Aşk Koydular". Eylül 2022 tarihinde <https://www.antoloji.com/sehvetin-adini-ask-koydular-siiri/> adresinden alındı.
- Çalar, Z. (2022). "Gönül Hayran Oluptur Aşk Elinden". Yunus Emre şiirleri. Eylül 2022 tarihinde <https://yunusemresiirleri.blogspot.com/2008/05/gnl-hayran-oluptur-ak-elinden.html> adresinden alındı.
- Kanal 7. (2008). *Hz. Yûsuf Dizisi* (1-45 Bölüm). Eylül 2022 tarihinde <https://www.kanal7.com/dizi/dizi-hz-yusuf> adresinden alındı.
- Nursi, S. (2016). *Risale-i Nur külliyatı sekizinci mektup*. Eylül 2022 tarihinde <https://www.risaleinur.hizmetvakfi.org/etiket/8-mektup/> adresinden alındı.
- Sekülü, A. (2011). *Kenan'lı Yûsuf*. Eylül 2022 tarihinde <https://www.yenimakale.com/salih-babadan-canaanli-yusuf.html> adresinden alındı.

BÖLÜM 8

DİJİTAL PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE OYUNLAŞTIRMA

Doç. Dr. Hatice AYDIN¹

¹ Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi, Ömer Seyfettin Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, Balıkesir, Türkiye, haydin@bandirma.edu.tr, Orcid No: 0000-0002-5581-7216

GİRİŞ

Pazarlama sektöründe günümüz dinamiklerinin farklı bir noktaya gelmesi ile müşterileri etkilemek ve onlara ulaşabilmek, eskisinden daha zor bir durum haline gelmiştir. Ürün ve hizmetleri müşterilere ulaştırmak ya da onların gözünde fark yaratmak, artık daha yaratıcı stratejilerden yararlanmak ile mümkündür. Oyunlaştırma, pazarlama iletişimini etkin kılmada yararlanılan günümüz yenilikçi ve dijital ortama kolay entegre olabilen stratejilerden biridir.

Oyunlaştırma, oyun oynamanın bazı unsurlarının farklı alanlara uygulanma şekli olup ürün, hizmet veya işletme ile etkileşimi sağlamada yararlanılan çevrimiçi pazarlama tekniğidir (DeMarco ve Chau, 2013). Bu strateji ile markalar; etki düzeyini arttırmak için müşterileri bir oyuncuya dönüştürmekte, marka sadakati oluşturmayı ve değer yaratmayı hedeflemektedirler. Oyunlaştırma tasarımında başarıyı yakalayan markalar, müşterileri elde tutma konusunda hedeflerine ulaşmış olmaktadır (Esgin, 2022). Oyunlaştırmanın çoğunlukla hedeflenen kitleyi etkilemek, rakiplerden farklılaşmak ve yenilikçi görünmek gibi amaçlar taşıdığı söylenebilmektedir. Pazarlama iletişimini oyunlaştırma ile sağlayan markalarda öncelikli amaç; hedef kitle üzerinde bir etki yaratmaktır. Bu bağlamda oyunlaştırmanın sadece bir oyun olarak algılanmaması ve tek başına bir pazarlama stratejisi olarak da değerlendirilmemesi gerekmektedir. Oyunlaştırma, oyunun pazarlama iletişiminde kullanılması ile anlam kazanmakta ve doğru konumlandırılması ile hedeflenen etkinin yaratılması mümkün olmaktadır. Önemli bir strateji olması nedeni ile oyunlaştırma, birçok araştırmanın da odak noktasındadır. Araştırma raporlarına göre oyunlaştırma küresel pazar büyüklüğünün de 2019 yılında 6,33 milyar ABD doları olduğu ve 2027 yılına kadar 37 milyar ABD dolarına ulaşacağı beklenmektedir (Fortune Business Insight, 2020).

Birçok araştırmanın gündeminde olan oyunlaştırma, birçok markanın da önemli bir dijital iletişim stratejisidir. Oyunlaştırma ile firmalar; kısa sürede saygınlık kazanabilmekte, marka ve ürün bilinirliğini arttırabilmektedirler. Dijitalleşmeyle birlikte ortaya çıkan oyunlaştırma kavramı, kuruluşların markalarını hedef kitle ile iletişime geçirmede yararlanılan pazarlama uygulama aracı olarak yeni bir boyut kazanmaktadır. Bu nedenlerle markalar için önemli olan, “oyunlaştırmanın nasıl yapılması gerektiği” değildir. Önemli olan asıl konu, kullanıcılarda hedeflenen pazarlama etki düzeyini artırmasıdır. Bu bölümde, markaların etki düzeyleri dikkate alınarak dijital pazarlama

iletişiminden kavramsal düzeyde bahsedilecek ve oyunlaştırmanın sektörel anlamda genel bir değerlendirmesi yapılacaktır.

1. Dijital Pazarlama İletişimi

Teknolojide yaşanan gelişmeler, pazarlama alanında da bazı değişimleri gerekli kılmış ve özellikle 21.yy'da dijital faaliyetler geniş platformlara ulaşabilir konuma gelmiştir. Sosyal mecralar, yeni platformlarda yeni kampanyalar üretme kabiliyetlerini arttırarak daha masraflı olan geleneksel pazarlama faaliyetlerine kıyasla daha az maliyetli bir değişim oluşturmaya başlamışlardır. Sosyal mecraların birçoğu, güncel kalabilmek için sürekli değişim gösterebilir de yeni fikirler ve yatırımlar yaparak kendilerini piyasa koşullarına kabul ettirmeye çalışmaktadırlar. Bir markanın geleneksel medya kanallarında hedef kitlesine ulaşması, dijital medya ile kıyaslandığında çok geride kalmakta ve uygulamalarını dijitale taşıyan markalar daha avantajlı konuma ulaşabilmektedirler. Ayrıca günümüzde bir gün içinde tüketiciler, TV ve internet gibi sosyal medya aracılığı ile çok fazla pazarlama mesajı ile karşı karşıya kalmakta ve mesajların ilgi çekici yönü ve tüketiciler üzerindeki etkisi azalmaktadır. Bu durumda, pazarlama uzmanları farklı yöntemler ve iletişim stratejileri aramaya başlamışlardır. Bu bağlamda oyunlaştırma, tüketicileri farklı ortamlarda eğlendiren ilgi çekici bir strateji olup müşterilerle iletişime geçme konularında dijital pazarlama alanında eşsiz fırsatlar sunmaktadır. Dijital pazarlama alanında müşteri kazanımının ve elde tutulmasının sağlanması, katılımının arttırılması ve marka-müşteri arasındaki bağların kuvvetlendirilmesi gibi birçok konuda oyunlaştırmadan yararlanılmaktadır (Goasduff, 2020).

Markalar, kurumsal hesapları üzerinden kendi oyunlaştırma stratejilerini dijital anlamda farklı şekillerde oluşturmaktadırlar. Örneğin; bazı markalar Twitter üzerindeki "retweet" yorumlarını bir yarışa dönüştürmekte ve kullanıcılarının markalarına ait gönderilerinin takipçisi olmayan kişiler tarafından da takip edilmesini sağlamaktadırlar. Böylece söz konusu markanın kendisini kullanıcılarını referans göstererek diğer insanlara yorumlar vb. aracılığı ile sunması mümkün hale gelmektedir.

Dijital pazarlamanın popüler olduğu günümüzde kurumlar, bir pazarlama dili oluşturmaya çalışmakta ve yakın gelecekte de birçok farklı strateji ile dijitalleşmeyi sürdürecekleri beklenmektedir. Çünkü dijital pazarlamanın

ulaşmaya çalıştığı kitlenin oyunlaştırma stratejisi ile ulaşılabilecek bir kitle olduğu düşünülmektedir.

2. Oyunlaştırma Kavramı

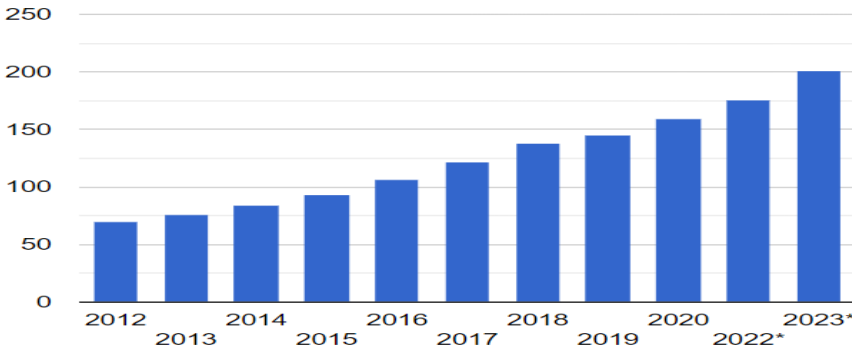
Oyunlaştırma, ilk olarak Brett Terill tarafından 2008 yılında bir blog gönderisinde etkileşimi arttırmak için oyun mekaniklerini web özelliklerine uygulama şekli olarak tanımlanmıştır (Huotari ve Hamari, 2012). Günümüz gerçek dünyası, oyunlarda çok farklı şekillerde karşımıza çıkmaktadır. Çocukların, gençlerin ve hatta yetişkinlerin günlük hayatının bir parçası olan dijital oyunlar; bir oyun motor yazılımı aracılığı ile yapılandırılmakta ve oyun dünyasının gerçekçi tasarlanmasına imkân sağlamaktadır. Oyunların içerdiği oyun odaklı olanaklar, oyun dışında da üretkenliği ve katılımı artırmak için kullanılmaktadır. Tüm bu gelişmeler sayesinde oyunlaştırma, günlük hayatımızın merkezinde yer alan bir kavram haline gelmektedir. Oyunlaştırma ile deneyimler, oyun yoluyla öğrenme sürecine aktarılmaktadır (Sezgin vd., 2018).

Oyunlaştırma, markanın bakış açısını tüketiciye eğlenceli bir şekilde anlatmasıdır. Bu bağlamda oyunlaştırma; satın alma sürecini eğlenceli hale getirme, ürün ve müşteri arasındaki bağı güçlendirme ve tasarlanan bir oyun fikrinin planlanan iş süreci ile uyumlu uygulanma çabası olarak da ifade edilebilmektedir. Bu yönüyle değerlendirildiğinde, oyunlaştırmanın eğlence amacı dışında belli bir motivasyonu teşvik etme aracı olarak da kullanılma durumu söz konusu olmaktadır (Sailer vd, 2013). Markaların bir oyun kurgusu ile tüketiciye ürünlerini sunması, iletişim kampanyalarını oluşturması ve duyurması diğer amaçlardan bazılarıdır. Oyun kurgusunda yararlanılan bileşenler olarak rozet, puanlama, seviye atlama ve rakip sıralama gibi yöntemler ve quiz ve anket gibi etkileşimli içerikler de karşımıza çıkmaktadır. Söz konusu bileşenler bireylerde eğlenme, keşfetme ve merak duyma gibi duyguları uyandırmaktadır. Bu yönüyle oyunlaştırmadaki oyun; markaların iletişim kampanyasının müşteriyle ilişkilerinin ve ürün pazarlama süreçlerinin başarısının önemli bir parçası olarak görülmektedir.

Oyunlaştırmada Bartle Taksonomisine göre başarılar, sosyalleşenler, kâşifler ve katiller olmak üzere dört farklı oyuncu tipi bulunmaktadır. Başarılar olarak ifade edilen oyuncu tipi; hedefe ulaşmaya çalışmakta olup rozet toplamak, yüksek puanlar almak ve diğerlerinin önüne

geçmek isteyenlerdir. Sosyalleşenler, arkadaşlık kurmak amacıyla iken kâşifler, keşif yapmak ve son olarak katiller ise rekabette öne geçmek için çaba göstermektedirler (Helmefalk vd., 2019). Ayrıca her oyuncu tipi oyun esnasında farklı motivasyonlara sahip olup motivasyonu sağlayan öğeler ile oyunlaştırmayı eğlenceli hale getirmektedir. Aksi halde oyundan ayrılacak ve marka ile etkileşimi sonlandırmış olacaktır. Bu sebeple markanın oyuncu tiplerinin hedef kitlesi ile uyumu önem taşımaktadır. Oyunlaştırmada oyuncu tipleri yanında kullanılan ödül sistemi de önem taşımaktadır. SAPS (status, Access, power, stuff) olarak ifade edilen ödül sisteminde statü, erişim, güç ve eşya/ürün ödül kullanılan araçlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Statü; kazanılan rozetler, seviye ve skorlar ile diğer oyuncunun önüne geçme; erişim, yeni ürünlere indirimli olarak ilk erişim sağlama (VIP koltuklarına erişim gibi); güç, diğer oyuncular üzerinde kontrol sağlama (bir markanın tanıtımında yararlanma) ve ürün/eşya ise ücretsiz ürün verilmesi anlamına gelen ödüller olarak ifade edilmektedir (Zichermann ve Cunningham, 2011).

Marka ve müşteri arasında bağ kurabilmeyi kolaylaştıran oyunlaştırma, marka bilinirliğini ve yeni müşteri sayısını arttırmaktadır. İşletmeler, tüketiciye kusursuzca cevap verecek oyunlaştırma gibi stratejiler geliştirdiklerinde marka sadakatini arttırabilmekte ve yeni müşterilere sadık müşterilerin referansı ile ulaşabilmektedirler. Bu durum, müşterilerin satın alma motivasyonunu pozitif yönde değiştirebilmektedir. Oyunlaştırmanın yararları dikkate alındığında yıllara göre değer artışına sahip olduğu ve özellikle 2023 yılında değer artışının birçok kullanım alanına da yansdığı görülebilmektedir.



Şekil 1: Oyun Endüstrisinin Değer Artışı (WePC, 2021)

Aşağıda oyunlaştırmanın sektörel olarak kullanım alanlarından da bahsedilmektedir.

2.1.Oyunlaştırmanın Kullanım Alanları

Dünyanın dijitalleşmesi ile birlikte yeniliklerde artış meydana gelmekte, kurumlar müşterilerinde ve çalışanlarında ve eğitimciler öğrencilerinde farkındalık uyandırmak için çeşitli stratejilere başvurumaktadırlar. Hem fiziksel hem de dijital ortamlarda farklı sektörler için oyunlaştırmaya gidilmektedir. Oyunlaştırmanın temelini oluşturan oyunlar eğlence alanından ticaret, eğitim ve üretim (Johnson vd., 2013); sağlık, psikoloji, tasarım ve özellikle de pazarlama gibi çok fazla alanda karşımıza çıkmaktadır (Jagoda, 2013). Bir toplumun kültürünü anlatan göstergelerden biri olarak değerlendirilen oyunlar; günümüzde eğitim, güvenlik, reklam, tanıtım, sağlık, turizm vb. birçok alanda farkındalık oluşturma amaçlı kullanılan bir yöntem hâline gelmektedir (Duğan, 2022).

Oyunlaştırma sağlık ve eğitim alanında rozetler, skor tabloları, ilerleme barları ve görselleri gibi birçok araç kullanılarak karşımıza çıkmaktadır (O'Donovan, 2012). Bu araçlar kullanılarak aktarılmak istenen bilgi, üç boyutlu tasarımlar ve oyun sistemi içerisinde sanal gerçeklik ortamı sağlamaktadır (Gökkaya ve Deniz, 2014). Eğitim ve sağlık alanları dışında iş dünyasında da oyunlaştırmadan yararlanılarak işe alım süreçleri daha sağlıklı yürütülebilmektedir. Yılın en iyi çalışanın seçildiği oyunlar, oyunlaştırma stratejisinde kullanılan araçlardan sadece biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Oyunlaştırma uygulamaları yönetim, sağlık, sürdürülebilirlik, eğitim, ulaşım ve turizm gibi geniş kullanım alanlarına sahiptir. Birçok alanda kullanımı giderek artan oyunlaştırma stratejisinin turizm, eğitim, sağlık ve özellikle de pazarlama alanlarında yaygın kullanıldığı bilinmektedir.

Turizm sektöründe mücadele türünde uygulamalar ile oyunlaştırmadan yararlanılmakta ve bölgesel tanıtımlar ile kültürel miras hakkında bilgi toplanmakta ve puan kazanılmaktadır (Abou-Shouk ve Soliman, 2021). Turizm sektöründe daha çok teknoloji turizm işletmesini tanıtmak için kullanılmaktadır. Oynanan oyunlar; eğlendirici konum tabanlı oyunlar olup oyunun tasarımı, tanıtımı, oynanabilirliği, merak ve rekabet oyuncu için önem taşımaktadır (Xu vd. 2013). Oyunlarda turistik bir destinasyon oyun haritasında

yer almakta ve mekânın adı oyunda fethedilecek bir yer şeklinde gösterilebilmektedir. Böylece marka bilinirliği, müşteri sadakati ve destinasyon imajı artırılmaktadır.

Eğitim alanında sınıf içi yönetimi ve öğretmen-veli-öğrenci arasındaki iletişimi sağlamada oyunlaştırmadan yararlanılmaktadır. Eğitim sektöründe kullanılan bir sanal sınıf uygulamasıdır. Eğitim alanındaki uygulamalar, Android veya iOS işletim sistemli olup mobil cihazlar üzerinden ücretsiz erişilebilir özelliğindedir. Uygulamada öğrenciler, sevimli canavar tiplemesindeki avatarlar ile temsil edilmektedir. Öğretmen öğrenciye olumlu bildirimde bulunduğu öğrenci puan toplamakta ve böylece avatarını fiziksel olarak (göz rengi, vb.) değiştirebilmektedir. Öğrencilerin avatarları geliştirme arzusu ve rekabet duygusu sınıf içi etkinliklere katılım düzeylerini arttırmaktadır. Öğretmen yanında veliler de çocukların ev içerisindeki davranışlarına puan vermekte ve kazanılan puanlar ile dans partisi ve sinema gecesi gibi hediyeler kazanılabilmektedir (Classdojo, 2022). Böylece oyunlaştırma sayesinde eğitimde etkinlik ve farkındalık artırılabilir.

Sağlık alanında ücretsiz kullanılan oyunlaştırma uygulamalarında günlük adım sayısı ve yakılan kalori miktarı gibi bilgiler görüntülenmektedir. Uygulama içerisinde hedefler, liderlik tabloları, ödüller ve puanlar bulunmakta ve kullanıcının rekabet etme duygusuna etki edilmektedir. Nike Plus, sağlık ve spor ve Foursquare ise sosyal alanda en iyi oyunlaştırma örnekleridir. Nike Plus ile kullanıcıların koştukları süre ve mesafeler bileklik aracılığıyla belirlenmekte ve spor yapma istekleri artmaktadır. Kullanıcı, uygulama ile diğer kullanıcılarla yarışmakta ve kazanılan skora dikkate alınarak lider tablosuna puanı yazılmaktadır (Zichermann ve Cunningham, 2011). Foursquare uygulaması ile kullanıcılar buldukları yerleri puanlamakta, uygun mekân önerileri sunmakta, bulunulan yeri bildirerek rozet kazanmakta ve liderlik tablosu oluşturmaktadır. Bu uygulamalar dışında sağlık alanında başka uygulamalardan da yararlanılmaktadır. Abbott, Pediatri alanında; Change Talk, çocukluk dönemi obezitesi ile mücadelede; CogCubed-Cognitive Games For Health, çocuk ve yetişkinlerde dikkat eksikliği alanında; Patient Partner, diyabet hastalığına dikkat çekmede; ManhoHealth, ilaç kullanan hastalar için hatırlatma yapmada ve Fitocracy, fitness yapmada kullanılan bir uygulamadır (Zülam, 2019). Bu uygulamalar ile de sağlık alanında bilgi ve farkındalık

artırılmakta, bireylerin sağlıklarını eğlenceli bir şekilde kontrol altına almaları ve dijital iletişimden sağlık alanında yararlanmaları sağlanmaktadır.

2.2.Pazarlama Sektöründe Kullanımı

Oyunlaştırma olgusunun pazarlamada daha çok hizmet pazarlaması alanında (Huotari ve Hamari, 2012) özellikle e-bankacılık uygulamalarında (Rodrigues vd., 2016) ve turizm sektöründe (Xu vd., 2016) müşterilerinin hizmete katılımına olan etkisini değerlendirmede yararlanıldığı düşünülmektedir.

Günümüzde pazarlama sektöründe yapılan birçok oyunlaştırma stratejisinin yeniliği takip etmek ve rekabette farklılaşmak için kullanıldığı söylenebilmektedir. Oysaki pazarlama iletişiminde markalar için önemli olan, hedef kitle üzerinde bütünleşmiş planlı bir etki oluşturmaktır. Dijital pazarlama alanında ise markalar, dijital platformlardan müşterileri ile etkileşime geçmek, deneyim kazanmak ve marka etkisi oluşturmak için bir kurgu tasarlarlarken oyunlaştırmadan yoğun şekilde yararlanmaktadırlar. Oyunlaştırma uygulamasının ticari yönden başarılı olması, güven sağlaması, keyif vermesi, kullanım kolaylığına sahip olması ve sadakat oluşturması nedenleri ile kullanıcıların davranışlarını etkilediği ve kullanımının yaygınlaştığı düşünülmektedir (Wu ve Liu, 2007; Yoon, 2009). Dijital pazarlama iletişimi açısından bu yöntemin satın alma niyetinde de olumlu yönde bir etki oluşturduğu söylenebilmektedir (Akhan vd., 2017). Oyunlaştırmanın dijital pazarlamanın iletişim kanalı haline geldiği dikkate alınarak kurumsal yapıya uygun ve tüketicide etki bırakacak şekilde tasarlanması gerekmektedir. Bu bağlamda, pazarlamada oyunlaştırmanın nasıl ve neden yapıldığı da önem taşımaktadır. Bu bölümde bazı markaların oyunlaştırma stratejileri hakkında bilgi verilecektir.

Samsung, Pepsi, Nissan, Xerox, Microsoft vb. birçok marka müşteri odaklı bir faaliyet olarak oyunlaştırmadan yararlanmaktadırlar (Robson vd., 2015). Oyunlaştırma kapsamında müşteri, tüketim hareketini başka müşterilerle karşılaştırmakta ve sosyal medya aracılığı ile paylaşmaktadırlar. Bunun yanında puan, seviye ve rozet kazanımı da teşvik edici diğer uygulama unsurları olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle sürdürülebilir firma ya da çevre dostu faaliyetlerin desteklenmesi için de oyunlaştırma uygulamalarından son zamanlarda sıkça yararlanılmaktadır. Bu bağlamda enerji tasarrufu gibi

sosyal ve toplumsal yönden yarar sağlamaya (Wee ve Choong, 2019), çevresel kaygıları iletmeye ve kurumsal sosyal sorumluluk alanındaki potansiyeli etkilemeye yönelik kullanım alanları da bulunmaktadır (Maltseva vd., 2019). Ancak ilk ve en yaygın kullanımın pazarlama alanında karşımıza çıktığı söylenebilmektedir (Özkan ve Taşkırın, 2019: 17). Pazarlama alanında en bilinen uygulamalar ve öne çıkan markalar temelinde bilgiler aşağıdaki gibi verilmiştir.

Türkiye'nin önde gelen yemek sipariş sitelerinden biri olan **Yemeksepeti**, oyunlaştırmanın farkında olan ilk örneklerdendir. Firmaya yemek siparişi veren müşteriler, rozet ya da puan kazanmaktadırlar. Kazanılan rozet ve puanlar arasında bir sıralama yapılmakta ve hafta ya da ay bazında birinci olan kullanıcı sipariş verilen bölgenin muhtarı olmakta ve sitenin kendisine sunduğu avantajlardan da yararlanmaktadır. Kullanıcı puanları ve görevleri gibi ayrıntılar profil sayfalarında görülmekte ve facebooka bağlananlar, arkadaşlarının Yemeksepeti sayfalarında nerede ve ne yediklerini takip edebilmektedirler. Yemek sektöründe **Dominos** da kullanıcıların pizza yapma deneyimi yaşamaları için oyunlaştırma uygulaması oluşturmuştur. Kullanıcılar bu uygulama ile pizza malzemesini kendileri seçmekte, hamurunu ve sosunu kendileri yapmakta, fırına verdikten sonra yapılan pizzanın siparişi de verilebilmekte ve hatta pizzası beğenilen kişilere Dominos iş tekliflerinde bulunmaktadır. **McDonalds**, Monopoly oyununu ile müşterilerine yemek yeme ve yerken de eğlenme fırsatı sağlamaktadır. Böylece satışları ciddi artış göstermekte ve istediği müşteri potansiyelini yakalayabilmektedir. **Pleasure Hunt** adı verilen akıllı bir çevrimiçi beceri oyunu ile **Magnum**, oyunlaştırmayı kullanmıştır. Uygulamada, oyuncular bir karakteri kontrol etmektedirler. Oyundaki karakter bir web sitesinden diğerine atlarken ya da çeşitli markaları ziyaret ederken çikolata toplamaktadırlar. Oyunu tamamlayan oyuncular, sonuçlarını Facebook ve Twitter'daki ağlarında paylaşım yaparak teşvik etmektedirler.

İçecek sektöründe Coca-Cola'nın "salla da kazan" oyunlaştırma uygulamasında markanın reklamı yayınlandığı saatte uygulamayı açıp sallayan kullanıcılar McDonald'dan indirimli menü gibi ödüller kazanabilmektedirler. **Starbucks**, My Starbucks Rewards aracılığıyla oyunlaştırma stratejisini uygulamakta, müşteri katılımını ve sadakatini arttırmaya çalışmaktadır. Uygulama üyesi olan müşteriler her satın alma işleminde puan kazanmakta,

ücretsiz yiyecek ve içecek gibi ürünler ya da ödüller almaktadırlar. Müşteriler daha fazla yıldız kazandıkça altın statüsüne ulaşmakta ve en iyi ödülleri alabilmektedirler. Oyunlaştırma esnasında oyunun farklı aşamalarında müşteri, ilk olarak kullanıcıya ve sonra da oyuncuya dönüştürülmektedir. **Kahve dünyası**, iOS ve Android mağazalarından erişilebilen oyunlaştırılmış mobil uygulamadan yararlanan bir markadır. Söz konusu marka uygulamasında, ödül ya da puanlar çekirdek olarak ifade edilmekte ve 1 çekirdek 1 Türk lirası değerine eşit sayılmaktadır. Tüm alışverişlerden biriktirilen çekirdeklerle yeni alışveriş imkânları elde edilmekte ve kişiye özel kampanyalar elde edilmektedir.

BiTaksi uygulaması ile kullanıcının bindiği taksinin plakası, şoförün adı ve yolculardan alınan yıldız miktarı görülebilmektedir. Uygulama ile yolculuk bitince şoföre puan verilebilmekte ve şoförlerin toplam puanı sonraki müşteriler tarafından ekranda görülebilmektedir. Her ay sonunda platformu en çok kullanan, puan alan ve kilometre yapan şoförler çeşitli hediyelerin sahibi olabilmektedirler. Uygulama sayesinde şoförler bir yandan keyifli bir rekabetin içine girmekte ve diğer yandan daha kaliteli bir hizmet için çaba göstermektedirler.

Kitapyurdu web sitesinde kitap okuma durumunun bildirilmesi ile puanlar kazanılmakta ve beğenilen kitaplar yıldız kitap durumunda olmaktadır. Okuyucu, kitap satın aldığı anda puanlar kazanmakta ve yüksek puanlar sonraki kitap siparişinde kullanılmak üzere kullanıcının profilinde gözükmektedir. İstenilen kitabın puanı kazanılınca o kitap ücretsiz alınabilmektedir.

Nike + Fuelband oyunlaştırma uygulaması, atletik izleme cihazlarını kullanmayı teşvik eden bir uygulamadır. Uygulama, kullanıcıların başarılarını paylaşmasına ve karşılaştırmasına olanak tanımaktadır. Kilometre taşlarına ulaşan ve atletik başarılar elde edenlere kupa ve rozet verilmekte, tüketicilerin ürünleri kullanması ve daha fazla ödül kazanması sağlanmaktadır. Kişiselleştirilmiş fitness takibi ile müşteriler hakkında bilgiler toplanmaktadır.

Dijital etkileşimin tüketicinin markayı fark etmesinde etkisi olan oyunlaştırma stratejisinde hikayeleştirme, ödül, rozet, takip ve raporlama sistemi gibi birçok yeni kavrama da markanın uygulamasında yer verilmektedir. Ancak pazarlama alanında oldukça yeni olan bu stratejinin tüketici ile tam olarak bütünleşebilmesi ve beklenen etkiyi oluşturabilmesi için

kullanıcıların kendileri için bir fayda bulmaları, kurguyu anlamaları, hediyelerin kendilerini motive etmesi ve fayda sağlaması gerekmektedir. Bu bağlamda; pazarlama strateji olarak oyunlaştırmadan yararlanırken “neden?” sorusuna cevap aranmalı ve hangi probleme çözüm arandığı açık şekilde belirtilmelidir. Oyunlaştırma tek başına bir strateji olarak değerlendirilmemeli ve pazarlama sektörünün hedef kitlenin beklentilerini karşılamada yararlandığı bir araç olarak da görülmelidir. Bu bağlamda oyunlaştırmanın bir oyun ve tek başına da bir strateji olmadığı dikkate alınmalıdır. Hedef kitle ile doğru etkileşime geçilmesi ve istenen etkinin yaratılması için oyunlaştırmanın markalar tarafından doğru kullanımının gerekliliği yanında amaç ve araç olarak kullanımının birbirinden ayırt edilmesi gerekmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Oyunlaştırma, eğitim alanında öğrencileri eğitim sürecine dâhil etme faaliyetlerinden pazarlama alanında müşteri katılımı sağlamaya varana dek birçok alanda kullanılan yeni nesil bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Sağlık, turizm ve eğitim başta olmak üzere birçok alanda kullanılan oyunlaştırma stratejisinden pazarlama alanında da markaların iletişim stratejileri olarak yararlanılmaktadır. Bu bağlamda pazarlama alanında da dijital çağa uygun yeni bir iletişim trendi olarak da ifade edilebilmektedir.

Bu bölümde, pazarlama alanındaki oyunlaştırma örneklerine en popüler olan markalar temelinde ulaşılmaya çalışılmıştır. Görüldüğü gibi hayatımızın erken dönemlerinde yer alan oyunlaştırma, daha çok yiyecek-içecek sektöründe kullanılan bir strateji olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum dikkate alındığında gıdaların kullanım reçetelerinin tanıtımında, kullanım şeklinin anlatımında, son kullanma tarihi tanıtımında vb. birçok alanda yararlanılabilecek bir strateji olarak faaliyet alanlarının geliştirilmesi gerekmektedir. Özellikle fastfood ürünlerinin obeziteye yol açtığı göz önünde bulundurulduğunda oyunlaştırma ile zararlar konusunda bilgiler verilebilir ve sağlıklı yaşamı destekleyici uyarılar yapılarak farkındalık oluşturulabilir.

Oyunlaştırmada oyuncu tipleri, oyun hikâyesi, oyun mekaniği, rozetler, ödüller, takip ve raporlama sistemleri gibi birçok mekanizmadan da yararlanılmaktadır. Bu mekanizmaların çağın gereklerine uygun olarak artırılması (dijitalleşme ve sanal gerçeklik uygulamaları ile) ve farklılaştırılması (tatil kazanılması gibi) gerekmektedir. Ayrıca pazarlama

iletişimi için oldukça yeni olan oyunlaştırmanın, tüm firma alanlarında (ajans, deneyim tasarımcıları ve yazılımcılar) birlikte ele alınması gereken bir dijital dönüşüm stratejisi olduğu dikkate alınarak oyun tasarımı yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Akhan, C. E., Özdemir, E., & Şenol, G. (2017). Consumers' Ingame Purchases In Online Games: Exploring Antecedents and Motivating Factors. *Social Science Studies Journal*, 3(12), 2117-2125.
- Abou-Shouk, M., & Soliman, M. (2021). The Impact of Gamification Adoption Intention on Brand Awareness and Loyalty In Tourism: The Mediating Effect of Customer Engagement. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 100559.
- Classdojo (2022). Sınıfınızı Bir Topluluğa Çevirin, Erişim Adresi: <http://www.classdojo.com/tr-tr/>
- DeMarco, R., & Chau, L. (2013). What Starbucks Gets About Loyalty. Erişim Adresi: <https://www.usnews.com/opinion/blogs/economicintelligence/2013/11/20/what-starbucks-gets-about-gamification-and-loyalty>.
- Duğan, Ö (2022). Dijital Çağda Öğrenme Aracı Olarak Oyunlaştırmanın Sağlık Okuryazarlığı Üzerindeki Rolü. *TRT Akademi*, 7(14), 262-285.
- Esgin, Y(2022). Oyunlaştırmada Hedeflenen Etki Düzeylerinin Pazarlama İletişimi Bağlamında Kullanımı Üzerine Bir İnceleme. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 10(21), 113-135.
- Fortune Business Insight. (2020). Gamification Market. Erişim Adresi: <https://www.fortunebusinessinsights.com/industry-reports/gamification-market-100632>.
- Goasduff, L. (2020, Ocak). How Gamification Boosts Consumer Engagement. Erişim Adresi: <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/how-gamification-boosts-consumer>
- Gökkaya, Z., & Deniz, L. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Bilgisayar Oyunu Oynama Alışkanlıkları ve Oyun Tercihleri: Marmara Üniversitesi Örneği. *The Journal of Academic Social Sciences*, 2(6), 58-73.
- Helmefalk, M., Lundqvist, S., & Marcusson, L. (2019). The Role of Mechanics in Gamification: An Interdisciplinary Perspective. *International Journal of Virtual and Augmented Reality*, 1(3), 18-41.
- Huotari, K., & Hamari, J (2012). Defining Gamification-A Service Marketing Perspective. *MindTrek'12*, 3(5), 17-22.
- Jagoda, P. (2013). Gamification and Other Forms of Play, *Boundary 2*, 40(2), 113-144.
- Johnson, L., Adams Becker, S., & Cummins, M. (2013). *NMC Horizon Report: 2013 Higher Education Edition*. Austin, Texas
- Maltseva, K., Fieseler, C., & Trittin-Ulbrich, H. (2019). The Challenges of Gamifying CSR Communication. *Corporate Communications: An International Journal*, 24(1), 44-62.
- O'Donovan, S. (2012). Gamification of the Games Course. Echnical Report CS12-04-00, Department of Computer Science, University of Cape Town.
- Özkan, Ç., & Taşkıran, H. B. (2019). Kurum İçi İletişim Stratejileri Bağlamında Oyunlaştırma Kullanımı: Bankacılık Sektörü Üzerine Bir Araştırma, *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 5(1), 15-47.

- Robson, K.; Plangger, K.; Kietzmann, J. H.; McCarthy, I., & Pitt, L. (2015). Is It All Game? Understanding the Principles of Gamification. *Business Horizons*, 58(4), 411-420.
- Rodrigues, L. F., Oliveira, A., ve Costa, C. (2016). Playing Seriously–How Gamification and Social Cues Influence Bank Customers to Use Gamified e-business Applications. *Computers in Human Behavior*, 63, 392-407.
- Sailer, Michael; Hense, Jan; Mandl, Heinz ve Klevers, Markus (2013). Psychological Perspectives on Motivation Through Gamification. *Interaction Design and Architecture(s) Journal*. 19, 28-37.
- Sezgin, S., Bozkurt, A., Yılmaz, E. A., & Van Der Linden, N. (2018). Oyunlaştırma, Eğitim Ve Kuramsal Yaklaşımlar: Öğrenme Süreçlerinde Motivasyon, Adanmışlık ve Sürdürülebilirlik. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. (45), 169-189.
- Wee, S.C., Choong, W.W. (2019). Gamification: Predicting The Effectiveness of Variety Game Design Elements to Intrinsically Motivate Users' Energy Conservation Behaviour. *Journal of Environmental Management*. 233, 97–106
- WePC. (2021). Video Game Industry Statistics In 2020. WePC, Erişim Adresi: <https://wepc.com/news/video-game-statistics/#video-gaming-industry-overview>
- Wu, J., & Liu, D. (2007). The effects of trust and enjoyment on intention to play online games. *Journal of electronic commerce research*, 8(2).
- Xu, F. Tian, F., Buhalis, D., Weber, J., & Zhang, H. (2016). Tourists As Mobile Gamers, The Gamification For Tourism Marketing, *Journal of Travel and Tourism Marketing*. 33 (8), 1124-1142.
- Yoon, C., (2009). The Effects of National Culture Values on Consumer Acceptance of E-Commerce: Online Shoppers in China, *Information Management*, 46(5), 294-301.
- Zichermann, G., & Cunningham, C. (2011). *Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps*. O'Reilly Media, Inc
- Zülam, T. (2019). *Kanser Hastalarına Yönelik Oyunlaştırılmış Bir Web Ortamın Tasarımı ve Geliştirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Afyon.

BÖLÜM 9

GES'LERİN ULAŞIM AĞINA GÖRE UYGUNLUK ANALİZİ: ŞANLIURFA İLİ ÖRNEĞİ¹

Doç. Dr. Abdulkadir GÜZEL²

Uzm. Bekir AKGÜN³

¹ Bu çalışma Bekir AKGÜN'ün “Şanlıurfa İli'nde Kurulu Olan Güneş Enerji Santrallerinin (GES) Coğrafi Açıdan Uygunluk Analizi” başlıklı Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

² Harran üniversitesi Fen-Edebiyat Fak. Coğrafya bölümü orcid:0000-0002-4168-4803

³ İstanbul Emniyet Müdürlüğü orcid: 0000-0004-0457-2358

1.Giriş

Güneş ışınlarından enerji kaynağı olarak yararlanılmasının tarihçesi oldukça eskidir. Güneş enerjisi, MÖ 215'te, Syracuse'yı kuşatan gemilere güneş ışınımını odaklayarak yakan Arşimet yapmıştır (Altıntop ve Erdemir, 2013: 70). Ancak modern anlamda bu alandaki ilk gelişmeler 18. ve 19. yüzyıllarda gerçekleşmiştir. 1767'de İsviçreli bilim adamı Horace de Saussure dünyanın ilk güneş kollektörünü yapmıştır. 1894'te Melvin Seryer güneş hücresini icat etmiştir. 1891'de Aleksandr Stoletov ilk güneş pilini bulmuştur. 1959'da Hoffman Electronics %10 verimlilikte çalışan ilk ticari güneş pilini yapmıştır. 1967'de güneş pilleri uzay aracı Soyuz 1'de kullanılmıştır. 1977'de ABD Başkanı Jimmy Carter Beyaz Saray'da güneş panellerini kullanımını başlatmıştır. 1980'lerde 21 MW olan güneş enerjisinden elektrik üretimi, 2000 yılına gelindiğinde 1000 MW civarına ulaşmıştır (DEKTMK, 2009: 9; Nexten, 2019; Elektrikport, 2012).

Küresel nüfusun katlanarak artması ve yayılması eskiden hiç enerji ihtiyacı duymayan alanların bile enerji ihtiyacının oluşması, endüstriyel gelişim ve çeşitlenme büyük bir zorluk olarak karşımıza çıkmıştır. Topluluklar genişliyor ve daha ıssız alanlara göç ediyor ve teknolojiler geliştiriyor, bu nedenle genel olarak enerji talebini ve özellikle de elektrik enerjisi yükünü artırıyor. Bu nedenle, sürdürülebilir ve sağlıklı bir toplum için güvenli, çevre dostu ve verimli bir enerji kaynağına artık her zamankinden daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır (Nadarajah ve Divagar, 2016 ; Claudia ve Cinzia, 2018).

Güneş enerjisi bu nedenle önemlidir. Güneş enerjisinin kullanım kolaylığı, potansiyeli, hijyeni, yenilenebilirliği ve çevresel dost olmasında dolayı diğer yenilenebilir enerji kaynaklarına nazaran daha kolay bir şekilde yaygınlaşacak durumdadır. Diğer enerji kaynaklarına nazaran kurulum maliyetlerinin fazlalığı, düşük verim faktörü gibi benzeri bazı teknolojik ve ekonomik zorlukların aşılması, güneş enerjisini gelecekte daha cazip hale getirecektir. Türkiye'nin güneş enerjisi potansiyeli son derece elverişli olmasına rağmen yeterince kullanılamamaktadır (Bahnemann, 2004; Winston, 1975).

Güneş enerjisinin sıcak su temini, konutların/binaların ısıtılması ve soğutulması (absorbsiyonlu soğutma sistemleri), seraların ısıtılması, tarım ürünlerinin kurutulması, deniz suyundan tatlı su elde edilmesi ve elektrik

enerjisi üretimi gibi geniş bir kullanım sahası mevcuttur (Özdemir, 2019: 77). Bunun yanında güneş enerjisi potansiyeli açısından Türkiye, matematik konum itibarıyla her ne kadar “dünya güneş kuşağı” sahasının az bir farkla dışında kalsa da Orta Kuşak ülkesi olması ve güneşlenme süreleri esas alındığında bünyesinde yüksek bir güneş enerjisi potansiyeli barındırmaktadır Güzel ve ark., 2021). Güneş Enerjisi Potansiyeli Atlası (GEPA) verilerine göre, Türkiye'nin yıllık toplam güneşlenme süresi 2741 saat olup yıllık toplam gelen güneş enerjisi ile m² 'den 1527 KW/h'lik enerji üretimi mümkündür (EİEİS, 2008a). Öyle ki Türkiye Avrupa'da yaklaşık 190 TW/h yıllık güneş enerjisi potansiyeli ile İspanya'dan sonra ikinci sırada gelmektedir (Özcanlı ve ark., 2021)

Güneşlenme süresi azımsanmayacak düzeyde ve bu yüzden ülkemiz GES'lerin kurulumu açısından çok elverişli bir ülkedir. Özellikle güneşlenme süresi ve kurulum yeri açısından araştırma alanımız olan Şanlıurfa İli GES'lerin kurulumu için önemli yerlerden biridir. Ayrıca yenilenebilir enerji kaynaklarından olan jeotermal enerjide de ülkemizin potansiyeli oldukça yüksektir. Jeotermal enerji, bütün dünyada olduğu gibi Türkiye'de de kullanılmakta ve giderek de önemi artmaktadır (Benek ve Özcanlı, 2009).

Araştırma alanımızda kurulan GES'lerin Ulaşım Ağlarına mesafe olarak Şanlıurfa İli'nde hangi alanlar da kurulduğunu ve bu alanların coğrafi özelliklerinin neler oldukları belirlediğimiz kriter doğrultusunda değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Nüfusun sürekli artması ve teknolojinin sürekli gelişip çeşitlenmesine bağlı olarak enerjiye duyulan ihtiyaç giderek artmaktadır. Bu enerji ihtiyacını karşılamak ülkelerin yükümlülükleri altındadır. Enerji üretimi ile doğal denge arasındaki ters ilişki nedeniyle ülkeler doğanın dengesini bozmayan yenilenebilir alternatif enerji kaynaklarına yönelmişlerdir. İlk olarak rüzgar enerjilerine yoğunlaşılsa da sonraki yıllarda güneş ışınlarını enerjiye çeviren teknolojilerin gelişmesine bağlı olarak GES'lerin kurulumu yaygınlaşmıştır. Şanlıurfa şehri 198 yılından 2010 yılına kadar yaklaşık 3,5 kat büyümüştür (Güzel ve Özcanlı, 2015). Bu durum doğrudan şehrin enerji tüketimini de arttırmaktadır.

Tükenmeyen ve daimî olarak var olan güneş enerjisi çevre açısından temiz bir kaynaktır ve bu özelliği ile fosil kaynaklara alternatif olmaktadır. Dünya yüzeyine her yıl düşen güneş radyasyonu, günümüze kadar olan fosil

yakıtların yaklaşık 160 katıdır. Diğer enerji kaynaklarına göre potansiyeli yüksek olan güneş enerjisinin çevreci olması, kontrol ve kullanım kolaylığı, yatırım maliyetinin düşük ve sürdürülebilir olması gibi özelliklerinden dolayı yaygınlaşması daha hızlıdır. Bu özellikleri ona ticari ürün olarak değer katmaktadır. Günümüzde ülkeler var olan enerji açıklarını kapatmada ve toplam enerji üretiminde yenilenebilir enerjinin oranını artırmada en önemli kaynak olarak GES'leri görmektedir (Özcanlı ve ark., 2021).

GES'lerin kurulum yerleri de enerji verimliliği açısından bir o kadar elzemdir. Yanlış arazi kullanımı, bugün ve yarın için telafisi imkansız zararlara neden olan sebeplerin başında gelmektedir. Arazi kullanım kararlarını belirleyen Arazi Kullanım Planlaması; sanayi ve yerleşim alanları, tarım ve ağaçlandırma bölgeleri, dinlenme ve turizm sahaları, maden ve diğer tabii kaynakların değerlendirilmesi ile ilgili faaliyet alanlarının tespitinde, büyük bir önem taşımaktadır (Elmastaş ve Özcanlı, 2014). Bu çalışmada Şanlıurfa ilinde GES'lerin ulaşım ağlarına göre (Karayolu, demiryolu) uygunluk analizi yapılmıştır. Bu analizde ilk normalizasyon analizi, yakınlık sınıflandırması sonrasında ikili karşılaştırma matrisi alınarak GES'lerin tutarlılık oranları belirlenmiştir. Bu sınıflama Şanlıurfa ilinde Kurulu olan 32 GES üzerinde yapılmıştır. GES'lerin saptanması ve fiziki özelliklerinin belirlenmesi uzaktan algılama teknikleri ile yapılmıştır. Analizler sonunda elde edilen sonuçlar haritalanarak GES'lerin durumu görsel olarak da netleştirilmiştir. El betteki beşeri faaliyetler üzerinde yükseltinin de önemli bir etkisi olup; GES'lerde bu etkiye açıktır (Özcanlı ve ark., 2017).

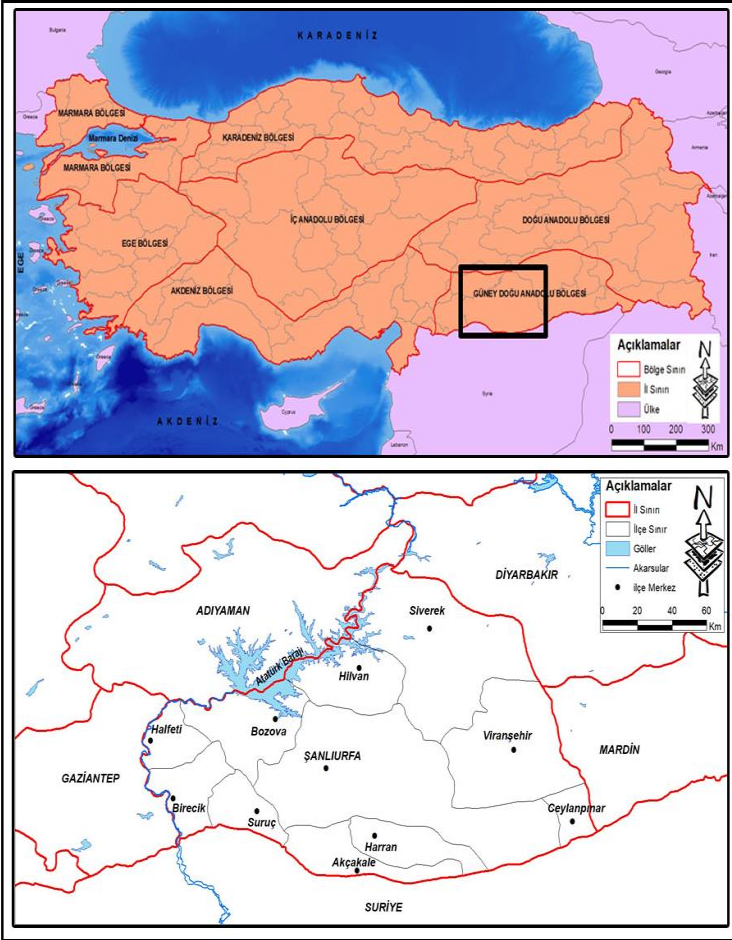
Sonuç olarak karayollarının çevrelerine göre uzaklıkları haritası incelediğinde GES'lerin yer itibariyle kara yoluna mesafe açısından uzak olsa da genel olarak karayolu ulaşım ağının oldukça iyi olduğu belirlenmiştir. Buna bağlı olarak da kurulan veya kurulacak olan yeni santraller karayollarının çevrelerine göre uzaklık açısından kayda değer bir olumsuzluk oluşturmadığı saptanmıştır. Çalışmada ulaşım yollarının uzaklığı ve mevcut santrallerin uygunluğu haritasını incelendiğinde sadece Şanlıurfa Merkez İlçesi'nin güneyindeki 12 nolu santralin diğer santrallere göre ulaşım yollarına olan uzaklığı açısından biraz daha uzak bir mesafede kurulduğu, geri kalan tüm santrallerin genel olarak ulaşım yollarına yakın bir mesafede kurulduğu belirlenmiştir.

1.1. Araştırma Alanının Yeri ve Sınırları

Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde; Orta Fırat Bölümü'nde bulunan ve doğusunda Mardin, kuzeydoğusunda Diyarbakır, kuzeybatısında Adıyaman, batısında Gaziantep ve güneyinde ise; Suriye'yle siyasi sınırı bulunmaktadır. İlin şehrini oluşturan Şanlıurfa şehrini ise; Kuzeyde Hilvan, kuzeybatıda Bozova, kuzeydoğuda Siverek, güneyde Akçakale ve Harran, batısında Suruç, doğusunda ise; Viranşehir'le çevrili olan alan içerisinde yer almaktadır (Harita 1). Haliliye, Karaköprü ve Eyyübiye İlçeleri ise; 2012 yılında çıkan bir yasayla 3' e ayrılmıştır. Şehir Harran'a 48 km, Akçakale'ye 53 km, Ceylanpınar'a 140 km, Viranşehir'e 98 km, Siverek'e 96 km, Hilvan'a 56 km, Bozova'ya 38 km ve Suruç'a 43 km mesafede yer almaktadır. Şehir, Şanlıurfa'yı Gaziantep ve Mardin'e bağlayan D-90 karayolu üzerinde yer almaktadır (Şahinalp, 2006).Bölgede önemli ulaşım yolları üzerinde yer alması açısından son derece önemlidir. Araştırma sahasının kuzeyinde bulunan Adana otobanıyla kesişen Diyarbakır-Şanlıurfa karayolu, güneyinde Suriye karayolu, batısında Gaziantep-Şanlıurfa otobanı, doğusunda ise; Mardin-Şanlıurfa Karayolu bulunmaktadır (Harita 1).

Jeolojik açıdan Arap levhasının kuzey kenarında yer alan Şanlıurfa, Üst Kretase'de kapanmaya başlayan Neo Tetis denizinin güney kolunun yayılış alanı içerisinde olup; sahada yaygın olarak görülen karbonatlı birimler, burada Eosen'den AltMiyosen'e kadar kesintisiz devam eden sedimantasyon neticesinde oluşmuştur (Aytaç ve ark., 2016)

Şanlıurfa şehir alanı ve kırsal alanı kendi içinde birçok arazi kullanım şekline oluşmakta olup, her biri ayrı ele alınıp, üstünde çalışılan, geliştirilen bölümlerden oluşmaktadır. Çünkü her şehrin bir arazi kullanım şekli olup, bu araziler genel olarak sanayi, sağlık, eğitim, güvenlik, konut, ticaret, hizmet, yeşil vb. alanlardan oluşmaktadır (Yılmaz ve Özcanlı, 2021). Bu çalışmada Şanlıurfa ili yapısal bir bütün olarak ele alınmış şehir merkezini çevreleyen il idari sınırı içinde, doğal veya tarımsal alanların olduğu alanlar araştırma alanı olarak ele alınmıştır.



Harita 1:Araştırma Alanının Lokasyon Haritası

1.2. Kullanılan Metot ve Yöntemler

Bu araştırma da yenilenebilir enerji ve güneş enerji santralleriyle ilgili literatür taraması yapılmış olup; bunun neticesinde bu çalışma yapılmıştır.

Güneş enerji santralleri yapılırken bazı parametreler dikkate alınmaktadır. Şanlıurfa'da kurulan güneş enerji santralleri bizim belirlediğimiz parametreye uygun olup olmadığı Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) yardımıyla ortaya çıkarılmıştır. Bu bilgisayar teknolojisi kullanılmadan önce geniş alanlarda yer şekillerinin eğim, bakı ve yükselti gibi özelliklerini ayrıntıları ile

ortaya koymak oldukça zor ve zaman alıcı bir iş iken; CBS teknolojisinin ilerlemesi ile bu analizler kolaylaşmıştır (Özcanlı, 2014).

Araştırmamızın ilk aşaması masa çalışmasıdır. Bu aşamada konuyla alakalı literatür titiz bir şekilde incelenmiş ve muhtemel kullanılacak kaynakçalar belirlenmiştir.

Bu aşamadan sonra saha çalışması yapılmıştır. Saha çalışması iki şekilde olmuştur. Birincisi resmi kurumlarda, ikincisi ise santrallerin kurulduğu alanlara gidilerek güneş enerji santralleri ve alan hakkında çevreden bilgi edinilmeye çalışılmıştır. Resmi kurumlardan ise; santraller hakkında teorik bilgiler elde edilmiştir.

Daha sonra bir diğer aşama olan teknoloji aşaması olmuştur. Burada da Coğrafi Bilgi Sistemlerini kullanarak gerekli parametre ortaya konulmuştur. Araştırma alanında bulunan bütün güneş enerji santrallerinin çok ölçütlü karar analizi (AHP) ile değerlendirilmesi yapılmıştır. Bunun içinde gerekli olan Ulaşım Ağlarına Göre GES'ler parametresi belirlenip analize geçilmiştir. Güneş enerji santrallerin konumlarını ise; Landsat Uydu görüntüsünü, kontrollü sınıflandırarak elde edilmiştir.

Ayrıca Google Earth servis sağlayıcısı tarafından sunulan yüksek çözünürlükteki görüntülerden yararlanılmıştır. İki veri kaynağından temin edilen görüntülerden, GES'lerin sınırları oluşturulmuştur. Bu amaçla elde edilen görüntülerden yer kontrol noktaları belirlenmiş ve rektifikasyon işlemi yapılmıştır. Bu sayede tüm görüntülerin birbiri ile karşılaştırılabilmesi sağlanmış ve geometrik hatalar düzeltilmiştir (Özcanlı ve Ark., 2018).

Bütün bu değerler elde edildikten sonra yazım aşamasına geçirilerek gerekli olan harita, analiz ve grafik yapılarak GES'lerin coğrafi analizi yapılmıştır. Bu çalışmada AHS'ler için 5 aşamalı bir yol izlenmiştir.

2.Şanlıurfa 'da Güneş Enerjisi Potansiyeli

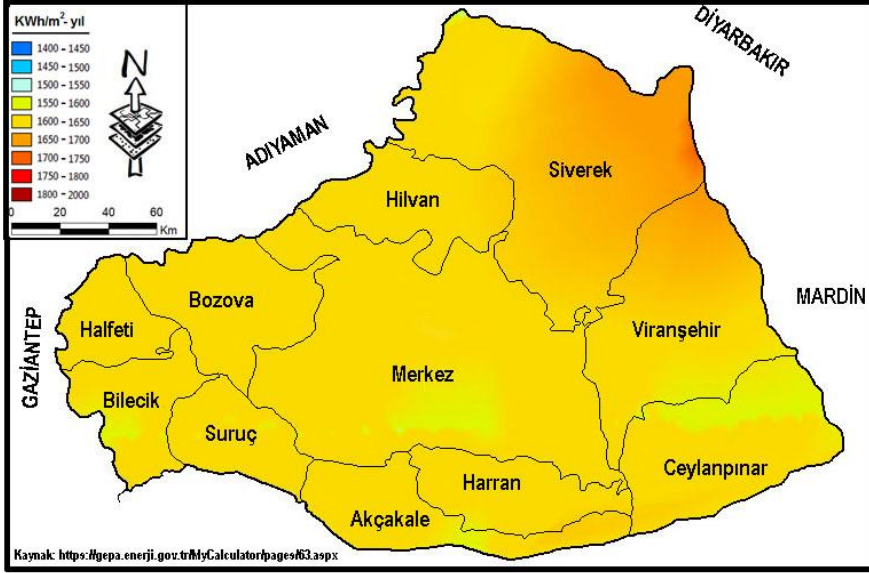
Türkiye'nin güneş enerji potansiyeli oldukça yüksektir. Bölgeler bazında da en fazla potansiyele sahip olan bölge Güneydoğu Anadolu Bölgesi'dir. Bunun temel sebebi bulunduğu enlemin etkisidir. Ayrıca diğer faktörlerde devreye girdiği zaman güneş enerji santrallerinden faydalanmanın en fazla olacağı iller arasında olması gerekmektedir (Harita 2). Şanlıurfa'ya genel olarak güneşlenme potansiyeli açısından bakıldığında en fazla güneşlenme Siverek ve Viranşehir'in kuzeyinde olduğu görülmektedir. Özellikle bu alanlar da güneşlenme 1.700 KWh/m²-yıldır.

Diğer alanlar da ise ortalama 1.500 ile 1.650 KWh/m²-yıl arasında değişmektedir. Enerji bakanlığın yaptığı araştırmalara göre ortalama Türkiye'nin 1527 KWh/m²-yıl ışınım şiddeti vardır. Şanlıurfa bu bakımdan oldukça potansiyeli yüksektir. Ortalamanın üzerinde bir ışınım şiddetine sahiptir (Tablo 1).

Şanlıurfa ilinde su yüzey alanları da güneş ışınlarının absorbe edilmesi açısından da önemlidir. İlde baraj göllerinin toplam kapladığı su yüzey alanı 37405 hektar, sulama amaçlı su göletlerinin ise kapladığı alan 1430 hektar olmak üzere toplam 38835 su yüzey alanı bulunmaktadır. İlde 147 km. uzunluğunda Şanlıurfa Ana Sulama Kanalı ve 86 km. uzunluğunda Harran Ana Sulama Kanalı olmak üzere toplam 233 km. uzunluğunda açık devre sulama kanalları bulunmaktadır. Bu kanallarda GES'lerin kurulum alanı olarak önemli bir potansiyel teşkil etmektedir (Benek ve Özcanlı, 2015).

Kış aylarında Şanlıurfa'da radyasyon değerleri oldukça düşüktür. Nisan ayından sonra hızlı bir yükselişe geçmektedir. Bu haziran ayına kadar devam eder. Haziran ayında zirveyi gördükten sonra tekrar düşmeye başlamaktadır (Yetmen ve ark., 2017). Nisan 5.08 KWh/m²-gün görülürken haziran ayına gelindiğin bu oran 6.83 KWh/m²-gün'dür. Haziran ayından sonra yaz aylarında düşüş devam etmektedir. Aralık ayında en düşük seviyesini

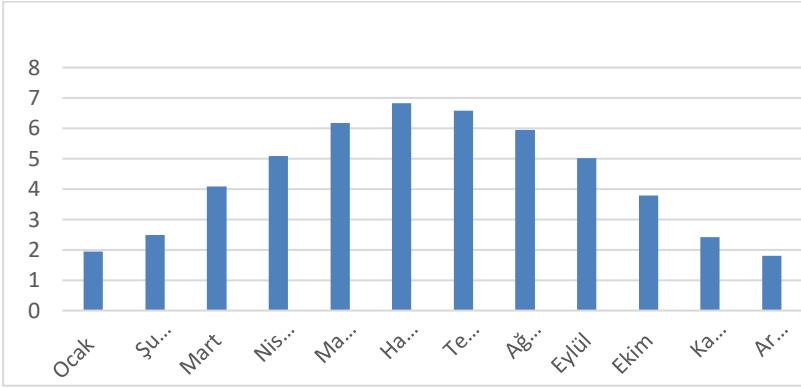
yakalamaktadır. Aralıkta 1.80KWh/m²-gün olarak düşmektedir (Tablo 1- Grafik 1).



Harita 2: Şanlıurfa Güneş Işınım Haritası

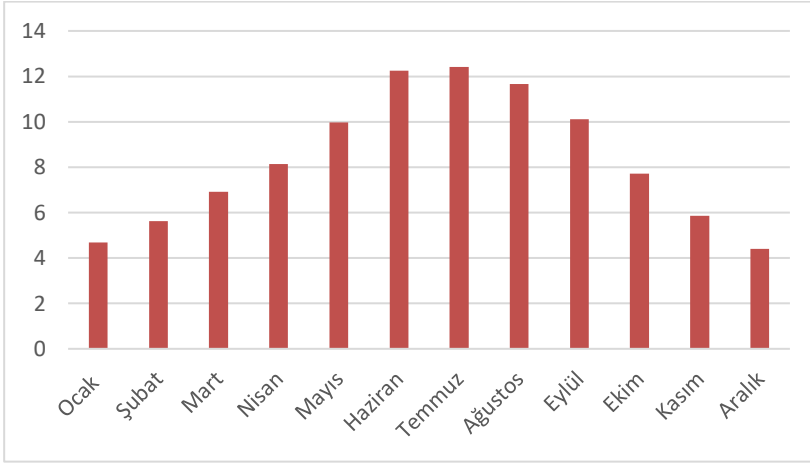
Tablo 1: Şanlıurfa Güneş Işınım Değerleri

Aylar	Radyasyon Değerleri (KWh/m ² -gün)	Güneşlenme Süreleri(Saat)
Ocak	1.94	4.68
Şubat	2.48	5.62
Mart	4.09	6.92
Nisan	5.08	8.14
Mayıs	6.18	9.96
Haziran	6.83	12.24
Temmuz	6.58	12.42
Ağustos	5.94	11.66
Eylül	5.02	10.11
Ekim	3.79	7.71
Kasım	2.42	5.87
Aralık	1.80	4.40



Grafik 1:Şanlıurfa Radyasyon Değerleri

Şanlıurfa'da güneşlenme sürelerine bakıldığında ise; oldukça fazladır. Türkiye geneli ortalama güneşlenme süresi 7,50 gün/saat iken bu Şanlıurfa da 8,31 gün/saattir. Buda gösteriyor ki; Şanlıurfa da güneşlenme potansiyeli oldukça fazladır. Bunun sonucunda günlük ışınım şiddeti de fazla olacağından dolayı güneş enerjisinden çok verimli bir şekilde faydalanılacaktır. Güneşlenme potansiyeliyle ışınım şiddeti doğru orantılıdır. Güneşlenme ne kadar fazla olursa ışınım şiddeti de o kadar fazla üretilmektedir. Mevsimlik güneşlenme sürelerine bakıldığında en az güneşlenme kış ve sonbahar mevsimlerindedir. Yaz ve ilkbahar mevsimlerinde güneşlenme süreleri artmaktadır. Özellikle sonbahar da yılın en az güneşlenme süreleri görülmektedir. Aralık ayında 4.4 gün/saat kadar düşmektedir. Bu aydan sonra düzenli bir şekilde arttığı görülmektedir. Ocak ayında 4.68, Şubat'ta 5,62 ve Haziran'da 12,24 çıkmaktadır. Bu aydan sonra en fazla güneşlenme süresi Temmuz ayında görülmektedir. Temmuz ayında 12,42 gün/saat olmaktadır. Temmuz ayında zirveyi gördükten sonra Aralık ayına kadar güneşlenme süresi düşmeye devam etmektedir (Grafik 1-2).



Grafik 2:Şanlıurfa Güneşlenme Süreleri (Saat)

Türkiye'deki bulunan en önemli güneş enerji santrallerine bakıldığında Şanlıurfa'dan bir tane bile santralin olmadığı görülmektedir. Bu durum gösteriyor ki; Şanlıurfa güneş enerji potansiyelini yeterince kullanamamaktadır.

2.1. Şanlıurfa İli'nde Ulaşım Ağına Göre GES'ler

Güneş enerjisi santralının verimliliği açısından inşa ve kurulum aşamasında inşaat faaliyetinin yürütülmesi ve gerekli malzemelerin ulaştırılması ve kamyon, iş makinelerinin kolayca erişebilmesi önemli bir faktördür. Ana ulaşım arterlerine yakınlık avantaj sağlamaktadır ve buralara ulaşımın tali yollar vasıtasıyla olması ve bu yolların fiziki durumlarının iyi olması önemli bir noktadır. Aksi takdirde yeni yolların yapılması ya da var olan yollarda yapılan iyileştirme maliyeti arttıracaktır. Çevre Şehircilik Bakanlığı'nın çevresel etki değerlendirmesine göre; kara ve demir yolları ile 100 metre Emniyet Şeridi içindeki alanların uygun olmayışı dikkate alınmalıdır (Obut, 2016).

Tablo 2: Karayolu Ağına Yakınlık İçin Yeniden Sınıflandırma Sonrası Verilen Değerler

Aralık (km)	Değer
0-1	9(En uygun)
1-2	7
2-6	5
6-8	3
8+	1 (En az uygun)

Tablo 3: Karayolu Ağına Yakınlık İçin İkili Karşılaştırma Matrisi

İkili Karşılaştı	0-1	1-2	2-6	6-8	8+
0-1	1	2	3	5	9
1-2	1/2	1	3	4	7
2-6	1/3	1/3	1	4	5
6-8	1/5	1/4	1/4	1	3
8+	1/9	1/8	1/5	1/3	1

Karayolu ağının mesafe açısından en az uygun olan 8km+ ve üzeri olan mesafelerdir. En uygun mesafe ise;0-1 km arasında olan mesafedir. Kısacası kara yoluna olan uzaklık mesafe/uzaklık artıkça santrallerin kurulum yeri itibariyle uygunluk açısından olumsuz etki etmektedir (Tablo 2-3).

Tablo 4: Karayolu Ağına Yakınlık İçin Normalizasyon, Ölçüt Ağırlığı ve Ağırlıklı Toplam Değerler

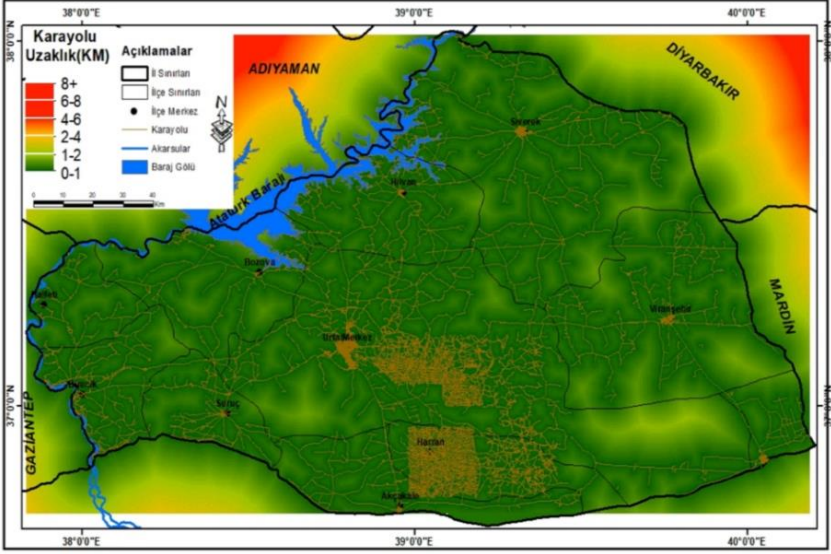
Normalizasyon	1	2	3	4	5	Ölçüt Ağırlık	Ağırlık Toplam
1	0,4663	0,5367	0,4027	0,3488	0,3600	0,4229	1,0952
2	0,2332	0,2684	0,4027	0,2791	0,2800	0,2927	0,9491
3	0,1554	0,0895	0,1342	0,2791	0,2000	0,1716	0,8365
4	0,0933	0,0671	0,0336	0,0698	0,1200	0,0767	1,0709
5	0,0518	0,0383	0,0268	0,0233	0,0400	0,0361	1,1364

Karayolu ağı katmanı için uygulanan AHS karar sürecinde tutarlılık oranı 0,0304 olarak belirlenmiştir. Uygulanan işlem ve sonuçları aşağıdaki gibidir;

Tablo 5: Karayolu Ağına Yakınlık İçin CI, RI ve CI/RI Değerleri

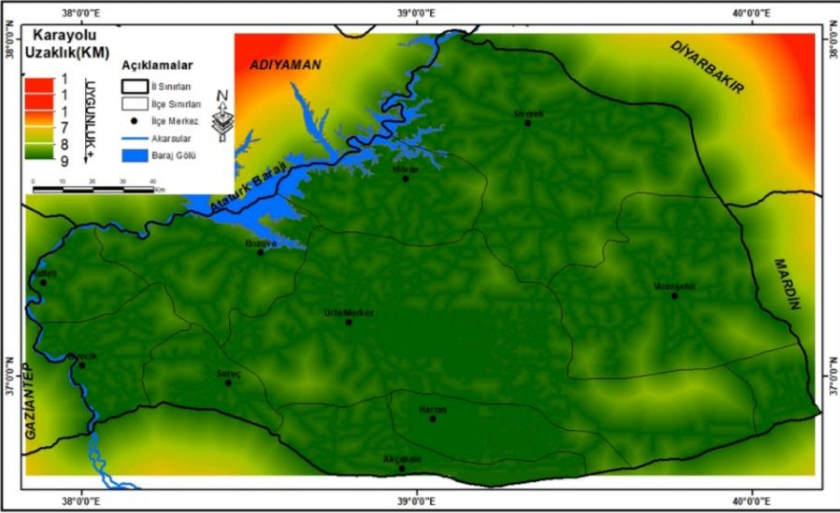
CI	RI	CI/RI
0,0341	1,12	0,0304

Karayolu ağına yakınlık tutarlık oranını (Consistency Ratio-CR) hesaplamak için karayolu ağına yakınlık için CI, RI VE CI/RI değerleri tablosunu incelediğimizde Consistency İndex (CI) değeri 0,0341 Rassal İndeks (Random İndex-RI) değeri 1,12'dir.CI/RI 'ye bölümü sonucunda ortaya çıkan değer 0,0304'dır. CR değerinin %0,10'dan küçük çıkması sonucu karşılaştırma matrisinin tutarlı olduğunu göstermektedir(Tablo 4-5)



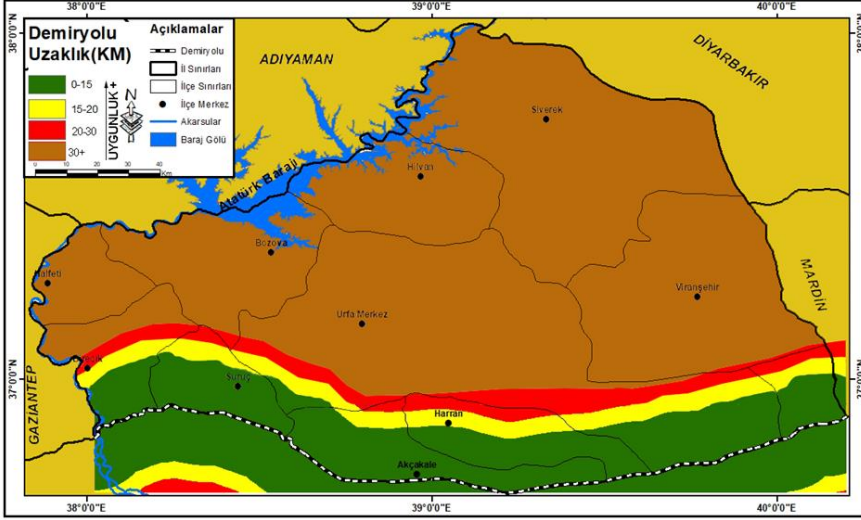
Harita 3:Şanlıurfa İli'ndeki Karayollarının Çevrelerine Göre Uzaklık Haritası

Şanlıurfa İli'ndeki Karayollarının Çevrelerine Göre Uzaklık Haritasını incelediğimizde sık karayolu ağına sahip olduğunu rahatlıkla görebiliriz.



Harita 4: Şanlıurfa İli'ndeki Karayollarının Çevrelerine Göre Uzaklıklarının Uygunluk Haritası

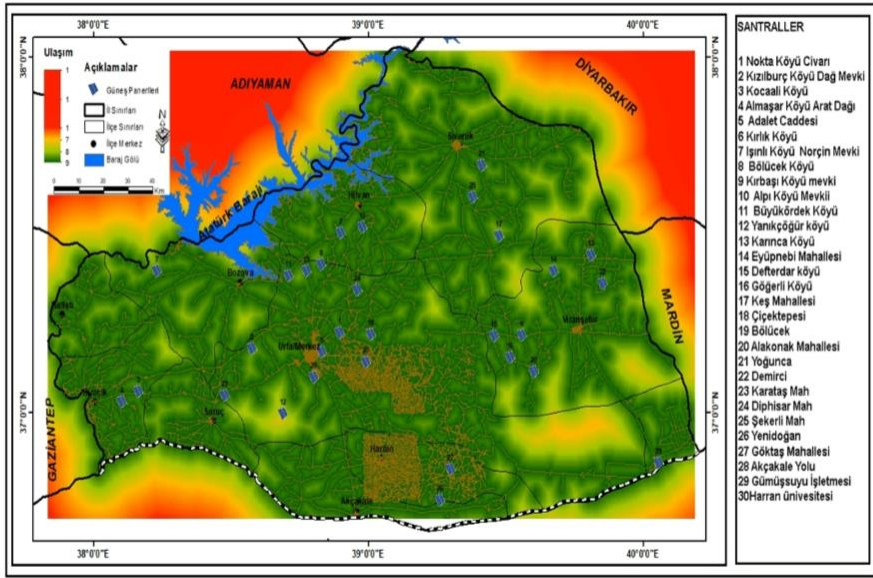
Şanlıurfa İl'indeki karayollarının çevrelere göre uzaklıklarının uygunluk haritasını incelediğimizde GES'lerin rahat kurulumu için uygun karayolu ağına sahip olduğunu rahatlıkla görebiliriz.



Harita 5: Şanlıurfa İli Demir Yolları Uygunluk Haritası

Karayollarının çevrelere göre uzaklıklarını haritasını incelediğimizde yer yer itibariyle kara yoluna mesafe açısından uzak olsa da genel olarak karayolu ulaşım ağı oldukça iyi. Buna bağlı olarak da kurulan veya kurulacak olan yeni santraller karayollarının çevrelere göre uzaklık açısından kayda değer bir olumsuzluk oluşturmamaktadır(Harita 4-5/Harita 3)

Şanlıurfa İli ulaşım yönü bakımından oldukça gelişmiş bir ağa sahiptir. Demiryolu ağı araştırma alanının güneyinde Suriye sınırı boyunca geçmektedir. Bunun dışında demir yolu bulunmamaktadır. Ulaşım ağları yönünden çok fazla karayolları bulunduğundan alan hesaplama yapılamamıştır. Yapılan da çok yüksek oran çıktığından ekleme gereksinimi duyulmamıştır.



Harita 6: Şanlıurfa İl'inin Ulaşım Yollarına Uzaklığı ve Mevcut Santrallerin Uygunluk Haritası

Ulaşım yollarının uzaklığı ve mevcut santrallerin uygunluğu haritasını incelediğimizde sadece Urfa Merkez İlçesi'nin güneyindeki 12 nolu santral diğer santrallere göre ulaşım yollarına olan uzaklığı açısından biraz daha uzak bir mesafede kurulmuştur. Geri kalan tüm santraller genel olarak ulaşım yollarına yakın bir mesafede kurulmuştur (Harita 6).

SONUÇ

Güneş enerjisi santralinin verimliliği açısından inşa ve kurulum aşamasında inşaat faaliyetinin yürütülmesi ve gerekli malzemelerin ulaştırılması ve kamyon, iş makinelerinin kolayca erişebilmesi önemli bir faktördür. Bundan dolayı ana ulaşım arterlerine yakınlık avantaj sağlamaktadır ve buralara ulaşımın tali yollar vasıtasıyla olması ve bu yolların fiziki durumlarının iyi olması çok önemlidir. Aksi takdirde yeni yolların yapılması ya da var olan yollarda yapılan iyileştirme maliyeti arttıracaktır.

GES'lerin yer seçiminde en uygun mesafe ise;0-1 km arasında olan mesafedir. Kısacası kara yoluna olan uzaklık mesafe artıkça santrallerin kurulum yeri itibariyle uygunluk açısından olumsuz etki etmektedir. Araştırma alanımız olan Şanlıurfa İl'indeki karayollarının çevrelerine göre uzaklık haritasını incelediğimizde sık karayolu ağına sahip olduğunu görebiliriz. Ancak yer yer itibariyle kara yoluna mesafe açısından uzak olsa da genel olarak karayolu ulaşım ağı oldukça iyidir. Buna bağlı olarak da kurulan veya kurulacak olan yeni santraller karayollarının çevrelerine göre uzaklık açısından kayda değer bir olumsuzluk oluşturmamaktadır.

Şanlıurfa İl'indeki karayollarının çevrelerine göre uzaklıklarının uygunluk haritasını da incelediğimizde GES'lerin rahat kurulumu için uygun karayolu ağına sahip olduğunu rahatlıkla görebiliriz.

Şanlıurfa İli ulaşım yönü bakımından oldukça gelişmiş bir ağa sahiptir. Demiryolu ağı araştırma alanının güneyinde Suriye sınırı boyunca geçmektedir. Bunun dışında demir yolu bulunmamaktadır. Ulaşım ağları yönünden çok fazla karayolları bulunduğundan alan hesaplama yapılamamıştır. Yapılan da çok yüksek oran çıktığından ekleme gereksinimi duyulmamıştır.

Ulaşım yollarının uzaklığı ve mevcut santrallerin uygunluğu haritasını incelediğimizde sadece Urfa Merkez İlçesi'nin güneyindeki 12 nolu santral diğer santrallere göre ulaşım yollarına olan uzaklığı açısından biraz daha uzak bir mesafede kurulmuştur. Geri kalan tüm santraller genel olarak ulaşım yollarına yakın bir mesafede kurulmuştur.

Araştırma alanımızda yatırımcıların yeni kuracakları GES'lerin yer seçiminde ulaşım yollarına yakın kurulmasına özen göstermeleri gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Altuntop, N. & Erdemir, N. (2013). Dünyada ve Türkiye’de Güneş Enerjisi İle İlgili Gelişmeler. *Mühendis ve Makina*, 54(639), 69-77.
- Applied Energy Studies Foundation. (2010). *The Environmental Cost Of Energy*, Damascus, 75.
- Aytaç, A. S., Yetmen, H., Benek, S., Elmastaş, N., Şahinalp, M. S., Özcanlı, M., & Şahap, A. (2016). Harran Üniversitesi Osmanbey Kampüsü’nin fiziki coğrafyası. *The Journal of Academic Social Science (Asos Journal)*, 37, 473-506.
- Bahnemann, D. (2004). Photocatalytic water treatment: solar energy applications. *Solar energy*, 77(5), 445-459.
- Benek, S., Özcanlı, M. (2015). Şanlıurfa İlinde Boğulma Vakalarının İncelenmesi (2001-2008) .*Marmara Coğrafya Dergisi* DOI: 10.14781/mcd.00022
- Benek,S., Özcanlı, M., (2009) “İhtiyaç Eksenli veri Elde Etme yöntemine ilişkin Bir model çalışması: Denizli Örneği” Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Araştırma Dergisi Cilt 9, Sayı:42 S.203-214
- BP. (2018). *Energy Outlook*. 16 Nisan 2020 tarihinde <https://www.bp.com/adresinden> erişildi.
- BP. (2019). *Statistical Review of World Energy*. 16 Nisan 2020 tarihinde <https://www.bp.com/adresinden> erişildi.
- Çevre ve Şehircilik Bakanlığı (2012). *İklim Değişikliği ve Türkiye*. Ankara.
- DSİ 23. Bölge Müdürlüğü.(2019). Şanlıurfa İli 2018 Yılı Çevre Durum Raporu, 2018.
- Dünya Enerji Konseyi Türk Milli Komitesi (DEKTMK) (2009) *Dünya’da ve Türkiye’de Güneş Enerjisi*. Ankara: DEKTMK Yayını.
- Dünya Enerji Konseyi Türk Milli Komitesi (DEKTMK). (2009). *Dünya’da ve Türkiye’de Güneş Enerjisi*, DEKTMK Yayını, Ankara.
- Dünya Enerji Konseyi Türk Milli Komitesi (DEKTMK). (2009). *Dünya’da ve Türkiye’de Güneş Enerjisi*, DEKTMK Yayını, Ankara.
- Dünya Enerji Konseyi Türk Milli Komitesi (DEKTMK). (2009). *Enerji Raporu*. 179-180, Ankara.
- Dünya Enerji Konseyi Türk Milli Komitesi (DEKTMK). (2009). *Enerji Raporu*. 179-180, Ankara.
- Elektrikport (2012). *Güneş Enerjisi Uygulamalarının Tarihçesi*. 11 Şubat 2020 tarihinde <https://www.elektrikport.com/teknikkutuphane/gunes-enerjisi-uygulamalarinin-tarihcesi-infografik/17103#ad-image-0>, adresinden edinilmiştir.
- Enerji İşleri Genel Müdürlüğü (EİGM) (2008a). *Güneş Enerjisi Potansiyel Atlası (GEPA)*. 02 Mart 2020 tarihinde <http://www.yegm.gov.tr/MyCalculator/>, adresinden edinilmiştir.
- Enerji İşleri Genel Müdürlüğü Enerji Yatırımları Dairesi Başkanlığı. *Türkiye Elektrik Yatırımları 2018 Yılı Eylül Ayı Özet Raporu*. 16 Nisan 2020 tarihinde <https://www.enerji.gov.tr/> adresinden erişildi.
- Enerji İşleri Genel Müdürlüğü Enerji Yatırımları Dairesi Başkanlığı. *Türkiye Elektrik Yatırımları 2019 Yılı Eylül Ayı Özet Raporu*. 16 Nisan 2020 tarihinde <https://www.enerji.gov.tr/> adresinden erişildi.
- Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı. (2014). *2015-2019 Stratejik Plan*. 16 Ocak 2020

- tarikhinde <https://www.enerji.gov.tr/> adresinden erişildi.
- Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı. (2017). 2019-2023 Stratejik Planı. 17 Ocak 2020 tarihinde <http://www.sbb.gov.tr/> adresinden erişildi.
- Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı. (2017). Dünya ve Türkiye Enerji ve Tabii Kaynaklar Görünümü. 20 Temmuz 2019 tarihinde <https://www.enerji.gov.tr/tr-TR/Enerji-ve-Tabii-Kaynaklar-Gorunumleri> adresinden erişildi.
- Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı. (2018). **Yerli Aksam Yönetmeliği Bilgilendirme Toplantısı**. 25 Nisan. Ankara.
- Enerji, T. C. (2016). Mavi Kitap-Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı ile Bağlı, İlgili ve İlişkili Kuruluşlarının Amaç ve Faaliyetleri. 11 Nisan 2020 tarihinde <https://www.enerji.gov.tr/tr-TR/Mavi-Kitaplar> adresinden erişildi.
- Eroğlu, H. (2018). Güneş Enerji Santralleri için Uygunluk Haritasının Elde Edilmesi: Bir Uygulama. **Journal of the Institute of Science and Technology**,8(4), 97-106, Romanya.
- Güzel, A., Özcanlı, M., Akgün, B. (2021).*Şanlıurfa İlinde Kurulu Ges'lerin Arazi Kullanimi Açısından Değerlendirilmesi*.Sobider: Sosyal Bilimler Dergisi, **DOI: 10.29228/SOBIDER.52570**
- Karabulut, Y. (2003). Enerji Kaynakları. Ankara: Hilmi Usta Matbaacılık.
- Özcanlı, M., Güzel, A.,(2015).Şanlıurfa Şehrinin Alansal Gelişiminin Çevresindeki Tarım Arazilerine Etkisi. Turkish Studies doi:10.7827/TurkishStudies.7890
- Benek, S., Yetmen, H., Özcanlı, M. (2017).Bağlar Merkez İlçesinde (Diyarbakir) Yükselti Basamaklarına Göre Arazi Kullanimi. Sobider: Sosyal Bilimler Dergisi DOI: 10.16990/SOBIDER.3728
- Narin, M. (2008). Türkiye'nin Enerji Yapısı ve İzleyeceği Öncelikli Politikalar. **Asodosya Ankara Sanayi Odası Dergisi**, 50- 68, Ankara.
- Elmastaş,N., Özcanlı, M.,(2014).Arazi Kullanımı ve Deprem İlişkisi Bağlamında 2011 Van Depremlerinin Erciş Şehrine Etkileri.Turkish Studies DOI:10.7827/TurkishStudies.6877
- Nexten (2019). Güneş Enerjisi Kullanımının Tarihsel Gelişimi. 11 Şubat 2020 tarihinde <https://nexten.com.tr/tr/gunes-enerjisi-tarihi/>, adresinden edinilmiştir.
- Obut, Z. (2016). **Göksun İlçesinde Güneş Enerjisi Santrali Kurulacak Alanların CBS yöntemi ile Belirlenmesi**. Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- 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
- Özcanlı, M. , Güzel, A. & Akgün, B. (2021). Şanlıurfa ili'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, Banek, S. (2018). Diyarbakır Şehrinin Alansal Gelişimi Ve Tarım Arazileri Üzerindeki Etkileri . The Journal Of Academic Social Sciences.Doi:10.16992/Asos.13294
- Özdemir, Ü. (2019). Enerji Kaynakları. Doğanay, H., Özdemir, Ü. & Şahin, İ.F. (Ed.) Genel Beşeri ve Ekonomik Coğrafya içinde (s. 285-287). Ankara: Pegem Akademi.
- Şahinalp, M.,S. (2006.) “Şanlıurfa Şehrinin Kuruluşuna Etki Eden Etmenler”, Şanlıurfa, *Coğrafi Bilimler Dergisi* , 4 (1), s.105-127.
- Şen, Z. (2002). **Temiz Enerji ve Kaynakları**. Su Vakfı Yayınları, İstanbul.

- TEİAŞ 2019 Aralık Sonu Kurulu Güç Raporu. 04.02.2020 tarihinde <http://kojenturk.org/tr/teias-elektrik-uretim-istatistikleri-2019-1268> adresinden erişildi.
- TMMOB Elektrik Mühendisleri Odası. Türkiye Elektrik Enerjisi İstatistikleri (2018-2019). 04.02.2020 tarihinde <https://www.emo.org.tr/> adresinden erişildi.
- TMMOB Makina Mühendisleri Odası. Enerji Çalışma Grubu, Türkiye Enerji Görünümü 2020. 22 Nisan 2020 tarihinde <https://www.mmo.org.tr/kitaplar/turkiyenin-enerji-gorunumu-2020> adresinden erişildi.
- UNEP and Bloomberg. New Energy Finance, 2018.28.12.2019 tarihinde <https://about.bnef.com/new-energy-outlook/> adresinden erişildi.
- Yetmen, H., Aytaç, A.S., Özcanlı, M. (2017) . Harran Ovası'nın Kuraklık Analizi . The Journal Of Academic Social Sciences. Doi: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 , 1 (1) , 40-60 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/visbid/issue/68752/1084820>

BÖLÜM 10

SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA

Öğr. Gör. Dr. Yasin YILMAZTÜRK¹

Arş. Gör. Dr. Çağatay AKDOĞAN²

¹ Kırklareli Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Kırklareli, Türkiye.
yasinyilmazturk@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-7527- 9825

² Trakya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Edirne, Türkiye.
cagatayakdogan@trakya.edu.tr, ORCID ID:0000-0003-0147-6468

GİRİŞ

Sürdürülebilir pazarlama kavramı hem işletmeler hem de akademik araştırmalarda oldukça popüler bir konu haline gelmektedir. Mevcut tüketim seviyesinin, üretim uygulamalarının ve sistemlerinin sürdürülemez bir duruma gelmesi doğanın ve kaynakların bozulmasına sebebiyet vererek üretim ve tüketim zihniyetinde gerekli bir değişime yol açmaktadır. Pazarlama stratejileri ve faaliyetleri, tüm yaşamı kapsayan doğal çevreyle ve onun geleceğiyle ayrılmaz bir şekilde bağlantılı olduğundan, sürdürülebilirlik kavramı özellikle 21. yüzyılda pazarlama alanında baskın bir kavram olarak yerini almaktadır (Crittenden vd., 2011). Sürdürülebilir pazarlama sürdürülebilir kalkınmanın sosyal, etik, ekolojik ve kuşaklar arası perspektifleriyle harmanlanan pazarlamanın evrimini temsil etmektedir (Polonsky, 2011; Belz & Peattie, 2009).

Küresel ısınma, iklim değişikliği gibi endişelerin var olması ve bu olguların sonuçlarının artık hissedilmeye başlaması sürdürülebilirlik konusunu daha da önemli bir hale getirmektedir. Bunun yanında gerek dünya çapında gerek bölgesel veya yerel düzeyde çevreye, topluma ve ekonomiye zarar veren girişimleri engelleyici düzenlemeler yapılmaktadır. Bu tür faaliyetler toplumlarda değişimler gerçekleştirdiği gibi bireysel düzeyde de insanları etkileyerek tüketim davranışlarında değişikliğe neden olmaktadır. Bu kapsamda tüketiciler çevreye daha az zarar veren ürünleri tercih etmeye başlamakta, işletmeler de toplumun çevresel ve toplumsal endişelerine cevap verecek gerekli pazarlama eylemlerini geliştirmektedirler. Bireylerin ve toplumların çevresel, toplumsal ve ekonomik endişelerine yönelik geliştirilen pazarlama araçlarının bileşiminden oluşan “sürdürülebilir pazarlama”, kalkınmanın sağlanmasına ve bunun gerçekleştirilmesi esnasında doğaya, çevreye ve geleceğe en az seviyede zarar verilmesine odaklanan bir anlayış olarak karşımıza çıkmaktadır.

Genel olarak pazarlamanın çevre ve toplum bakış açısıyla harmanlandığı sürdürülebilir pazarlama konusunu içeren kitabın bu bölümünde; sürdürülebilirlik kavramı, sürdürülebilir tüketim ve tüketici davranışları ile sürdürülebilir pazarlamanın yakın ilişkisinin bulunduğu ekolojik pazarlama ve yeşil pazarlama konularından bahsedilmektedir. Bölümün devamında ise sürdürülebilir pazarlama kapsamında; sürdürülebilir ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma unsurlarından oluşan sürdürülebilir pazarlama karması ve etik

pazarlama, sosyal sorumluluk ve yeşil yıkama (greenwashing) konularını kapsayan sürdürülebilir pazarlama yaklaşımları hakkında bilgiler sunulmaktadır.

1. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI

1987 yılında Birleşmiş Milletler (BM) tarafından Brundtland Raporu adıyla anılan “Ortak Geleceğimiz” başlıklı raporda sürdürülebilir kalkınma; “bugünün gereksinimlerini gelecek nesillerin kendi gereksinimlerini karşılama yeteneğinden ödün vermeden karşılamak” şeklinde tanımlanmıştır (Brundtland, 1987). Özellikle bu rapordan sonra alıcılar, satıcılar ve hükümet yetkilileri gibi piyasada yer alan pek çok aktör, gelecek nesillere saygı duymaya çağırılan bir sürdürülebilirlik tanımı geliştirmişlerdir. Sürdürülebilir kalkınma üç boyutu içerecek şekilde tasvir edilmektedir: ekonomik, toplumsal ve çevresel boyutlar. Ekonomik boyut işletmelerin ve faaliyetlerinin uzun vadede sürdürülebilme yeteneğini ifade etmektedir. Toplumsal boyut yoksulluğun azaltılması ve faydaların eşit bir şekilde dağılımını ifade etmektedir. Çevresel boyut ise doğal kaynakların korunmasını ifade etmektedir.

Sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma bazen birbirinin yerine kullanılsa da sürdürülebilir kalkınma, sürdürülebilirliğe ulaşma süreci olarak kavramsallaştırılmıştır (Kemper & Ballantine, 2019). Bu noktada sürdürülebilirlik; “bir toplumun, bir ekosistemin işleyişinin kesintisiz, bozulmadan, aşırı kullanımla tüketmeden ya da ana kaynaklara aşırı yüklenmeden sürdürülebilmesi yeteneği” şeklinde ifade edilmektedir (Kaypak, 2010). Bu çerçevede sürdürülebilirlik; doğal çevre kaynakları üzerindeki olumsuz etkiyi azaltmak ve/veya yerel topluluklar ve genel olarak toplum üzerinde artan seviyede faydalı etkiler yaratmak üzerine bir bakış açısı geliştirmektedir (Peterson vd., 2021). Böylelikle sürdürülebilirliğe ulaşılması için bu üç alanda da eşgüdümlü bir şekilde gayret gösterilmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

2. SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI

Pazarlamanın rolü, daha fazla harcamaya teşvik etmekten ziyade bireylerin kendilerini sosyal, entelektüel ve etik açıdan geliştirmelerine teşvik edici bir role doğru değişim geçirmektedir. Pazarlamanın temelinde bireylerin

istek ve ihtiyaçlarını karşılama amacı yattığı için bireylerin çevresel veya ekolojik endişelere yönelmesi, pazarlamanın da sürdürülebilirliğe ulaşma gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Henion & Kinnear (1976) tarafından ileri sürülen “ekolojik olarak ilgili tüketiciler - ecologically concerned consumers”, pazarlama uygulayıcıları ve hükümetler tarafından uyarılan ve eğitilen tüketicilerden oluşmaktadır. Bu tüketicilerin davranışları, uzun süreli etkilerinin farkında olan sorumlu tüketime yönelik istekli olan bireylerin oluşmasına yardımcı olmuştur (akt., Van Dam & Apeldoorn, 1996). Bunun yanında sürdürülebilir tüketimden bahsedebilmek için şu beş ögenin gerekli olduğu ileri sürülmektedir (Kayıkçı vd., 2019);

- Yerel ürünlerin kullanılması gerekmektedir,
- Tüketimden sonra atıkların yeniden üretime katılması gerekmektedir,
- Sürdürülebilir topluluklar oluşturularak aktif ve gelişen toplum meydana getirilmelidir,
- Tüketime yönelik problemler için kurumsal örgütlerin kurulması gerekmektedir,
- Toplumun çevreyle ilgili davranışlara teşvik edilmesi gerekmektedir.

Tüketicilerin sürdürülebilir tüketime yönltilmesinde pazarlamanın rolü de oldukça önemlidir. Çünkü pazarlamanın, müşterilerin yaşam kalitelerini iyileştirmek için mal ve hizmetlerin mevcudiyeti hakkında bilgilendirme konusunda toplumsal rolü bulunmaktadır. Bu nedenle pazarlama iletişimi ve teknikleri mevcut ve potansiyel müşterilerin ihtiyaçlarını sürdürülebilir ürünlere, hizmetlere yönlendirmeye, onları bu konularda bilgilendirmeye ve eğitmeye yardımcı olmasıyla sürdürülebilirlik kapsamında değer kazanmaktadır (Shets & Parvatiyar, 2021). Sürdürülebilir pazarlama, pazarı sürdürülebilir ürün ve hizmetlere yönlendiren sorumlu ve proaktif kurumsal stratejilere ihtiyaç duymaktadır. Şirketler için çevresel ve sosyal sorumluluğa sahip ekonomik sürdürülebilirliği olan faaliyetlerde ilerlemek oldukça zor olsa da ulaşılabilir bir hedef olarak görülmektedir (Shets & Parvatiyar, 2021). Böylelikle pazarlama araçları yardımıyla bireylerin istek ve ihtiyaçları sosyal ve çevresel olarak daha az zararlı ürünlere yönlendirilerek sürdürülebilir tüketime rehberlik edilebilmektedir.

3. SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMAYA GEÇİŞ: EKOLOJİK VE YEŞİL PAZARLAMA

Sürdürülebilirlik kavramının temel boyutlarını oluşturan çevresel, toplumsal ve ekonomik boyutlar, küresel düzeyde olduğu gibi işletmeler ve bireyler düzeyinde de birtakım değişimler ortaya koymaktadır. Sürdürülebilirlik bakış açısının hâkim olmaya başladığı ve buna yönelik uygulamaların pek çok alanda varlığını hissettirdiği bir dönemde, işletmeler de faaliyetlerini bu yönde değiştirmek ve geliştirmek durumunda kalmaktadırlar. Bu noktada işletmelerin sürdürülebilirliğe yönelik davranışlarını ve söylemlerini ifade edebileceği en önemli aracın ise “pazarlama” olduğu görülmektedir. İşletmeler gerek üretim gerek dağıtım gerekse reklam ve halkla ilişkiler faaliyetlerinde “sürdürülebilir” bir işletme olduklarına yönelik söylem ve faaliyetlerini pazarlama kanalları aracılığıyla tüketicilere ve diğer paydaşlara sunabilmektedirler. Ayrıca sürdürülebilir pazarlama faaliyetleri; ekonomi, çevre, toplum ve kültür gibi faktörler arasında karşılıklı büyüme ve uyumu gözeterek paylaşılan bir değer yönetimi özelliğine sahiptir (Jung vd., 2020).

Sürdürülebilir kalkınma, yalnızca rekabette sürdürülebilir olmayı değil aynı zamanda ekolojik olarak da sürdürülebilirliği içeren pazarlama çabalarını yani sürdürülebilir pazarlamayı gerektirmektedir. Ekonomik faaliyetlerin çoğu, insan ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılamak için tüketimi sunan ve teşvik eden pazarlama süreci tarafından tetiklenmektedir. Bununla birlikte, pazarlamanın kalkınmadaki kritik rolü, ancak sürdürülebilir pazarlama yoluyla, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden bugünün ihtiyaçlarını karşıladığı zaman takdir edilecektir.

Yeşil pazarlama, çevreyi korumanın yanında tüm pazarlama faaliyetlerini de üstlenmeye odaklanmaktadır. Bunun yanında sürdürülebilir kalkınma ise gelecek nesillerin doğal çevreyi önceki nesiller tarafından daha iyi durumda miras almasını taahhüt etmekte, bu durum çevrenin korunmasını ve iyileştirilmesini gerektirmektedir. Bu nedenle sürdürülebilir kalkınma, yeşil pazarlama ve diğer faktörlerle doğrudan ve yakından bir ilişkiliye sahiptir (Kinoti, 2011). Böylelikle sürdürülebilir pazarlamanın sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin uygulanması ve gerçekleştirilmesi noktasında önemli bir göreve sahip olduğu görülmektedir.

Üretim, dağıtım ve pazarlama iletişimi açısından çevresel ve sosyal konulara yönelik eğilim artışı, sürdürülebilirlik kavramından önce “ekolojik

pazarlama” veya “yeşil pazarlama” kavramlarıyla karşımıza çıkmaktadır. Çevreyle ilgili endişelerin pazarlama uygulamalarında yer alma süreci Peattie (2001)’e göre üç aşamada gerçekleşmektedir. Bu aşamalar; zararlı ürünlere olan bağlılığı azaltmaya yönelik dar kapsamlı faaliyetleri kapsayana *ekolojik pazarlama*; yeşil tüketicilerin taleplerini ve rekabette avantaj sağlayacak en az çevresel zararı gözetken daha geniş kapsamlı *çevreci pazarlama* ve üretim ile tüketimin bütün çevresel sonuçlarını kapsamaya çalışan *sürdürülebilir pazarlama* şeklinde sıralanmaktadır.

Günümüzde halihazırda kullanılan ve sürdürülebilir pazarlamaya geçişte önemli kavramlar ve uygulamalar olan “ekolojik pazarlama” ve “yeşil pazarlama” kavramlarının açıklanmasının sürdürülebilir pazarlamanın daha iyi anlaşılması noktasında faydalı olacağı düşünülmektedir.

3.1. Ekolojik Pazarlama

Pazarlama eylemlerinin ekolojik bakış açısıyla değerlendirilmesine yönelik ilk çalışmalar 1960’lı yıllarda ortaya çıkmış, pazarlamanın toplum ve çevreyle ilişkisinin sistematik ilişkisi bu dönemlerde araştırılmaya başlanmıştır. 1970’li yıllarda “ekolojik pazarlama” teriminin ortaya çıkması ve bu konuda çeşitli yayınların yapılmasına rağmen bu kavram yalnızca belirli çevresel konular, belirli şirketler ve tüketicileri kapsayan dar bir çerçevede kalmıştır. Şirketler sonrasında ekolojik gereklilikleri yerine getirmek için gerekli yasal düzenlemeler yapmışlardır. Şirketlerin yeni ekolojik gereksinimlere uyumu, esas olarak üretim süreçlerindeki iyileştirmeler yoluyla gerçekleştirilmiştir (Katrandjiev, 2016).

1970’li yıllarla birlikte şekillenmeye başlayan ekolojik pazarlama, açıkça çevresel tehlikeleri olan endüstrilerle ilgilenmekte ve kirlilik, petrol sızıntıları ve sentetik böcek ilaçları gibi ürünlerin ekolojik etkileri gibi tamamen çevresel konulara odaklanmaktadır (Kemper & Ballantine, 2019). Ayrıca ekolojik pazarlama, kapsamı gereği doğaya ve insanlara zararlı olduğu düşünülen bir takım mal ve hizmetlere olan bağımlılığı azaltmaya yönelmektedir (Çelik & Canoğlu, 2019). Ekolojik pazarlamanın asıl görevi şirketin çevre odaklı olduğunu, firmanın geliştirme stratejisinde çevresel sorunları dikkate aldığı gerçeğini vurgulamak, işletmenin üretim yöntemlerinin (ve ürünlerin kendisinin) tamamen çevre dostu olduğunu ve hatta belirli bir çevresel sorunu çözen süreçlere katkıda bulunduğunu ileri sürmektedir

(Marciniak, 2009). Bu çerçevede ekolojik pazarlama; ürün modifikasyonu, üretim sürecindeki değişiklikler, ambalaj değişiklikleri ve ayrıca reklamlarda yapılan değişiklikler gibi geniş bir faaliyet yelpazesini içermektedir.

3.2. Yeşil Pazarlama

Ekolojik pazarlamanın gelişimindeki bir sonraki adım, 1980'li yıllarda meydana gelen Çernobil felaketi, ozon tabakasında meydana gelen hasarlar, petrol sızıntıları gibi çevrenin ve insanlığın savunmasızlığının toplumun göz önüne sunulmasıyla farklı bir boyuta evrilmiştir. Özellikle medyada bu olayların yer alması birçok insanın çevre sorunlarına yönelmesine ve ekolojik olarak temiz ürünleri, kirlilik içermeyen üretim teknolojilerini talep eden “yeşil tüketici” dalgasını ortaya çıkarmıştır (Katrandjiev, 2016).

Şirketler ve akademisyenler, sürdürülebilir kalkınmanın bir hedefi olarak ekonomik kalkınmanın ve çevreyi korumanın aynı anda ilerlemesinin zorluğunu ortadan kaldırmak için yeşil pazarlama stratejilerini (yeşil ürün, yeşil fiyat, yeşil lojistik, yeşil promosyon vb.) ve diğer kurumsal stratejileri geliştirmişler ve/veya benimsemişlerdir (Kinoti, 2011). Yeşil pazarlama pek çok insan tarafından yalnızca çevresel özelliklere sahip ürünlerin tanıtımı veya reklamı olarak anlamlandırılmaktadır. Geri dönüşüm, yeniden dolun, ozon dostu veya çevre dostu gibi terimler yeşil pazarlama ile en sık ilişkilendirilen terimler olmasına rağmen yeşil pazarlama tüketim malları ve endüstriyel mal ve hizmetlere uygulanabilen daha geniş bir kavramdır (Kinoti, 2011). Genel olarak “çevre” veya “ekolojik” pazarlama gibi kavramlarla birlikte anılan yeşil pazarlama Amerikan Pazarlama Derneği (AMA, 2022) tarafından; “çevre açısından güvenli olduğu ürünlerin varsayılan (fiziksel çevre üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirmek veya kalitesini iyileştirmek için tasarlanmış) geliştirilmesi ve tanıtımı” olarak açıklanmaktadır. Bu terim aynı zamanda, “ürünleri ekolojik kaygılara duyarlı bir şekilde üretme, tanıtmaya, paketleme ve geri kazanma çabalarını tanımlamak” için de kullanılabilir. Polonsky (1994)'e göre yeşil pazarlama; “doğal çevreye en az zararı verecek şekilde bireylerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik her türlü değişimi ve kolaylığı sağlamak için tasarlanan faaliyetler” olarak tanımlanmaktadır. Genel olarak tanımlara bakıldığında yeşil pazarlamanın, çevresel kaygıların pazarlama yönetimine giriş sürecini kapsadığı ve pazarlama faaliyetlerinin

çevreye yönelik olumsuz etkilerini azaltmaya veya yok etmeye yönelik olduğu görülmektedir (Zengin & Aksoy, 2021).

Örneğin IKEA firması, güneş panelleri kullanarak ve atıklarını düzenli depolama alanlarına yönlendirerek başarılı bir atık yönetimi ve çevre dostu bir uygulama gerçekleştirmektedir. Toyota otomobil firması seri üretim yapılan ilk hibrit araç olan “Toyota Prius” adlı aracıyla karbondioksit salınımını azaltarak çevre dostu bir ürün ve imaj geliştirmektedir (Zengin & Aksoy, 2021). Bu tür stratejiler ve üretim modelleri başarılı yeşil pazarlama uygulamaları olarak değerlendirilmektedir. Bunun yanında yeşil pazarlama işletmelere, çevreye ve topluma zenginleştirilmiş işletme olanakları, iyi yaşam şartları ve sürdürülebilir kalkınma gibi çeşitli faydalar sunmaktadır (Ottman, 1997). Ayrıca yeşil pazarlama çerçevesinde gerçekleştirilen faaliyetlerin çevre dostu tutum ve davranışların artmasına ve sürdürülebilir bir geleceğe destek olacağı öngörülmektedir (Kaufmann vd., 2012).

Pazarlama alanında meydana gelen ekolojik ve yeşil pazarlama aşamalarının son halkasında ise sürdürülebilir pazarlama yer almaktadır. Çevre bilincinin ve çevresel problemlerin pazarlamaya uyarlanmaya başladığı ekolojik pazarlama, bireylerin ve şirketlerin üretim ve tüketim davranışlarını değiştirmeye başladığı bir yeşil pazarlama konseptine dönüşmüştür. Sonrasında ise tüketicilerin isteklerinden ziyade ihtiyaçlarına odaklanılması gerektiği, bu ihtiyaçların çevreye ve doğaya en az düzeyde zarar verecek şekilde giderilmesi ve tüm bunları yaparken sadece bugünün değil gelecek nesillerin de haklarının korunması gerektiği düşüncesiyle birlikte sürdürülebilir pazarlama kavramına doğru bir geçiş gerçekleşmiştir.

4. SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA KAVRAMI

Pazarlama karması da dâhil olmak üzere sürdürülebilir pazarlama kavramı, üretim ve hizmet işletmelerinde giderek daha fazla uygulanan ve bu işletmeleri sürdürülebilir organizasyonlara dönüştüren nispeten yeni ve tam olarak tanınmayan bir bilgi alanıdır. İşletmenin çevresel ve sosyal çevresine bakılmaksızın pazar başarısına odaklanan geleneksel pazarlamanın aksine, sürdürülebilir pazarlama tam olarak bu değerlere odaklanmaktadır (Deo & Prasad, 2022; Trojanowski, 2022).

Sürdürülebilir pazarlama, sürdürülebilir kalkınma kavramının benimsendiği bir makro pazarlama kavramı olarak kabul edilmektedir.

Sürdürülebilir pazarlama ekolojik, sosyal ve ekonomik konuların birleşiminden oluşmaktadır. Sürdürülebilir pazarlama, ekolojik olarak yönlendirilen, uygulanabilir, etik ve ilişki temelli bütünsel pazarlama olarak kabul edilmektedir. Bu bakış açılarından yararlanan ve kalıcı olması amaçlanan “gelişmiş” pazarlama olarak kabul edilen uzun vadeli bir pazarlama yaklaşımıdır (Belz & Peattie, 2009). Sürdürülebilir pazarlama kavramının çeşitli tanımları bulunmaktadır. Fuller (1999) sürdürülebilir pazarlamayı; ürünlerin geliştirilmesi, fiyatlandırılması, tanıtımı ve dağıtımının, müşteri ihtiyaçlarının karşılanması, organizasyonel hedeflere ulaşılması ve sürecin ekosistemlerle uyumlu olması şeklinde sıralanan, bu üç kriteri karşılayacak şekilde planlanması, uygulanması ve kontrol edilmesi süreci olarak tanımlamaktadır. Belz (2005), sürdürülebilir pazarlamayı müşterilerle, sosyal çevreyle ve doğal çevreyle sürdürülebilir ilişkiler kurma ve bu ilişkiyi sürdürme eylemi olarak tanımlamaktadır. Sürdürülebilir pazarlama, çevresel ve sosyal yönleri dikkate alarak müşterilere değer yaratma, iletme ve sunma süreci olarak tanımlanmaktadır (Kemper vd., 2019; Martin & Schouten, 2014). Kumar vd., (2016) ise, sürdürülebilir pazarlama kapsamında müşterilerle sadece şirkete fayda sağlayan değil, aynı zamanda topluma ve çevreye de fayda sağlayan uzun vadeli ilişkiler kurmanın önemini vurgulamaktadır. Sürdürülebilir pazarlama; malların geliştirilmesi, planlanması, üretimi, tanıtımı ve satışına yönelik alıcıyla (müşteri) kârlılık ve rekabet gücü açısından olumlu bir ilişki sürdürmeye yardımcı olan, yaşam kalitesinin iyileştirilmesini destekleyen, sosyal fayda oluşturmak ve çevreye saygı göstermek için yapılan her türlü faaliyet olarak tanımlanmaktadır (Niedzielska, 2014). Genel olarak değerlendirildiğinde sürdürülebilir pazarlama; bir şirketin faaliyetlerinin ekonomik, ekolojik ve sosyal boyutlarının dengeli bir entegrasyonu olarak açıklanmaktadır (Trojanowski, 2015; Zaremba-Warnke, 2015).

Sürdürülebilirliğin kavramsallaştırılması çeşitli alanlarda aktif tartışmalara yol açmıştır (Ko vd., 2015; Kim, 2015; Rapert vd., 2010). Toplumun sürdürülebilirliğe olan ilgisi arttıkça, şirketler müşterilere daha yakın olmak için sürdürülebilirlik yönetimi faaliyetlerini kullanmaktadırlar. Son zamanlardaki sürdürülebilir pazarlama faaliyetleri, kurumsal sosyal sorumluluğun ötesinde paylaşılan değer yönetimi çağına dönüşmüştür. Ayrıca, sürdürülebilir pazarlama faaliyetleri ekonomi, çevre, toplum ve kültür gibi

faktörler arasında karşılıklı büyüme ve uyumu gözetmektedir (Choi vd., 2019; Lee vd., 2013).

Ekonomik pazarlama faaliyetleri, bir bölge içinde ekonomik destek yoluyla ekonomik faydaların paylaşılmasını temsil etmektedir. Bu faaliyet, ekonomik faydaları topluluktaki müşteriler, çalışanlar, ortaklar ve paydaşlarla paylaşmalıdır; aynı zamanda kâr yoluyla şirketin büyümesini de teşvik etmelidir (Choi & Park, 2015). Amalrick ve Hauser (2005), inovasyonun, değer yaratmanın ve verimli yönetimin, yeni ürün ve hizmetlerle kâr elde etmesi ve kârı yerel paydaşlarla paylaşması gerektiğini savunmaktadır. Ekonomik sorumluluğun gelir artışı üzerinde de olumlu bir etkisi bulunmaktadır. Bu nedenle, ekonomik pazarlama faaliyetleri, bir e-ticaret ortamının kurulması, mağaza ortamının iyileştirilmesi ve tesislerin modernizasyonu yoluyla yönetimin verimliliğine dayalı kârları en üst düzeye çıkarması gerektiği düşünülmektedir (Jung vd., 2020; Maignan vd., 2011).

Sosyal pazarlama faaliyetleri, kâr elde etmeyi amaçlayan iş görevlerinin yanı sıra, bir şirketin diğer hedeflerine ulaşmasını sağlayan sosyal katkı faaliyetleridir (Min vd., 2017; Sun vd., 2014). Sosyal faaliyetler, tüketicilerin bir şirket hakkındaki inançları üzerinde de olumlu bir etkiye sahiptir. Bir şirketin sosyal faaliyetleri, müşterilerin bir şirketin ürünlerine yönelik tepkileri ve tutumları gibi davranışsal niyetlerine bağlı kalmalarına yardımcı olmaktadır. Toplumun bir üyesi olarak, şirketler rollerinin farkındadırlar ve yerel topluma karşı sosyal sorumluluklarını yerine getirerek uzun vadeli bir bakış açısıyla sosyal girişimlere dönüşebilmektedirler. Örneğin, sosyal katkı faaliyetleri arasında topluluk üyeleriyle yiyecek paylaşımı, ücretsiz sağlık muayeneleri yapılması ve diğer toplum gönüllülüğü faaliyetleri yer almaktadır (Jung vd., 2020; Park vd., 2017; Lee & Sung, 2016).

Çevresel pazarlama faaliyetleri, "insan ihtiyaçlarını veya isteklerini karşılamayı amaçlayan herhangi bir değişimi üretmek ve kolaylaştırmak için tüm faaliyetlerin doğal çevre üzerinde en az zararlı etkiyle gerçekleşmesini sağlayacak şekilde tasarlanması, " anlamına gelmektedir (Stanton & Futrell, 1987). Örnekler arasında, alışveriş torbası paylaşım etkinlikleri, geri dönüştürülmüş afişlerin yeniden kullanımı ve yeşil büyüme için doğanın korunması yoluyla çevre dostu moda ürünlerinin geliştirilmesi yer almaktadır. Tüketiciler çevre dostu tüketime giderek daha fazla ilgi duymaya başladıkları için bu faaliyetler önemli hale gelmektedir (Jung vd., 2020).

4.1. Yardımcı Sürdürülebilirlik Pazarlaması (Auxiliary Sustainability Marketing)

Yardımcı Sürdürülebilirlik Pazarlaması (YSP) bakış açısı, sürdürülebilirliği tüm pazarlama karması boyunca bütünleştirmeyi, üretim ve tüketimin çevresel, sosyal ve ekonomik boyutlarına odaklanmayı içermektedir. YSP, mevcut yapılar veya serbest piyasalar, devlet müdahalesi ve iş modelleri gibi düzenlemeler içindeki değişime odaklandığı için sürdürülebilir pazarlama bakış açılarının çoğunu kapsamaktadır. Bu bakış açısının sloganı 'yaptığımızı daha iyi yapmak' şeklinde ifade edilebilmekte; bu durumda daha iyinin üretimin ve bir dereceye kadar tüketimin ekolojik ve sosyal etkilerinin birleştirilmesiyle gerçekleşeceği düşünülmektedir (Kemper & Ballantine, 2019).

4.2. İyileştirici Sürdürülebilirlik Pazarlaması (Reformative Sustainability Marketing)

İyileştirici Sürdürülebilirlik Pazarlaması (İSP), YSP'nin amaçlarını genişletmekte ve mevcut tüketim seviyelerinin sürdürülemez olduğunu, genellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki eşitsizliği veya dünyanın sınırlı kaynaklara sahip olduğunu kabul etmektedir. Bu nedenle İSP, sürdürülebilir yaşam tarzlarını teşvik etmekten ve bazı zararlı veya istenmeyen ürün / hizmetleri pazarlamaktan sorumlu olarak görülmekte, böylece mevcut iş yapma ve pazarlama biçimlerini değiştirmektedir (Kemper & Ballantine, 2019; Scott vd., 2014; Achrol & Kotler, 2012; Pereira Heath & Chatzidakis, 2012).

4.3. Dönüştürücü Sürdürülebilirlik Pazarlaması (Transformative Sustainability Marketing)

Dönüştürücü Sürdürülebilirlik Pazarlaması (DSP), sürdürülebilir bir topluma geçişi engelleyen kurumları değiştirmeyi amaçlamaktadır. En önemlisi, DSP kârdan daha çok sürekliliğe değer vermektedir (Van Dam & Apeldoorn, 1996). Bu pazarlama biçimi, tüketicilerin sürdürülebilir tüketimde karşılaştıkları ikna edici tüketim ideolojisi, kurumsal engeller ve sosyal normlar gibi engelleri anlamaktadır. Bu nedenle DSP, sorumluluğun hem firmalara hem de tüketicilere ait olduğunu ileri sürmektedir (Pereira Heath & Chatzidakis, 2012). Pazarlama ve onun neoklasik ekonomiye ve kapitalizmdeki köklerine dayanan temeli, DSP'de sosyal, ekonomik ve çevresel sorunların ana nedenleri olarak görülmektedir. Genel olarak DSP, mevcut pazarlama uygulamalarına,

tüketim ideolojisine/kültürüne ve sürdürülebilir bir topluma geçişi engelleyen kurumlara eleştirel bir bakış açısı sağlamayı amaçlamaktadır (Gordon vd., 2011; Belz, 2005). Sonuç olarak DSP, sürdürülebilirlik pazarlaması literatüründe sürdürülebilirliğin nasıl ifade edildiğine dair bir genel bakış açısı, pazarlamacıların sürdürülebilirliği ve pazarlamanın içindeki rolünü nasıl gördüklerini anlamaya yönelik bir araç sağlamaktadır (Kemper & Ballentine, 2019).

5. Sürdürülebilir Pazarlama Karması

Sürdürülebilir pazarlama ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurmaya (pazarlama iletişimi) içeren bir pazarlama karması yoluyla sürdürülebilir değere sahip ürün ve hizmetlerin sağlanmasını vurgulamaktadır. Bu nedenle, sürdürülebilir pazarlamayı kullanan firmalar, belirli pazar bölümleri için özel değeri olan diğer firmalara göre daha fazla karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olacaktır. Sürdürülebilir pazarlama, daha sürdürülebilir ürün ve hizmetlerin geliştirilmesini ve pazarlanmasını kolaylaştırırken, sürdürülebilirlik çabalarını pazarlama sürecinin ve iş uygulamalarının merkezine yerleştirmektedir (Ramli & Soelton, 2018; Hunt, 2011; Gordon vd., 2011).

Son on yılda, bilim insanları ve araştırmacılar arasında sürdürülebilir pazarlama karması da dâhil olmak üzere sürdürülebilir pazarlama konularına artan bir ilgi olduğu görülmektedir. Sürdürülebilir pazarlama karmasının unsurları; sürdürülebilir ürün, sürdürülebilir fiyat, sürdürülebilir dağıtım ve sürdürülebilir tutundurmadan oluşmaktadır. Pazarlama karması öğelerinin yöneticiler tarafından uygun şekilde yönetilmesi, yalnızca finansal faydaların değil, aynı zamanda sosyal ve çevresel faydaların da elde edilmesiyle ilişkilidir. Sürdürülebilir pazarlama ve pazarlama karmasının özünde, işletme tarafından finansal tatmin elde edilirken toplumların çevresini ve refahını gözetmenin yer aldığı belirtilmektedir (Trojanowski, 2022; Chung, 2020; Galati vd., 2019; Pomeroy & Johnson, 2018; Trojanowski, 2017).

5.1. Sürdürülebilir Ürün

Bir ürün çevresel, sosyal ve ekonomik unsurları dikkate alındığında sürdürülebilir olarak nitelendirilebilmektedir. Bu unsurlar; ürün çeşitliliği, markanın ve beraberindeki hizmetlerin özellikleri, hammadde tedariki, nakliye, depolama, üretim, satış, kullanım ve geri dönüşümden oluşmaktadır (Pabian,

2011). Sürdürülebilir ürün ve/veya hizmet, ürün yaşam döngüsünün tamamında çevresel ve sosyal hedeflerin uygulanmasını teşvik ederken aynı zamanda müşteri ihtiyaçlarına hizmet etmektedir. Sürdürülebilir ürün, birkaç temel özelliğe sahiptir (Belz & Peattie, 2009). Sürdürülebilir ürün;

- Müşteri ihtiyaçlarının karşılanmasını sağlamalıdır,
- Sürdürülebilir ürün, müşteri ihtiyaçlarının uzun vadede karşılanmasını yani ürünün dayanıklı olmasını sağlamalıdır,
- Organik ürünlerden farklı olarak, sürdürülebilir ürünler sosyal ve çevresel yönlere odaklanmalıdır,
- Ham madde edinme aşamasından, nakliye ve üretime, kullanıma ve kullanım sonrasına kadar ürün yaşam döngüsünün her aşamasında sürdürülebilirlik anlayışı hâkim olmalıdır,
- Sürdürülebilir ürün ve hizmetler mutlak ölçüler olmayıp, zaman içinde değişen bilgi düzeyine, en son teknolojilere ve toplumsal isteklere bağlıdır. Bu nedenle, değişen müşteri ihtiyaçları ile değişen sosyal ve ekolojik çevreyle ilgili sürekli bir iyileştirmeye ihtiyaç duyulmalıdır,
- Sürdürülebilir ürünler hem hedef grup hem de toplum için sosyo-ekolojik sorunların üstesinden gelmeye önemli bir katkı sağlamalıdır,
- Yalnızca hizmet kalitesi veya ürün performans değerlendirmesi düzeyi açısından değil, aynı zamanda üretim süreci (kaynakların türü ve menşei dâhil) açısından da şeffaflık sağlanmalıdır.

Genel olarak değerlendirildiğinde sürdürülebilir ürün kavramı, ürün yaşam döngüsündeki tüm yönleri, yani üretimi yoluyla hammadde ve yarı mamul ürünlerin elde edilmesinden ve çevreden tamamen ortadan kaldırılmasını kadar bütün süreçleri içermektedir (Wolf, 2013). Bu bağlamda bir ürün sürdürülebilirlik kapsamında; döngüsellik (tüm yaşam döngüsünü çevreye zarar vermeden geçirmek), verimlilik (mevcut kaynakların kullanımı, ancak çevreyi bozmadan sağlamak) ve kirliliği önlemek (tüm ürün yaşam döngüsü boyunca) gibi gereksinimleri karşılamalıdır (Emery, 2012). Bunlar sayesinde üretilen ürünlerin doğal çevre üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak mümkündür. Bu sürecin kontrolü, kavramsal aşamada Çevresel Ürün Beyanı (EPD- Environmental Product Declaration) aracılığıyla gerçekleştirilmektedir (Rutkowski, 2011). Bu beyan ürünün ve üretim sürecinin, ekolojik dengenin,

yani ürünün çevre üzerindeki etkisiyle ilgili verilere ilişkin kılavuzların ayrıntılı bir açıklamasıdır. Günümüzde pazarlama anlayışı, rekabet avantajı elde etmek için belirli bir ürün sağlamayı değil, geniş bir şekilde tanımlanmış müşteri değerine odaklanma gerekliliğini ifade etmektedir. Müşteri için bu değer, tedarikçinin istenmeyen sosyo-çevresel sorunları ortadan kaldırmada önemli bir etkiye sahip olduğunu gösteren faaliyetlerinden de kaynaklanmaktadır (Rudawska vd., 2016).

5.2. Sürdürülebilir Fiyat

Bir ürünün fiyatı, işletme stratejisinin en önemli bir unsurlarından birisidir. Fiyat pazarlama karmasının diğer unsurlarının aksine, şirket için maliyet yaratmamakta, gelir sağlamaktadır. Müşteri ile ilgili olarak fiyat, alıcının belirli bir ürün veya hizmeti satın almak için ödemesi gereken ve para cinsinden ifade edilen değerdir.

Sürdürülebilir bir ürünün değerini belirleyen fiyat, sürdürülebilir bir ürün üretmek için yapılan harcamaları içermelidir. Çevresel ve sosyal boyutların üretim süreçlerine dâhil edilmesi maliyetlerin artmasına neden olabilmektedir. Örneğin geleneksel olmayan enerji kaynaklarının üretim için kullanılması, ürünün birim fiyatını yükseltebilmektedir. Çevreye düşük zarar veren sürdürülebilir bir ürünü üretmek için gerekli ham maddelerin kullanılması, nihai ürünün fiyatının artmasına da neden olabilmektedir. Üretim maliyetlerinin artmasının ve dolayısıyla ürünün fiyatının yükselmesinin bir diğer nedeni de, çevre ve insan dostu teknolojilerin geleneksel üretim yöntemlerine göre çok daha pahalı olabilmesidir. Satın alma fiyatı çok daha yüksek olan hibrit araçlar sürdürülebilir ürüne örnek olarak gösterilebilmektedir. Hibrit bir otomobilin satın alınmasıyla ilgili maliyetler, içten yanmalı motorlu bir otomobilin fiyatından daha yüksektir. Hibrit bir otomobilin satın alma maliyeti, potansiyel alıcıları bu tür bir aracı satın almaktan vazgeçirebilmektedir. Bununla birlikte, hibrit bir araç satın almanın getirdiği yüksek maliyetler, bu ürünün avantajları ile telafi edilebilmektedir. Hibrit otomobiller daha az yakıt tüketir ve bu, kullanım maliyetlerinin düşmesine neden olmaktadır. Ek olarak, hibrit araçların temel avantajı, karbondioksit de dâhil olmak üzere atmosfere zararlı maddelerin önemli ölçüde daha az salınmasıdır. Çevrenin durumunu, insanların sağlığını ve yaşamını, gelecek nesillerin sağlığını göz önünde bulundurarak, hibrit veya elektrikli

araçların üretimi ve satışı, otomobil üreticileri için rasyonel bir eylemdir. Hibrit bir aracın satın alınmasıyla ilgili maliyetler ekosistem ve toplumların yaşam kalitesi açısından ikincil öneme sahiptir.

Şirketler üretim için temiz enerji, yakıtlar, ekosistem dostu malzeme ve hammaddeler, sürdürülebilir ambalajlama ve ürünün diğer unsurlarının kullanılması yoluyla ürünün birim fiyatının artmasıyla ilgili risklere rağmen, sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir pazarlama fikirlerine uygun ekonomik faaliyetlerde bulunmalıdırlar. Sürdürülebilir ürünler üretmek için artan finansal yatırımlar, şirket tarafından sadece bir üretim maliyeti olarak değil, her şeyden önce hem alıcıların hem de şirketin karşılıklı memnuniyeti ile sonuçlanacak geleceğe yönelik iyi bir yatırım olarak görülmelidir. Ayrıca sürdürülebilir kalkınma ilkelerine uygun olarak üretilmiş ürünler hakkında bilgilerin yayınlanması sürdürülebilir ürünlerin satın alınmasını teşvik edecek önemli bir motivasyon kaynağı olabilmektedir. Bunun sonucunda üretim süreci hakkında bilgi sahibi olan müşteri, sürdürülebilir bir ürün satın almak için daha yüksek bir bedel ödeyebilecektir (Trojanowski, 2014).

5.3. Sürdürülebilir Dağıtım (Satış Kanallarının İşbirliği ve Maliyetleri)

Sürdürülebilir pazarlamanın işletmelerin dağıtım politikaları üzerinde de etkileri bulunmaktadır. Mal ve hizmetlerin fiziksel dağıtımının çevre üzerinde hem doğrudan hem de dolaylı etkileri bulunmaktadır. Dağıtım kanallarındaki akışın sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesinin temel amaçlarından biri ekonomik, sosyal ve çevresel maliyetlerin azaltılmasını sağlamaktadır. Uygulamada, sürdürülebilir pazarlama fikrinin uygulanmasını belirleyen faktörler arasında çevre koruma gerekliliklerini dikkate alan dağıtım kanallarında işbirliği, sürdürülebilir kalkınmaya uygun olarak faaliyetlerini belgeleyen uygun sertifikalara sahip tedarikçilerin seçimi yer almaktadır. Bunun yanında ürün tedarik sürecinde enerji tüketiminin azaltılması, ürünlerin yeniden kullanılması veya geri dönüştürülmesi, ambalajın tasarımı, yapımı ve geri dönüşümü ile ilgili sorumlu politikalar ve çevre koruma alanında müşterilerle işbirliği yapılması sürdürülebilir pazarlama uygulamalarında yer alan faktörler arasındadır.

Dağıtım politikasının özü, müşterilere doğru yerde ve zamanda doğru ürünle ulaşmaktır. Bu kapsamda sosyo-ekolojik çevre üzerindeki olumsuz

etkiyi en aza indirmeye izin veren yeni / değiştirilmiş dağıtım kanalları aracılığıyla tüketicilere nasıl ulaşılabileceğinin cevabının aranması gerekmektedir. Ciesielski (2011) tarafından “maliyetleri ve çevre üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirirken müşteri hizmetleri seviyelerini en üst düzeye çıkarmak” olarak tanımlanan yeşil tedarik zinciri yönetimi kavramı, bu soruya verilecek en uygun cevap olarak görülmektedir. Dağıtımla ilgili olarak sürdürülebilir pazarlama aşağıdaki konuları dikkate almaktadır (Rudawska vd., 2016):

- Şirket tarafında; sosyal ve çevresel standartları yerine getirmek için tedarikçi seçiminin kontrolü, tedarik süreçlerinin entegrasyonu, üretim, teslimat, iade işlemleri, geri dönüşüm süreçleri ve atık yönetimi,
- Müşteri tarafında; üretici ile müşteri arasındaki mesafeyi dikkate alan sorumlu bir satış sisteminin organizasyonu, satış yerleri, kullanılmış ürünlerin geri dönüştürüldüğü yerler gibi unsurlar dağıtım kanalında önem arz etmektedir.

Sürdürülebilir dağıtım politikası uygulamalarının; çevre üzerinde olumlu etkileri olan doğa üzerinde ise olumsuz bir etkisi olmayan ürünlerin elde edilmesi, depolanması ve geri alınması, kirlilik emisyonları ile ilgili maliyetlerin düşürülmesi ve müşteri hizmetlerinin iyileştirilmesi gibi avantajları bulunmaktadır (Mesjasz-Lech, 2016).

5.4. Sürdürülebilir Tutundurma (Pazarlama İletişimi)

Pazarlama karmasının dördüncü unsuru olan tutundurma; reklam, doğrudan pazarlama, satış promosyonu, kişisel satış ve halkla ilişkileri içermektedir. Sunulan tutundurma araçları, işletmelerin sürdürülebilir tutundurmada faaliyetlerinde özel bir rol oynamaktadır. İşletmeler tutundurmanın bu unsurlarını kullanarak, piyasa katılımcıları ile iletişim kurmaktadır. Emery (2012), sürdürülebilir tutundurmanın asıl görevinin, şu dört ana hedefe ulaşmak olduğunu ifade etmektedir:

- Sürdürülebilirlik kapsamında enerji kullanımı ve tasarrufu, geri dönüşüm, kişisel seyahat, tüketimin azaltılması gibi çeşitli alışkanlıklar ve uygulamalar çerçevesinde bireylerin yaşam tarzlarında değişiklik sağlamak,

- Tüketici satın alma davranışını değiştirmek, insanları geleneksel ürün ve hizmetleri sürdürülebilir alternatiflerin tüketimi yoluyla daha sürdürülebilir bir yaşam tarzı sürdürmeye teşvik etmek,
- Tüketicileri ve diğer paydaşları ulusal, bölgesel ve yerel yönetimlerin, STK'ların, yardım kuruluşlarının, işletmelerin ve diğer ilgili tarafların sürdürülebilir referansları, uygulamaları, performansı ve başarıları hakkında bilgilendirmek,
- Tüketicileri, sürdürülebilir özellikleri ve faydaları bakımından belirli şirketlerden mal ve hizmet satın almaya ikna etmek şeklinde sıralanmaktadır.

Sürdürülebilir tutundurma faaliyetleri çevre için herhangi bir tehdit oluşturmayan, sosyal çatışmalara neden olmayan ve gelecek nesillerin şansını olumsuz yönde etkilemeyen uygulamalar içermektedir. Tutundurma faaliyetleri kapsamında medyada yayınlanan su, enerji veya özel ulaşım araçlarının rasyonel kullanımı ve çevreye saygı çağrısı yapan mesajlar, birçok piyasa katılımcısının tutumu üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilmekte, bir dereceye kadar ekosistem üzerindeki olumsuz insan etkisini azaltmaktadır. Gazete, radyo veya TV gibi kitle iletişim araçları kullanılarak yürütülen tutundurma amaçlı sosyal bilinçlendirme kampanyaları; yoksulluk, açlık, sosyal dışlanma gibi sorunlarla mücadelede yardımcı olabilmekte, toplumların ve doğal çevrenin yaşam kalitesinin iyileştirilmesine katkıda bulunabilmektedir. Sürdürülebilir tutundurma, sürdürülebilir kalkınma fikirleriyle uyumlu araç ve biçimlerin kullanımını da içermektedir. Toplum yanlısı ve çevre yanlısı pazarlama mesajlarının içeriği, çevreyi en az zararlı şekilde etkileyen ve sosyal yönü dikkate alan bu tür ekipman ve malzemeler kullanılarak iletilmelidir (Trojanowski, 2014; Trojanowski, 2013).

6. SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA YAKLAŞIMLARI: ETİK PAZARLAMA, SOSYAL SORUMLULUK, YEŞİL YIKAMA (GREENWASHING)

Sürdürülebilir pazarlama ile ilgili literatür incelendiğinde; etik pazarlama, sosyal sorumluluk ve yeşil yıkama yaklaşımlarının sürdürülebilir pazarlama ile yakın ilişkili oldukları, birbirlerini pozitif ya da negatif yönde etkiledikleri görülmektedir (Tanveer vd, 2021; Sun vd., 2014; Hoppe, 2012; Polonsky, 2011).

6.1. Etik Pazarlama

Genel olarak, sürdürülebilir pazarlama konusundaki tartışmalar, bireylerin ve firmaların doğal çevreyi kirletmesinin ve yok etmesinin veya onu gezegenin ekolojik istikrarına tehdit oluşturacak şekilde kullanmasının ahlaki açıdan yanlış olduğu konusunda üstü kapalı bir anlayışa dayanmaktadır. Sağlıklı bir ekolojik sistem olmadan ne sosyal ne de ekonomik hedeflere ulaşamayacağı ve bu nedenle onu yok etmekten kaçınmanın bireylerin ve firmaların ahlaki sorumluluğu olduğu kabul edilmektedir. Dolayısıyla, sürdürülebilir pazarlamanın teorik gelişimi, iş faaliyetlerinin hedeflerini etik bir bakış açısıyla belirleme ve çerçeveleme girişimini içermektedir (Crane & Dirk, 2004).

Literatürde “etik”, iyi ve kötü, doğru ve yanlış, erdem ve günah, adalet ve suç gibi kavramları tanımlamaktadır. Etik, insanın ahlaki sorunlarını ele almaya çalışmaktadır. Ahlak psikolojisi, tanımlayıcı etik ve değer teorisi alanlarının tümü etik felsefeye bağlantılıdır. Literatürdeki "etik" veya "ahlak" kelimeleri, ahlaki kararlar, standartlar, normlar ve yasalar gibi ahlaki standartların, değerlerin, inançların ve ahlaki ilkelerin bir koleksiyonunu ve insanları belirli bir şekilde davranmaya yönlendiren öz ve motivasyonları ifade etmektedir. Pazarlamanın etik boyutuna bakıldığında ise Gaski (1999), etik pazarlamayı “pazarlama uygulamalarında kullanılan bir ahlak ve davranış kuralları” olarak tanımlamaktadır. Etik pazarlama, şirketlerin pazarlama yöneticileri ile müşteriler, çalışanlar, rakipler ve genel halk dâhil olmak üzere diğer paydaşlar arasındaki bağlar açısından ahlaki olarak kabul edilebilir pazarlama kararları almalarını sağlamaktadır. Etik pazarlama hem akademi hem de uygulayıcılar için önemli bir konudur, çünkü etik ilkeler, şirketlerin asgari sorumluluk standartlarına uymalarını ve pazarlama faaliyetlerini işlerini herkes için şeffaf ve kabul edilebilir hale getirecek şekilde yürütmelerini gerektirmektedir (Rasool, 2021; Tanver & Hasan, 2020; Ferrel vd., 2019; Domino vd., 2015; Gaski; 1999).

Etik pazarlamanın önemi, modern toplumlardaki tüketicilerin yüksek kaliteli ürünlere ihtiyaç duymaya devam etmeleri ve bu ürünleri daha yüksek fiyatlarla satın alabilecek olsalar bile sosyal olarak tanınan markaları tercih etmeleri gerçeğiyle daha da vurgulanmaktadır. Etik pazarlama tipik olarak kültürel açıdan daha hassas ve sosyal açıdan bilinçli bir iş kültürüne katkıda bulunmaktadır. Pazarlamanın herhangi bir iş modelinin büyük bir parçası

olduğu göz önüne alındığında, etik pazarlama kurumsal etiğin ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır. Etik pazarlamanın teorik temelleri üzerine inşa edilen etik uygulamalar, ürün veya hizmetin kültürel ve sosyal değerler açısından doğru ve gerçekçi bir şekilde tasvir edilip edilmediği analiz edilirken uygulanmalıdır. Etik pazarlama uygulamaları, yöneticilere ve pazarlamacılara etik bir sorunla nasıl başa çıkılacağı konusunda yönergeler sağlamaktadır. Bazı araştırmacılar, ahlaki ilkelerin pazarlama kararlarında kullanılmasını sistematik bir yaklaşım olarak görmektedir (Tanveer vd, 2021; Dunfee vd., 1999; Nantel & Weeks, 1996).

Birçok bilim insanı, bir pazarlama araçlarının etik yaklaşımını vurgulamaktadır. Ürün kararlarıyla ilgili etik tutum, rekabet avantajı sağlamakta ve bu tür ürünlerin müşterilere zararlı olup olmadığını belirlemektedir. Oran ve adalet kavramı fiyatla ilgili etik değerlerde yer almaktadır. Etik fiyatlandırma, tüketicinin üründen elde ettiği avantaja eşdeğer olmalıdır. Makul olmayan fiyatlandırma, rekabetin yapısını etkileyebilmektedir. Pazarlama ve kişisel satışlarda tutundurma etiği konuları oldukça önemlidir. Tutundurma etiği pazarlama, satış ve halkla ilişkiler konularını kapsamaktadır. Reklamlar ve medya kuruluşlarıyla ilgili yaşanan çatışmalar tutundurma etiği kapsamında değerlendirilebilmektedir. Bunun yanında sosyal olarak daha bilinçli bir düşünme biçimine yönelik olarak çocuk işçiliği, çalışma ortamı, üçüncü dünya ülkeleriyle bağlar ve çevre sorunları gibi etik konularla ilgili endişeler nedeniyle düzenlemeler yapılmaktadır (Perrea vd., 2015; Slade & Prinsioo, 2013; Fournier, 1998).

6.2. Sosyal Sorumluluk

Sürdürülebilir pazarlama, müşterileri ve diğer paydaşları sürekli olarak tatmin ederken, daha yüksek sürdürülebilir değere sahip çözümler yaratarak, üretirken ve sunarak daha önemli noktalara ulaşmaya odaklanan daha geniş bir yönetim konsepti olarak görülmektedir. Bir şirketin sürdürülebilir bir pazarlama yönelimini benimsemesinin arkasındaki güçler şunlardır (Charter vd., 2006):

- Kirliliği önlemek ve çevrenin korunması ile ilgili mevzuat normlarının sayısının artırılması,
- Doğal kaynakların sınırlı karaktere sahip olması ve artan maliyetler,

- Tüketicilerin tutum ve davranışlarında meydana gelen değişiklikler neticesinde sürdürülebilir çözümlere daha duyarlı hale gelmeleri,
- Paydaşların sosyal açıdan daha sorumlu eylemlerin gerekliliğine yönelik farkındalıklarının artırılması,
- Sürdürülebilir stratejiler benimseyerek rekabet avantajı elde etme gerekliliği.

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS), sürdürülebilir pazarlamanın temellerinden birisidir (Sun vd., 2014; Yılmaz & Flouris, 2010; Rosell vd., 2008). Sürdürülebilir pazarlama üzerine kurulu bu yönelim, bir şirketin iş başarısını etik ilkeleri eylemlerine dahil ederek, sosyal ve çevresel sorunlara duyarlı olarak, kendisine önemli bir rekabet avantajı sağlayan tutumla elde ettiğini ifade etmektedir. Chahal ve Sharma (2006) KSS'yi, şirketin çeşitli ticari ve sosyal eylemleri aracılığıyla toplumun ve organizasyonunun refahını bugün olduğu gibi gelecekte de koruma, geliştirme ve çeşitli paydaşlar için adil ve sürdürülebilir faydalar üretme yükümlülüğü olarak tanımlamaktadır.

Sürdürülebilir pazarlama ve KSS, çevresel, ekonomik ve sosyal kaygılar olmak üzere üç boyutu paylaşmaktadır. Her boyut, sürdürülebilir pazarlamada bir rol oynamaktadır. Çevresel boyutu takip eden firmalar, çevreyi yönetme ve doğal kaynaklara özen gösterme ile ilgili pazarlama faaliyetlerinde bulunmaktadırlar. Ekonomik boyutu takip eden firmalar, esas olarak rekabet avantajı geliştirmek için gereken pazarlama kaynaklarını ve yeteneklerini belirleyerek değer yaratmaya ve finansal performansı artırmaya odaklanmaktadırlar. Sosyal boyuta odaklanan şirketler, hayır kurumlarına sponsorluk yapmak, topluluk ilişkilerini savunmak ve eğitimi desteklemek gibi toplumu etkileyen pazarlama faaliyetlerini sürdürmektedirler. Sürdürülebilir pazarlama faaliyetlerinin bu yol gösterici boyutu önemli olmasına rağmen çeşitli endüstrilerin veya pazarlama birimlerinin yöneticileri bazı boyutları diğerlerinden daha güçlü bir şekilde takip edebilmektedir (Kim vd., 2015; Sun vd., 2014; Lii vd., 2013).

Sosyal sorumluluğun işletme boyutu yanında tüketici boyutunun da olduğu bilinmektedir. Tüketici sosyal sorumluluğu, bireylerin bilinçli pazar seçimlerine ve sosyal sorumluluk sahibi kuruluşlar tarafından üretilen ürün ve hizmetlerin satın alınmasına yansımaktadır (Hoppe, 2012; Cyfert & Hoppe, 2011; Devinney vd., 2006). Lewicka-Strzalecka (2002), tüketici sosyal sorumluluğuna dinamik bir yaklaşım getirmektedir. Tüketici, seçim öncesi ve

sonrasında kendini sorumlu hissedebilmektedir. Bu şekilde, pozitif ve negatif sorumluluk ayırt edilebilmektedir. Pozitif tüketici sorumluluğu bireyin karar vermenin her aşamasında kendisinin organizasyonlar, sosyal veya ekolojik çevre üzerinde olumlu etki yaratma konusunda bilinçli bir istek gösterdiği anlamına gelmektedir. Negatif sorumluluk, bir seçim yaptıktan sonra, yani yukarıda belirtilen alanlarda doğrudan veya dolaylı olarak olumsuz bir etkiye neden olan bir ürünü satın aldıktan sonra sorumluluk üstlenmekle ilgilidir. Tüketicinin daha sonra gelecekte sorumlu bir şekilde davranabileceği ancak pozitif tüketici durumunda olduğundan daha az olası olduğu düşünülmektedir. Bunun yanında sorumlu tüketicilerin yalnızca sorumlu görüşler bildirmekle yetinip, ancak bunları eyleme geçirmedikleri görülmektedir (Gotowska vd., 2013; Lewicka-Strzałocka, 2002).

Tüketicilerin sosyal sorumluluğu, işletmeler tarafından giderek daha sık tanıtılan sosyal sorumluluk uygulamalarının etkinliği açısından önemli bir konudur. Etik tüketim alanı nispeten bilinmeyen bir sorundur. Tüketiciler, tüketim sürecinde sorumluluklarını sürdürmekte zorlanmaktadır. Tüketicilerin önümüzdeki 20 yıl içinde pazarda kalıcı alışkanlıklar içinde etik davranışlar geliştireceği öngörülmektedir. Tüketiciler tarafından sergilenen sorumlu kişilerin davranış ve tutumlarının kalitesi de sosyo-ekonomik gelişmenin sürdürülebilir bir şekilde gerçekleşmesini etkilemektedir. Yaşam düzeyi ve kalitesiyle, sürdürülebilir kalkınmayla ilgilenen araştırmacılar, kalkınmayı dengelemenin tek yolunun, günümüzde birçok insan grubunun temel ihtiyaç durumunu aşan ve değerli kaynakları (özellikle çok gelişmiş ülkelerde) israf eden tüketimi azaltmak olduğunu varsaymaktadır. Bireyler başkalarıyla değer yarışına girmekte veya üstünlüğünü başkalarına göstermek için gelirlerini giderek daha fazla alışveriş yapmaya harcamaktadır. Bireyler tüketim aracılığıyla, kim olduklarını ve nasıl algılanmak istediklerini belirlemektedir. Bu tüketim davranışı, gelecek nesillerin hayatta kalması için gerekli malzemeleri tüketmektedir (Kolodko, 2013; Ostrowski, 2012; Deviney, vd., 2011; Eckhardt vd., 2010). Tüketicilerin sergilemiş oldukları bu davranışlar, sürdürülebilirliğin tüketim boyutunun aksamasına neden olduğu düşünülmektedir.

6.3. Yeşil Yıkama (Greenwashing)

Tüketicilerin son on yılda çevre sorunları konusunda daha bilinçli hale geldiği görülmektedir. Özellikle faaliyetlerini ekolojik pazarlama çerçevesinde şekillendiren büyük şirketler tüketicilerin bilinçlenmesine katkıda bulunmaktadır. Ekolojik pazarlama ürün modifikasyonu, üretim sürecindeki değişiklikler, ambalajdaki değişiklikler ve ayrıca reklamların değiştirilmesi gibi çok çeşitli faaliyetleri kapsamaktadır. Bu adaptasyon değişikliklerinin olumsuz etkilerinden biri ise “greenwashing”tir. Yeşil yıkama olarak adlandırılan bu kavram, pazarlamada dezenformasyonun yayılması olarak tanımlanmaktadır (Jakubczak & Gotowska, 2020; Horiuchi & Schuchard, 2009). Yeşil yıkama, bir işletmeyi yeşil olarak tanıtmak ve çevreye duyarlı uygulamalara katıldığını göstermek için çevresel çabalarını yanlış bir şekilde teşvik etmek veya bu konuda harcanandan daha fazla kaynak harcandığını ifade etmektedir. Bu nedenle yeşil yıkama, bir kuruluşun çevresel stratejileri, hedefleri, motivasyonları ve eylemleri ile ilgili yanlış veya aldatıcı bilgilerin yayılmasıdır (Becker-Olsen & Potucek, 2013). Benzer şekilde, Martínez vd. (2020)’ e göre yeşil yıkama, şirketin iletişim kurduğu şey ile ürettiği gerçek faaliyetler arasındaki yanlış bir ilişkiye atfedilen tanımdır. Yani, şirketin gerçek uygulamalarını, sürdürülebilirlik raporlarında ve diğer ek iletişim araçlarında yanlış bilgilerle gizlemeye yönelik bir faaliyettir.

Pazarlamada dezenformasyonun yayılması olarak görülen yeşil yıkama, işletmeler tarafından, tüketicileri kuruluşun çevre açısından sosyal olarak sorumlu olduğuna ikna etmek için kullanılmaktadır. Yeşil yıkama faaliyetleri bilgi asimetrisi ve yanıltıcı mesajlar kullanmaktadır. Yeşil yıkama sorunu çeşitli pazarlarda giderek daha sık ortaya çıktığı görülmektedir. Bilimsel araştırma sonuçları, bilgi çarpıtma nedeniyle işletmelerin piyasalardaki pazarlık pozisyonlarını ihlâl ettiğini ve bilinçsizlikten kaynaklanan yanlış tüketici davranışlarına yol açtığını göstermektedir. Bu nedenle yeşil yıkama kavramının tüketicilere sunulması ve tuzağa düşmekten kaçınmanın yollarının geliştirmesinin sağlanması gerekmektedir (Jakubczak & Gotowska, 2020; Jakubczak & Gotowska, 2018; Horiuchi & Schuchard, 2009).

Her şeyden önce, yeşil yıkama kullanan şirketler bunu imajlarını iyileştirmek istedikleri için yapmaktadır. Bu şekilde, çevreye duyarlı veya ekolojik bir şirket imajı kazanarak tüketicilerin ve diğer paydaşların gönlünü kazanmaya çalışmaktadırlar. Bu tür faaliyetler kuruluşun çevresinde yani

müşteriler, potansiyel çalışanlar, yatırımcılar veya yükleniciler arasında kabullenmenin artmasını sağlamaktır (Bowen & Aragon-Correa, 2014; Delamas & Burbano, 2011). Faaliyetlerinde çevre dostu olmayı arzulayan bir şirket amacıyla çevre üzerindeki gerçek etkisi her zaman birbirine yakın ilerlememektedir. Bunun nedeni, şirketlerin kasıtlı olarak kafa karışıklığı yaratmasıdır (Lyon & Maxwell, 2011). Ayrıca işletmelerin hedef aldığı gruplar genellikle bu şirketler tarafından sağlanan bilgileri önemli bir şekilde doğrulamakta zorluk çekmektedir. Şirketlerin faaliyetleri hakkında gelen bilgiler genellikle sınırlı ve eksiktir (Chen & Chang, 2013). Ek olarak, yeşil yıkama, gerçek faaliyetlere yansımaya da şirketin kaynak verimliliğini önermesiyle karakterize edilmektedir. Ayrıca işletmelerin örneğin CO2 emisyon bilgilerinin, şirketin çevre durumunun bozulmasına katkıda bulunduğu faaliyetlerde bilgilerin gizlenmesi veya ihmal edilmesi gibi durumlarla karşılaştığı görülmektedir (Polonsky, 2011).

SONUÇ

Günümüzde zengin veya yoksul, tüm dünya vatandaşlarını etkileyen ciddi ekonomik ve sosyal sorunlar yaşanmaktadır. Dünya, gelişmiş toplumların beklediği yaşam standartlarını karşılamakta yetersiz kalmaya başlamıştır. Pazarlama, ekonomik ve toplumsal bozulma üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir, ancak aynı zamanda tüketicilerin, işletmelerin, kuruluşların ve tüm toplumların olumlu davranışlarını da oluşturabilmektedir. Bir eylem felsefesi, bir düşünme ve iş yapma şekli olarak anlaşılan sürdürülebilir pazarlama, güvenilirliği ve sorumluluğu teşvik ederek daha iyi tüketime, daha iyi ilişkilere ve daha sorumlu işlere yol açmakta, böylece daha iyi bir dünyanın yaratılmasını etkilemektedir. Sürdürülebilir pazarlama sadece daha iyi ve daha ucuza üretmek ve ağaçları kesmekten kaçınmak değildir. Bu, iş yapmanın verimliliği etkileyen, yaratıcılığa ilham veren ve iş birliğini teşvik eden ve koruyan gerçek bir uygulama değeridir. Sürdürülebilir pazarlama, uzun vadede insanların ihtiyaçlarını, küresel çevreyi ve ekonomik kalkınmayı dengeleyeceği, bu sayede işletmelere ve kuruluşlara daha az fon ve kaynak kullanarak "daha fazla" yaratma inancı ve gücü sağlayacağı öngörülmektedir (Seretny & Seretny 2012).

Günümüzde toplumsal sorunlar gittikçe daha karmaşık bir hal almaktayken, pazarlamanın bu problemlere çözüm oluşturma ve toplumları yönlendirme görevi daha da önem kazanmaktadır. "Journal of Marketing" ve

“Journal of the Academy of Marketing Science” gibi önde gelen pazarlama dergilerinin daha iyi bir dünya için pazarlama konusunda özel sayılar yayınladıkları görülmektedir (Shets & Parvatiyar, 2021). Ekolojik endişeler, gelir dağılımındaki dengesizlik, temiz su kaynaklarına ulaşım problemi, temiz ve yeterli yiyecek problemi, sera gazı emisyonları, karbon ayak izi pek çok problem artık yalnızca hükümetlerin veya işletmelerin değil aynı zamanda pazarlama birimlerinin, araştırmacılarının ve pazarlama profesyonellerinin de önemli çalışma alanlarını oluşturmaya başlamaktadır. Böylelikle sürdürülebilirlik kavramının pazarlama alanında önemli çalışma alanlarından biri haline geleceği düşünülmektedir.

Sadece rekabetin artması, yeni teknolojilerin gelişmesi veya artan müşteri talepleri ile değil, kirliliğin artması ve doğal çevrenin bozulması ile de ilgili olan değişen iş ortamı, işletmelerin işleyişini güçlü bir şekilde etkilemektedir. İşletmeler, faaliyet gösterdikleri değişen iş ekosistemine yanıt olarak, pazar gereksinimlerini karşılamak ve çevresel değişikliklere uyum sağlamak için yeni iş modelleri sunmalıdır. Sadece satışları ve tüketimi artırmaya yönelik kurumsal stratejiler artık beklenen sonuçları vermemektedir. Günümüz iş dünyasının başarısı çevresel, ekonomik ve sosyal boyutları dikkate alan uzun vadeli sürdürülebilir kalkınmadan kaynaklanmalıdır. Sürdürülebilir kalkınma, küresel kabul görmüş en önemli kalkınma kavramlarından biri haline gelmiştir. Sürdürülebilir kalkınma stratejisinin artan önemi, işletmelerin daha sürdürülebilir olmanın yeni bir rekabet avantajı kaynağı yaratabileceğini, şirketin değerini artırabileceğini veya markalara tüketici sadakatini olumlu yönde etkileyebileceğini fark ettiğini göstermektedir. Yaşanan değişimler nedeniyle işletmeler stratejilerini, özellikle de pazarlama stratejilerini yeniden tanımlama ihtiyacı ile karşı karşıya kalmaktadır (Kowalska, 2020; Rudawska, 2019; Dangelico & Vocalelli, 2017; Upward & Jones, 2016). Sürdürülebilir kalkınmaya giden yol zorlu ve uzun görünse de şirketlerin ürün ve hizmetlerini yeniden tasarlayarak, sorumlu tüketimi teşvik ederek, pazarlama karmaşını ve pazarlamanın fonksiyonunu yeniden tasarlayarak bu dört farklı çabayla sürdürülebilir pazarlama için etkili bir strateji oluşturabilecekleri düşünülmektedir (Shets & Parvatiyar, 2021).

Pazarlamada kullanılan iletişim araçları ve üretim tekniklerinin sürdürülebilirlik bakış açısıyla yeniden tasarlanmasının; ekonomik, toplumsal ve çevresel problemlerin çözüme kavuşmasına, bireylerin daha sürdürülebilir

tüketim davranışlarına yöneltileceğine, üretim ve dağıtımın çevreye daha az zarar verecek şekilde tasarlanmasına yardımcı olacağı öngörülmektedir. Örneğin destinasyonların tanıtımında broşür, katalog gibi kâğıt ve buna benzer materyallerin kullanılmasından ziyade, tanıtımların Sanal Gerçeklik (VR) gözlükleri yardımıyla yapılmasının hem kâğıt israfının önüne geçerek sürdürülebilir pazarlamaya yardımcı olacağı hem de tüketicilerin daha iyi bir deneyim sağlayacağı düşünülmektedir. Sanal Gerçeklik (VR), Artırılmış Gerçeklik (AR) ve Metaverse gibi uygulamaların materyal kullanımının azalmasına yardım ederek hem sürdürülebilirliği teşvik edici hem de tüketici tatminini artırıcı araçlar olarak gelecek yıllarda pazarlama alanında yaygın bir şekilde kullanılacağı tahmin edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Achrol, R. S., & Kotler, P. (2012). Frontiers of the marketing paradigm in the third millennium. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(1), 35–52.
- AMA, 2022. Definitions of Marketing. Retrieved from <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/> 14.11.2022
- Amalric, F., & Hauser, J. (2005). Economic drivers of corporate responsibility activities. *Journal of Corporate Citizenship*, 20, 27–38.
- Becker-Olsen, K. & Potucek, S. (2013). Greenwashing. In *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility*; Idowu, S.O., Capaldi, N., Zu, L., Das Gupta, A., Eds.; Springer: Berlin/Heidelberg, Germany.
- Belz, F. M. (2005). Sustainability marketing: blueprint of a research agenda.
- Belz, F. M., & Peattie, K. (2009). *Sustainability marketing*. Glasgow, Hoboken: Wiley & Sons.
- Bowen, F., & Aragon-Correa, J. A. (2014). Greenwashing in corporate environmentalism research and practice: The importance of what we say and do. *Organization & Environment*, 27(2), 107-112.
- Brundtland, G. H. (1987). Our common future—Call for action. *Environmental Conservation*, 14(4), 291-294.
- Chahal, H., & Sharma, R. D. (2006). Implications of corporate social responsibility on marketing performance: A conceptual framework. *Journal of Services Research*, 6(1), 205.
- Charter, M., Peattie, K., Ottman, J. & Polonsky, M.J., 2006. Marketing and sustainability. [Online] Available at: www.cfsd.org.uk/smart-know-net/links/smart-know-net.pdf [Accessed 24 November 2022].
- Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2013). Greenwash and green trust: The mediation effects of green consumer confusion and green perceived risk. *Journal of business ethics*, 114(3), 489-500.
- Choi & Park (2015). ISO 26000 implementation and purchase intention: a moderated mediation model of corporate image and CSR authenticity/fit. *Journal of Product Research*, 33(1), 133–143.
- Choi, C. S, Cho, Y. N., Ko, E., Kim, S. J., Kim, K. H., & Sarkees, M. E. (2019). Corporate sustainability efforts and e-WOM intentions in social platforms. *International Journal of Advertising*, 38(8), 1224–1239.
- Chung, J. (2020). Effect of Quality Uncertainty, Regulatory Focus, and Promotional Strategies on Perceived Savings for Sustainable Marketing. *Sustainability*, 12(14), 5653.
- Ciesielski, M. (2011). *Supply Chain Management*, PWE, Warsaw.
- Crittenden, V. L., Crittenden, W. F., Ferrell, L. K., Ferrell, O. C., & Pinney, C. C. (2011). Market-oriented sustainability: a conceptual framework and propositions. *Journal of the academy of marketing science*, 39(1), 71-85.
- Çelik, O., & Canoğlu, M. (2019). Ulakbim veri tabanında sürdürülebilir ve çevreci pazarlama konusunda yayınlanmış makalelerin bibliyometrik analizi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(3), 24-36.
- Crane, A. & Dirk, M. (2004). *Business Ethics: An European Perspective*, Oxford: Oxford University Press.

- Cyfert, S., & Hoppe, G. (2001). Social and environmental responsibility of consumers' as a determinant of effective implementation of CSR and the ECSR. *Economics and Organization of Enterprises*, 8, 1-4.
- Dangelico, R. M., & Vocellelli, D. (2017). "Green Marketing": An analysis of definitions, strategy steps, and tools through a systematic review of the literature. *Journal of Cleaner production*, 165, 1263-1279.
- Delamas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). The Drivers of Greenwashing. Forthcoming *California Management Review*, 64-87.
- Deo, K., & Prasad, A. A. (2022). Exploring Climate Change Adaptation, Mitigation and Marketing Connections. *Sustainability*, 14(7), 4255.
- Devinney, T.M., Auger, P., Eckhardt, G.M., & Birtchnell, Th. (2006). The other CSR: Consumer Social Responsibility. *Stanford Social Innovation Review*, 4(3), 10.
- Devinney, T., Auger, P., & Eckhardt, G. M. (2011). Values vs. Value-New research revealing a disparity between what shoppers say and what they do debunks the myth of the ethical consumer. *Strategy and Business*, (62), 14.
- Dunfee, T. W., Smith, N. C., & Ross Jr, W. T. (1999). Social contracts and marketing ethics. *Journal of marketing*, 63(3), 14-32.
- Domino, M. A., Wingreen, S. C., & Blanton, J. E. (2015). Social cognitive theory: The antecedents and effects of ethical climate fit on organizational attitudes of corporate accounting professionals—a reflection of client narcissism and fraud attitude risk. *Journal of Business Ethics*, 131(2), 453-467.
- Eckhardt, G. M., Belk, R., & Devinney, T. M. (2010). Why don't consumers consume ethically?. *Journal of consumer behaviour*, 9(6), 426-436.
- Elkington, J. (1997). Cannibals with forks. *The Triple Bottom Line of 21st Century*.
- Emery, B. (2012). *Sustainability Marketing*. London: Pearson.
- Ferrell, O. C., Harrison, D. E., Ferrell, L., & Hair, J. F. (2019). Business ethics, corporate social responsibility, and brand attitudes: An exploratory study. *Journal of Business Research*, 95, 491-501.
- Fournier, S. (1998). Consumers and their brands: Developing relationship theory in consumer research. *Journal of consumer research*, 24(4), 343-373.
- Fuller, D. A. (1999). *Sustainable marketing: Managerial-ecological issues*. Sage Publications.
- Galati, F., Bigliardi, B., Petroni, A., Pinna, C., Rossi, M., & Terzi, S. (2019). Sustainable Product Lifecycle: The Role of ICT. *Sustainability*, 11(24), 7003.
- Gaski, J. F. (1999). Does marketing ethics really have anything to say?—A critical inventory of the literature. *Journal of Business Ethics*, 18(3), 315-334.
- Gordon, R., Carrigan, M., & Hastings, G. (2011). A framework for sustainable marketing. *Marketing Theory*, 11(2), 143-163.
- Gotowska, M., Jakubczak, A., & Kufel, M. (2013). *The Assessing the Quality of Life and the Standard of Living: The Proposal of a Quantitative Measure*. LAP LAMBERT Academic Publishing.
- Hoppe, G. (2012). Choice of strategy of municipal waste processing technology. *Publisher University of Economics in Poznan, Poznan*, 7, 38-40.
- Horiuchi, R., Schuchard, R., Shea, L., & Townsend, S. (2009). Understanding and preventing greenwash: A business guide. *London: Futerra Sustainability Communications*, 1-39.

- Hunt, S. D. (2011). Sustainable marketing, equity, and economic growth: a resource-advantage, economic freedom approach. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(1), 7–20.
- Jakubczak, A., & Gotowska, M. (2018). Greenwashing on food market in opinion of young consumers from some European countries. MIC 2018. *Ekonomiska istrazivanja-Economic Research*.
- Jakubczak, A., & Gotowska, M. (2020). Green consumerism vs. greenwashing. *European Research Studies Journal*, 23(4), 1098-1112.
- Jung, J., Kim, S. J., & Kim, K. H. (2020). Sustainable marketing activities of traditional fashion market and brand loyalty. *Journal of Business Research*, 120, 294-301.
- Katrandjiev, H. (2016). Ecological marketing, green marketing, sustainable marketing: Synonyms or an evolution of ideas. *Economic Alternatives*, 1(7), 71-82.
- Kaufmann, H. R., Panni, M. F. A. K., & Orphanidou, Y. (2012). Factors affecting consumers' green purchasing behavior: An integrated conceptual framework. *Amfiteatru Economic Journal*, 14(31), 50-69.
- Kayıkçı, P., Armağan, K., & Dal, N. E. (2019). Sürdürülebilir pazarlama: kavramsal bir çalışma. *Bucak İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(1), 77-93.
- Kaypak, Ş. (2010). Ekolojik turizmin sürdürülebilirliği. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi (e-dergi)*, 2(2), 93-114.
- Kemper, J. A., & Ballantine, P. W. (2019). What do we mean by sustainability marketing? *Journal of Marketing Management*, 35(3-4), 277-309.
- Kemper, J. A., Hall, C. M., & Ballantine, P. W. (2019). Marketing and sustainability: Business as usual or changing worldviews? *Sustainability*, 11(3), 780.
- Kim, J. (2015). Sustainability in social brand communities: Influences on customer equity. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 25(3), 246–258.
- Kim, J., Taylor, C. R., Kim, K. H., & Lee, K. H. (2015). Measures of perceived sustainability. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 25(2), 182–193.
- Kinoti, M. W. (2011). Green marketing intervention strategies and sustainable development: A conceptual paper. *International journal of business and social science*, 2(23), 263-273.
- Ko, E., Chae, H., Chun, E., Yong, S., Kong, H. M., & Han, J. (2015). *Sustainable fashion brand marketing*. Paju: Kyomunsa.
- Kołodko, G. W. (2013). *Dokąd zmierza świat: ekonomia polityczna przyszłości*. Warszawa: Prószyński i S-ka.
- Kowalska, M. (2020). SME managers' perceptions of sustainable marketing mix in different socioeconomic conditions—a comparative analysis of Sri Lanka and Poland. *Sustainability*, 12(24), 10659.
- Kumar, V., Rahman, Z., & Kazmi, A. A. (2016). Stakeholder identification and classification: a sustainability marketing perspective. *Management Research Review*, 39(1), 35-61.
- Lee, E. M., Park, S. Y., & Lee, H. J. (2013). Employee perception of CSR activities: Its antecedents and consequences. *Journal of Business Research*, 66(10), 1716–1724.
- Lee, M. Y., & Sung, J. (2016). Sustainability and management in fashion, design and culture. *Journal of Global Fashion Marketing*, 7(2), 73–75.

- Lewicka-Strzalecka, A. (2002). About responsibility of the consumer. *Prakseologia*, 142, 161-172.
- Lii, Y. S., Wu, K. W., & Ding, M. C. (2013). Doing good does good? Sustainable marketing of CSR and consumer evaluations. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 20, 15–28.
- Lyon, T. P., & Maxwell, J. W. (2011). Greenwash: Corporate environmental disclosure under threat of audit. *Journal of Economics & Management Strategy*, 20(1), 3-41.
- Maignan, I., Gonzalez-Padron, T. L., Hult, G. T. M., & Ferrell, O. C. (2011). Stakeholder orientation: Development and testing of a framework for socially responsible marketing. *Journal of Strategic Marketing*, 19(4), 313–338.
- Marciniak, A. (2009). Greenwashing as an example of ecological marketing misleading practices. *Comparative Economic Research. Central and Eastern Europe*, 12(1-2), 49-59.
- Martin, D. M., & Schouten, J. W. (2014). The answer is sustainable marketing, when the question is: What can we do? *Recherche Et Applications En Marketing (English Edition)*, 29(3), 107–109.
- Martínez, M. P., Cremasco, C. P., Gabriel Filho, L. R. A., Junior, S. S. B., Bednaski, A. V., Quevedo-Silva, F., ... & Padgett, R. C. M. L. (2020). Fuzzy inference system to study the behavior of the green consumer facing the perception of greenwashing. *Journal of Cleaner Production*, 242, 116064.
- Min Kong, H., & Ko, E. (2017). Why do consumers choose sustainable fashion? A crosscultural study of South Korean, Chinese, and Japanese consumers. *Journal of Global Fashion Marketing*, 8(3), 220–234.
- Mesjasz-Lech, A. (2016). Urban air pollution challenge for green logistics. *Transportation Research Procedia*, 16, 355-365.
- Nantel, J., & Weeks, W. A. (1996). Marketing ethics: is there more to it than the utilitarian approach?. *European journal of marketing*, 30, 9-19.
- Niedzielska A., (2014). Marketing w swietle zrownawzonego rozwoju przedsiebiorstw. *Marketing i Rynek*, 11, 213-219.
- Ostrowski, M. (2012). When do we have enough money. *Politics*, 46.
- Ottman, J. (1997). *Greenmarketing, opportunity for innovation* (second edition), NTC publishing groups.
- Pabian, A. (2011). Strategia produktu w zrównoważonej działalności marketingowej (Product strategy in sustainable marketing). *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu w Poznaniu*, 172, 148–158.
- Park, H., Lee, M. Y., & Koo, W. (2017). The four faces of apparel consumers: Identifying sustainable consumers for apparel. *Journal of Global Fashion Marketing*, 8(4), 298–312.
- Peattie, K. (2001). Towards sustainability: the third age of green marketing. *The Marketing Review*, 2(2), 129-146.
- Perrea, T., Grunert, K. G., & Krystallis, A. (2015). Consumer value perceptions of food products from emerging processing technologies: A cross-cultural exploration. *Food Quality and Preference*, 39, 95-108.
- Pereira Heath, M. T., & Chatzidakis, A. (2012). ‘Blame it on marketing’: Consumers’ views on unsustainable consumption. *International Journal of Consumer Studies*, 36(6), 656–667.

- Peterson, M., Minton, E. A., Liu, R. L., & Bartholomew, D. E. (2021). Sustainable marketing and consumer support for sustainable businesses. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 157-168.
- Polonsky M. J. (1994). An introduction to Green marketing. *Electronic Green Journal*, 1(2).
- Polonsky, M. J. (2011). Transformative green marketing: Impediments and opportunities. *Journal of Business Research*, 64(12), 1311-1319.
- Pomering, A., & Johnson, L. W. (2018). Building Sustainability into Services Marketing: Expanding decision-making from a mix to a matrix. *Sustainability*, 10(9), 2992.
- Ramli, Y., & Soelton, M. (2018). Implementing innovation management on market attractiveness and unique resources to enhance business performance on organic fertilizer industries in Indonesia. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(2), 1–12.
- Rapert, M. I., Newman, C., Park, S. Y., & Lee, E. M. (2010). Seeking a better place: Sustainability in the CPG industry. *Journal of Global Academy of Marketing Science*, 20(2), 199–207.
- Rasool, A., Shah, F. A., & Tanveer, M. (2021). Relational dynamics between customer engagement, brand experience, and customer loyalty: An empirical investigation. *Journal of Internet Commerce*, 20(3), 273-292.
- Rosell, G., Carlos, J., & Moisaner, J. (2008). Ethical dimensions of sustainable marketing: A consumer policy perspective. *European Advances in Consumer Research*, 8, 210–215.
- Rudawska, E., Frackiewicz, E., & Wiscicka, M. (2016). Sustainable marketing mix-the basic assumptions. *Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Polityki Europejskie, Finanse i Marketing*, (15 [64]).
- Rudawska, E. (2019). Sustainable marketing strategy in food and drink industry: a comparative analysis of B2B and B2C SMEs operating in Europe. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 875-890.
- Rutkowski, I. (2011). Strategies of sustainable development of new products in the area of relationship technology-product-market, in Strategic choices in enterprises. Functional strategies, Urbanowska-Sojkin E. (ed.), EU Poznań, ZN, 172.
- Scott, K., Martin, D. M., & Schouten, J. W. (2014). Marketing and the new materialism. *Journal of Macromarketing*, 34(3), 282–290.
- Seretny, M., & Seretny, A. (2012). Sustainable marketing—a new era in the responsible marketing development. *Foundations of Management* 4(2), 63-76.
- Sheth, J. N., & Parvatiyar, A. (2021). Sustainable marketing: Market-driving, not market-driven. *Journal of macromarketing*, 41(1), 150-165.
- Slade, S., & Prinsloo, P. (2013). Learning analytics: Ethical issues and dilemmas. *American Behavioral Scientist*, 57(10), 1510-1529.
- Stanton, W. J., & Futrell, C. (1987). *Fundamentals of Marketing*, (8th). New York: McGraw-Hill.
- Sun, Y., Kim, K. H., & Kim, J. (2014). Examining relationships among sustainable orientation, perceived sustainable marketing performance, and customer equity in fast fashion industry. *Journal of Global Fashion Marketing*, 5(1), 74–86.

- Tanveer, M., & Hassan, S. (2020). The role of new and creative ideas in developing industries of education, software and manufacturing in Pakistan. *Journal of Entrepreneurship Education*, 23(3), 1-11.
- Tanveer, M., Ahmad, A. R., Mahmood, H., & Haq, I. U. (2021). Role of ethical marketing in driving consumer brand relationships and brand loyalty: A sustainable marketing approach. *Sustainability*, 13(12), 6839.
- Trojanowski, T. (2014). Culture of Marketing Actions of a Company. *Journal of Intercultural Management*, 6(4.2), 67-74.
- Trojanowski, T. (2015). Sustainability marketing mix przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie*, (1), 141-147.
- Trojanowski, T. (2017). Sustainable product prices. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 18(11.3), 197-205.
- Trojanowski, T. (2022). The Triple Bottom Line Concept in Sustainable Marketing Mix Activities of Food Industry Enterprises. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 19, 1296-1302.
- Upward, A., & Jones, P. (2016). An ontology for strongly sustainable business models: Defining an enterprise framework compatible with natural and social science. *Organization & Environment*, 29(1), 97-123.
- Van Dam, Y. K., & Apeldoorn, P. A. (1996). Sustainable marketing. *Journal of Macromarketing*, 16(2), 45-56.
- Wolf I. (2013). Corporate marketing activity conditions for sustainable development: Finance and Marketing Management Problems. *ZN University of Szczecin, Szczecin*, 775.
- Yılmaz, A. K., & Flouris, T. (2010). Managing corporate sustainability: Risk management process based perspective. *African Journal of Business Management*, 4(2), 162-171.
- Zaremba-Warnke, S. (2015). Marketing zrównoważony jako narzędzie doskonalenia przedsiębiorstwa. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, (376), 100-112.
- Zengin, B., & Aksoy, G. (2021). Sürdürülebilir kalkınma anlayışının yeşil pazarlama ve yeşil finans açısından değerlendirilmesi. *İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 362-379.

BÖLÜM 11

AKADEMİK ERTELEME KONUSUNDA TÜRKÇE LİTERATÜRDE YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR

Arş. Gör. Furkan DEMİRTAŞ¹

Doç. Dr. Mehmet Ragıp GÖRGÜN²

¹ Harran Üniversitesi Siverek Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, fdemirtas@harran.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-6069-4919

² Harran Üniversitesi Siverek Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, mehmetgorgun@harran.edu.tr, ORCID:0000-0003-1618-3844

1. Giriş

Erteleme, yapılması veya tamamlanması gereken işlerin, gerçekçi gerekçeler olmadan ileride yapılmak üzere yapılmaması veya uzun vadede elde edilecek olumlu sonuçlardan vazgeçilerek kısa vadede elde edilecek olumlu sonuçlara yönelmek olarak tanımlanabilir. Bir başka açıdan bakılacak olursa, bireylerin yaptıkları planlar ile yapılan planlara uyma davranışları arasındaki tutarsızlıktır (Kandemir, 2014). Erteleme davranışı öğrencilerde çok sık görülmektedir (Onwuegbuzie, 2004). Öğrencilerin akademik işleriyle ilgili yaptıkları ertelemeler akademik erteleme olarak adlandırılmaktadır. Özellikle üniversite öğrencilerinin çok sık olarak akademik erteleme davranışı sergilediği görülmektedir (Burka ve Yuen, 1983, Ellis ve Knaus, 1977; Akt: Uzun Özer ve Topkaya, 2011; Odacı ve Berber Çelik 2015). Bunun sebebi üniversite eğitimi döneminin, öğrencilerin en sıkı şekilde mesleki ve sosyal hayata hazırlandıkları dönem olmasıdır. Bu süreç boyunca öğrenciler pek çok ödev, görev, proje veya sorumlulukla karşı karşıya kalmaktadırlar. Böyle bir durumla karşı karşıya kalan öğrencilerin çoğu (Uzun Özer, 2009), çeşitli sebeplerle bu sorumlulukları üstlenmekte güçlük yaşamada ve yapması gereken görevleri daha sonra yapmak üzere terk etmektedir (Güngör ve Koçak, 2020). Akademik hayatta erteleme genellikle, ödevleri hazırlamayı son ana bırakma, ders çalışmayı sürekli geciktirme, önemli proje veya görevlerin teslimini geciktirme, akademik hayattaki bazı idari görevlerin geciktirilmesi olarak tezahür etmektedir (Solomon ve Rothblum, 1984).

Erteleme davranışı, ertelemenin yapıldığı süreç için geçici bir rahatlama sağlıyor olsa da yerine getirilmesi gereken sorumluluk için zaman daraldıkça beraberinde kaygıyı da getirmektedir. Aynı durum akademik erteleme için de geçerli olmaktadır ve öğrenciler kaygıyla beraber suçluluk duyma, yetersiz hissetme, başarısızlık ve stres gibi olumsuz duygular da hissetmektedir (Akbay ve Cizir, 2010). Yeterli zaman kalmayacak kadar akademik ertelemde bulunmanın yanı sıra bu şekilde kötü hisler ve kaygı içerisinde bulunan üniversite öğrencileri buna bağlı olarak akademik hayatta birçok problemle karşılaşabilmektedirler. Örneğin; akademik erteleme davranışı gösteren üniversite öğrencilerinin; akademik başarıları akademik ertelemde bulunmayan öğrencilere göre daha düşük olmaktadır (Akdamar ve Kızılkaya, 2022; Özdemir, Korkmaz ve Toraman, 2021; Sop, 2020), nomofobi düzeyleri artmaktadır (Aksoğan ve Atıcı, 2022), psikolojik iyi oluş düzeyleri

düşmektedir (Aygün ve Topkaya, 2021), stres düzeyleri artmaktadır (Durgun, Kalyoncuoğlu ve Avcı, 2021), öz-yeterlik ve öz düzenleme beceri düzeyleri azalmaktadır (Filiz ve Doğar 2021), algılanan başarı düzeyi düşmektedir (Gürkan ve Gündoğdu 2019), umutsuzluk düzeyi artmakta, mükemmeliyetçilik düzeyleri azalmaktadır (Odacı ve Kaya 2019). Böyle olumsuz sonuçların ortaya çıkmasına sebep olmasına rağmen, akademik erteleme davranışı birçok faktörden etkilenerek öğrenciler tarafından sergilenmektedir. Akademik ertelemeyi etkileyen faktörler; yaş (Kekeç Morkoç ve Erdönmez 2011; Ulukaya ve Bilge 2014), cinsiyet (Akdamar ve Kızılkaya 2022; Özdemir, Korkmaz ve Toraman, 2021; Mişe ve Hançer, 2019), bölüm (Şeker ve Saygı 2013; Kekeç Morkoç ve Erdönmez 2011), sınıf düzeyi (Demir ve Kösterelioğlu, 2015), üniversite türü (Ulukaya ve Bilge, 2014), okuduğu bölümü bilerek seçip seçmediği, günlük internet kullanımı ve interneti kullanım amacı, alkol ve sigara kullanım durumu, memnuniyet durumu (Kınık ve Odacı 2020), bilişsel farkındalık düzeyleri (Vural ve Gündüz 2019), zaman yönetimi (Yardım ve Engin 2022), sosyal medya bağımlılığı (Akbaş Coşar ve Gedik 2021; Yakut ve Kuru 2019; Gür vd., 2018), internet bağımlılığı (Atamtürk, Çalık Var ve Gökler, 2020; Yurdakoş ve Biçer, 2019), ekran kullanım süreleri (Engin ve Genç, 2020), gelecek beklentileri (Dikmen, 2018), güdülenme düzeyleri (Terzi, Uyangör ve Dülker, 2017), eğitim ve öğretim, düzenli ders çalışma alışkanlığı, öğretim elemanı, fiziki koşullar (Kandemir, 2017) olarak literatürde yapılan çalışmalar sonucunda ortaya konmuştur.

Bu çalışma, Türkçe literatürde üniversite öğrencilerine yönelik olarak yapılmış akademik erteleme ile ilgili makalelerin derlenmesiyle ilgili alanda çalışanlar ve çalışmayı düşünenler için kısa bir özet oluşturmayı ve literatürdeki boşlukları saptayarak yapılabilecek çalışmalara ışık tutmayı amaçlamaktadır. Çalışmanın üniversite öğrencilerine yönelik yapılan çalışmalar olarak kısıtlanmasının sebebi, akademik erteleme davranışının özellikle üniversite öğrencilerinde yaygın olarak görülmesidir. Yapılan literatür taraması sonucunda 57 adet çalışma, bu çalışma kapsamında değerlendirilmiş ve tablo halinde gösterilerek akademik erteleme konusunda yapılan çalışmaların bir resmi ortaya konulmuştur.

2. Yöntem

Bu çalışma nitel araştırma yöntemlerinden belgesel tarama tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmada Türkçe literatürde üniversite öğrencilerine yönelik olarak yapılmış akademik erteleme ile ilgili makaleler derlenmiştir. Çalışmanın üniversite öğrencilerine yönelik yapılan çalışmalar olarak kısıtlanmasının sebebi, akademik erteleme davranışının özellikle üniversite öğrencilerinde yaygın olarak görülmesidir (Burka ve Yuen, 1983, Ellis ve Knaus, 1977). Yapılan tarama sonucunda Türkçe literatür için de aynı durumun söz konusu tespit edilmiştir. Literatürdeki makalelere ulaşmak için, Google Akademik, Researchgate ve Harran Üniversitesinin dijital kütüphanesinin arama motoru olan “Piri Keşif Aracı” ile “akademik erteleme” anahtar kelimesi aratılmış, üniversite öğrencilerini örneklem olarak seçen makaleler tespit edilmiş ve bunlardan çalışma kapsamına girenler değerlendirilerek bu çalışma için uygun olanlar saptanmıştır. Yapılan tarama sonucunda 57 adet çalışma araştırma kapsamına alınmıştır. Daha sonra bu çalışmalar yayınlanma tarihine göre sıralanarak aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 1. Türkçe literatürde akademik erteleme ile ilgili yapılmış çalışmalar

Yazar-lar	Çalışmanın Amacı	Çalışmanın Sonucu
Akdamar ve Kızılkaya (2022)	Bu çalışmanın amacı, öğrencilerin (I) akademik erteleme ve umutsuzluk seviyeleri arasındaki ilişkinin (II) farklı akademik başarı seviyeleri ile akademik erteleme arasındaki ilişkinin (III) cinsiyetin akademik erteleme eğilimleri ile umutsuzluk halleri üzerindeki etkisinin incelenmesidir.	Araştırma sonucunda, (I) akademik erteleme ile umutsuzluk seviyesi arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu (II) Akademik başarının akademik erteleme arasında anlamlı bir farklılık olduğu (III) Erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha yüksek akademik erteleme düzeyine sahip olduğu tespit edilmiştir.
Aksoğan ve Atıcı (2022)	Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin nomofobi düzeyleri ile akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin	Çalışma sonucunda, üniversite öğrencilerinin akademik erteleme davranışları ile nomofobi düzeyleri arasında pozitif

	incelenmesi amaçlanmaktadır.	yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.
Karapelit ve Memiş (2022)	Bu çalışmada, akademik erteleme ile mesleki güdülenme ve temel psikolojik ihtiyaçlar arasındaki ilişkinin analiz edilmesi amaçlanmaktadır.	Yapılan analiz sonucunda, akademik erteleme ile mesleki güdülenme ve temel psikolojik ihtiyaçlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanamamıştır.
Topuzoğlu vd. (2022)	Çalışmada, Marmara Tıp öğrencilerinin akademik erteleme düzeylerini belirlemek, bunun öğrencilerin GANO'larına etkisini araştırmak ve kişilik özellikleri ile akademik erteleme arasındaki ilişkiyi incelemek amaçlanmaktadır.	Çalışma sonucunda, akademik erteleme ile sosyal odaklı mükemmeliyetçilik arasında pozitif, öz saygı ile akademik erteleme arasında negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca öğrencilerin GANO'ları ile hiçbir değişken arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.
Yardım ve Engin (2022)	Bu çalışmanın amacı; sınıf öğretmen adaylarının zaman yönetimi ile akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesidir.	Çalışma sonuçlarına göre, akademik erteleme davranışı ile zaman yönetimi arasında negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.
Akbaş Coşar ve Gedik (2021)	Bu çalışmada, öğretmen adaylarının sosyal medya bağımlılıkları ile akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin analiz edilmesi amaçlanmaktadır.	Çalışma sonucunda, sosyal medya bağımlılığının artmasının akademik erteleme davranışının da artmasına sebep olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca her iki değişkenin de demografik değişkenlere göre farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir.
Aktaş (2021)	Bu çalışmada, İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin gelecek zaman algısı ile akademik erteleme arasındaki ilişkinin tespit edilmesidir.	Yapılan analiz sonucunda, akademik erteleme ile gelecek zaman algısı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Aygün ve Topkaya (2021)	Bu çalışmanın amacı; akademik erteleme ve akademik mükemmeliyetçilik ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkinin incelenmesidir.	Analiz sonucunda, akademik erteleme ve akademik mükemmeliyetçilik düzeyleri ile psikolojik iyi oluş düzeyleri arasında anlamlı ve negatif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.
Dikmen (2021)	Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin gelecek beklentilerinin akademik erteleme üzerindeki yordayıcılığının incelenmesi amaçlanmaktadır.	Çalışma sonuçlarına göre, gelecek beklentileri akademik ertelemeyi negatif yönde yordamaktadır.
Durgun, Kalyoncuoğlu ve Avcı (2021)	Bu çalışmada, hemşirelik öğrencilerinin pandemi sürecinde akademik erteleme davranışları ile stres düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmaktadır.	Çalışma sonucuna göre, pandemi sürecinde hemşirelik öğrencilerinin akademik erteleme davranışı arttıkça algılanan stres düzeyi de artmaktadır.
Filiz ve Doğar (2021)	Çalışmanın amacı; beden eğitimi öğretmeni adaylarının, akademik erteleme eğilimlerinin öz düzenleme becerileri ve öz yeterlikleri üzerindeki etkisinin tespit edilmesidir.	Yapılan analiz sonucunda akademik erteleme eğilimi ile öz yeterlik ve öz düzenleme becerisi arasında anlamlı ve negatif yönde bir ilişki tespit edilmiştir.
Özdemir, Korkmaz ve Toraman (2021)	Bu çalışmada, tıp fakültesi öğrencilerinin akademik erteleme, olumsuz değerlendirilme korkusu ve akademik başarılarını muhtelif değişkenlere göre incelemek amaçlanmaktadır.	Çalışma sonuçları, cinsiyete göre akademik erteleme ve olumsuz değerlendirme korkusunun farklılaştığını, yaşanan sınav kaygısının, akademik başarı, akademik erteleme ve olumsuz değerlendirme korkusunda anlamlı farklılıklar oluşturduğunu göstermektedir.
Atamtürk, Çalık Var ve Gökler (2020)	Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin internet bağımlılıkları ile akademik erteleme davranışları	Araştırma sonucunda, internet bağımlılığı ile akademik erteleme arasında anlamlı, yüksek düzeyde ve

	arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır.	pozitif bir ilişki tespit edilmiştir.
Engin ve Genç (2020)	Bu çalışmada amaç; öğretmen adaylarının akıllı telefon ekran kullanım süreleri ile akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesidir.	Çalışma sonucunda, öğretmen adaylarının ekran kullanım süreleri ile akademik erteleme ölçeğinin sorumsuzluk ve akademik görevin algılanan niteliği faktörleri arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.
Güngör ve Koçak (2020)	Çalışmada, üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılık düzeyleri ile akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmaktadır.	Yapılan analiz sonucunda, akademik erteleme ile akıllı telefon bağımlılığı arasında orta düzeyde ve pozitif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Akıllı telefon bağımlılığının akademik ertelemeyi etkilediği tespit edilmiştir.
Kağan (2020)	Bu araştırmada, üniversite öğrencilerinde, akılcı-duygusal davranışçı yaklaşıma dayalı akademik erteleme davranışını önleme programının, akademik erteleme, zaman yönetimi ve bilişsel çarpıtmalar üzerindeki etkinliğini değerlendirmektir.	Katılımcılara yönelik uygulama sonucunda, akademik erteleme, bilişsel çarpıtmalar ve zaman yönetimi puanları açısından anlamlı ve pozitif bir farklılık tespit edilmiştir.
Kınık ve Odacı (2020)	Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin akademik erteleme davranışı ile bazı bireysel ve çevresel değişkenlerin ilişkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır.	Yapılan çalışma sonuçlarına göre, üniversite öğrencilerinin akademik erteleme davranışlarının, okuduğu bölümü bilerek seçip seçmediği, günlük internet kullanımı ve interneti kullanım amacı, alkol ve sigara kullanım durumu, memnuniyet durumu gibi değişkenlere göre anlamlı farklılıklar göstermekteyken,

		bölümünün bulunduğu fakülte, barınılan yer, sınıf düzeyi, cinsiyet, internet erişim durumu, internet erişimine sahip telefon veya bilgisayar sahipliği değişkenleriyle anlamlı farklılıklar göstermemektedir.
Özer ve Akay (2020)	Bu çalışmada, öğretmen adaylarının akademik erteleme ve yabancılaşma davranışlarının incelenmesi amaçlanmaktadır.	Çalışma sonucuna göre, akademik erteleme ile yabancılaşma davranışları arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır ve yabancılaşma değişkeni akademik erteleme davranışını yordamaktadır.
Öztürk Başpınar (2020)	Çalışmada, üniversite öğrencilerinin genel ve akademik erteleme davranışlarını ve bu iki değişkenin ilişkisinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır.	Çalışma sonucunda, üniversite öğrencilerinin genel ve akademik erteleme davranışlarına sahip olduğu ve bu iki değişken arasında yüksek düzeyde pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.
Sop (2020)	Çalışmada, lisans turizm öğrencilerinin, eğitim-öğretim memnuniyeti, akademik erteleme eğilimleri ve akademik başarıları arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmaktadır.	Analiz sonucuna göre, eğitim-öğretim memnuniyeti arttıkça akademik erteleme eğilimi azalmakta, akademik başarı artmaktadır. Ayrıca akademik erteleme düzeyi arttıkça akademik başarı düzeyi azalmaktadır ve eğitim-öğretim memnuniyeti ve akademik başarı ilişkisinde akademik erteleme tamamlayıcı aracılık rolü üstlenmektedir.
Şengül ve Seyfi (2020)	Bu çalışmada amaç; Türkçe öğretmeni adayı olan öğrencilerin akademik	Yapılan analiz sonucunda, akademik öz yeterliğin alt boyutlarından bir tanesi

	ertelemeleri ile akademik öz yeterlikleri arasındaki ilişkinin analiz edilmesi ve belirlenmesidir.	hariç diğer boyutlarının hepsinin akademik ertelemeyi etkilediği tespit edilmiştir. Akademik öz yeterlik ile akademik erteleme arasında düşük düzeyde negatif bir ilişki tespit edilmiştir.
Uçar (2020)	Bu çalışmanın amacı; uzaktan eğitim alan öğrencilerin akademik erteleme davranışlarının nedenlerini ve bunun üstesinden gelmek için hangi yolları izlediklerinin tespit edilmesidir.	Çalışma sonuçları, akademik erteleme davranışının nedenlerinin amaçlı erteleme, alışkanlık, dersin yapısı, arkadaş çevresi, başarısız olma korkusu ve öğretim elamanı olduğunu ve öğrenciler akademik ertelemenin üzerinden gelmek için, herhangi bir adım atmadığı, plan yapmaya çalıştığı ve bu davranışının sonuçlarını düşünerek hareket ettiğini göstermektedir
Gürkan ve Gündoğdu (2019)	Bu çalışmada, farklı bölümlerde okuyan üniversite öğrencilerinin yürütücü biliş becerilerinin, akademik mükemmeliyetçilerinin ve akademik erteleme davranışlarının çeşitli değişkenlere göre incelenmesi amaçlanmaktadır.	Çalışma sonuçlarına göre, erkek öğrenciler kadın öğrencilere göre daha fazla akademik erteleme davranışı sergilemektedir. Ayrıca algılanan başarı düzeyi ile akademik erteleme arasında negatif yönlü bir ilişki varken yürütücü biliş becerileri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.
Yakut ve Kuru (2019)	Bu çalışmanın amacı; üniversite öğrencilerinin sosyal medya alışkanlıklarını kullanım amaçları ve bağımlılıklarını akademik ertelemeye olan etkisinin amaçlanmasıdır.	Çalışma sonuçlarına göre; sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya kullanım amaçları ilişkisinin akademik erteleme davranışı ile olan ilişkisi anlamlı düzeydedir.

Kaya ve Odacı (2019)	Çalışmanın amacı; birey merkezli terapiye dayalı olarak geliştirilen akademik erteleme ile baş etme psiko-eğitim programlarının etkisinin ve kalıcılığının üniversite öğrencileri üzerinde araştırılmasıdır.	Uygulanan eğitim programı sonucunda, eğitim alan grubun erteleme puanında düşüş gözlenirken eğitim almayan grupta bir değişme olmadığı tespit edilmiştir.
Mişe ve Hançer (2019)	Bu çalışmanın amacı; öğretmen adaylarının akademik erteleme davranışlarının çeşitli değişkenlere göre incelenmesidir.	Çalışma sonucuna göre, öğretmen adaylarının akademik erteleme davranışlarının ortalamasının üzerindedir ve öğrenim görülen bölüm ve cinsiyete göre akademik erteleme davranışında anlamlı farklılıklar vardır.
Odacı ve Kaya (2019)	Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinde mükemmeliyetçilik ve umutsuzluğun akademik erteleme davranışının üzerindeki rolü incelenmesi amaçlanmaktadır.	Analiz sonuçlarına göre; mükemmeliyetçilik ve umutsuzluk, akademik erteleme ile ilişkidir.
Vural ve Gündüz (2019)	Çalışmanın amacı; öğretmen adaylarının akademik erteleme davranışları ile bilişsel farkındalık düzeyleri arasındaki ilişkinin tespit edilmesidir.	Analiz sonuçlarına göre, akademik erteleme davranışı ve bilişsel farkındalık düzeyleri arasında düşük düzeyde ve negatif bir ilişki vardır. Ayrıca bilişsel farkındalık akademik ertelemeyi yordamaktadır sonucuna ulaşılmıştır.
Yurdakoş ve Biçer (2019)	Bu çalışmanın amacı; sağlık yönetimi öğrencilerinin internet bağımlılık düzeylerinin akademik erteleme davranışı üzerindeki etkisinin tespit edilmesidir.	Araştırma sonucunda öğrencilerin internet bağımlılığının akademik erteleme davranışını anlamlı bir şekilde etkilediği tespit edilmiştir.

Atılğan ve GÜNGÖRMÜŞ (2018)	Çalışmanın amacı, birinci ve ikinci öğretim gören öğrencilerin akademik erteleme davranışları ile akademik özyeterlik ve akademik güdülenme arasındaki ilişkinin incelenmesidir.	Çalışma sonuçlarına göre, akademik özyeterlik ve akademik güdülenme arttıkça akademik erteleme davranışının azaldığı tespit edilmiştir.
Bayrak (2018)	Bu çalışmanın amacı; üniversite öğrencilerinin karma öğrenme ortamında akademik erteleme ve öz-düzenleme algıları ve tamamlamaları gereken ödevleri gönderme zamanları arasındaki ilişkinin incelenmesidir.	Çalışma sonucunda, akademik erteleme düzeyleri (düşük ve orta düzey) farklı olan öğrencilerin çevrimiçi öz-düzenlemenin alt boyutlarında farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu farklılık düşük erteleme özelliği gösteren öğrenciler lehine olarak saptanmıştır.
Gür vd. (2018)	Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının akademik erteleme davranışlarına etkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır.	Çalışma sonuçlarına göre, erkek öğrencilerin akademik erteleme davranışının kız öğrencilere göre daha fazladır ve sosyal medya bağımlılığı yüksek olan öğrencilerin akademik erteleme davranışının da yüksektir.
Gürkan vd. (2018)	Bu çalışmanın genel amacı; spor yapan ve yapmayan üniversite öğrencilerinin akademik erteleme düzeylerinin incelenmesidir.	Çalışma sonucuna göre, spor yapan öğrencilerin akademik erteleme düzeyi, spor yapmayan öğrencilere göre daha düşüktür.
Şirin ve Duman (2018)	Bu çalışmada, beden eğitimi ve spor yüksekokulu öğrencilerinin cinsiyete göre genel erteleme akademik özyeterlik inancının, akademik erteleme davranışını ne düzeyde yordadığının tespiti amaçlanmıştır.	Kadın ve erkek grupları için yapılan regresyon analizleri sonucunda, öğrencilerin genel erteleme ve akademik öz-yeterliklerinin akademik erteleme davranışlarını anlamlı şekilde etkilediği tespit edilmiştir. İlişkinin yönü, genel erteleme için

		pozitifken akademik öz yeterlik için negatif olarak saptanmıştır. Ayrıca erkek öğrencilerin kadın öğrencilere göre akademik ve genel erteleme davranışını daha çok sergiledikleri anlaşılmaktadır.
Bedel (2017)	Bu çalışmada, birinci sınıfta okuyan okul öncesi öğretmenliği öğrencilerinin akademik erteleme eğilimleri ile bilinçli farkındalık ve üstbilişsel farkındalık arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmaktadır.	Yapılan analiz sonucuna göre, akademik erteleme eğilimleri, bilinçli farkındalık, toplam üstbilişsel farkındalık ve üstbilişsel düzenleme puanları düştükçe, artmaktadır. Ayrıca bilinçli farkındalık ve üstbilişsel farkındalık akademik erteleme eğilimini yordamaktadır.
Bulut ve Ocak (2017)	Bu çalışmanın amacı; öğretmen adaylarının akademik erteleme davranışlarının incelenmesidir.	Yapılan analiz sonuçlarına göre, erkeklerde akademik erteleme davranışı kadınlara göre daha yüksektir. Öğrencilerin akademik başarılarının üç alt boyutu ile akademik erteleme davranışları arasında negatif bir ilişki vardır. Ayrıca akademik erteleme davranışlarının bazı alt boyutları ile sınıf düzeyi arasında anlamlı farklılıklar vardır.
Kandemir (2017)	Bu çalışmanın amacı; eğitimde toplam kalite yaklaşımı ile akademik erteleme arasındaki ilişkinin incelenmesidir.	Çalışma sonuçlarına göre; eğitim ve öğretim ile düzenli ders çalışma alışkanlığı arasında düşük düzeyde pozitif yönde bir ilişki, düzenli ders çalışma alışkanlığı ile akademik erteleme arasında negatif

		yönlü, akademik personel ve eğitim ve öğretim ile fiziksel koşullar arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.
Terzi, Uyangör ve Dülker (2017)	Bu çalışmanın amacı; formasyon öğrencilerinin akademik güdülenme düzeyleri ile akademik erteleme düzeylerinin ilişkisini incelemektir.	Çalışma sonucunda, formasyon öğrencilerinin akademik güdülenme düzeyleri ile akademik erteleme düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.
Albayrak vd. (2016)	Çalışmanın amacı; üniversite öğrencilerinin kişilik özellikleri, akademik öz-yeterlik, akademik kontrol odağı ve akademik erteleme arasındaki ilişkinin incelenmesidir.	Çalışma sonucunda, kişilik özellikleri değişkenini iki alt faktörü ile akademik kontrol odağı değişkenin bir alt faktörünün akademik erteleme düzeyini anlamlı bir şekilde açıkladığı tespit edilmiştir.
Aslan Efe (2016)	Bu araştırmada, fen alanları öğretmen adaylarının, eğitim teknolojilerine yönelik tutumlarının akademik erteleme davranışlarını ne düzeyde etkilediğini tespit etmek amaçlanmaktadır.	Araştırma sonucunda, teknoloji kullanma sıklığı ve teknolojik altyapı değişkenleri ile akademik erteleme arasında negatif bir ilişki tespit edilmiştir.
Sarıkaya Aydın ve Koçak (2016)	Bu çalışmanın amacı, üniversitede hazırlık sınıfında okuyan öğrencilerin zaman yönetimi becerileri ve akademik erteleme arasındaki ilişkinin incelenmesi ve zaman yönetimi becerisinin akademik ertelemeyi yordayıp yordamadığının tespit edilmesidir.	Yapılan analiz sonucunda, akademik erteleme ve zaman yönetimi becerisi arasında anlamlı, orta düzeyde negatif yönlü bir ilişkinin olduğu ve zaman yönetimi değişkenine ait üç alt boyutun akademik erteleme davranışının toplam varyansının %46'sını açıkladığı tespit edilmiştir.
Berber Çelik ve Odacı (2015)	Araştırmanın temel amacı; üniversite öğrencilerinin akademik erteleme	Araştırma sonucunda, akademik erteleme davranışları ile öz-yeterlik

	davranışlarının akılcı olmayan inançlar, öz-yeterlik inancı, kendilik algısı ve olumsuz değerlendirme korkusunu ne seviyede açıkladığını ölçmektedir.	inancı ve kendilik algısı arasında negatif yönde, akılcı olmayan inançlar olumsuz değerlendirme korkusu arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir
Demir ve Kösterelioğlu (2015)	Bu çalışmanın amacı; öğretmen adaylarının akademik erteleme davranışlarını çeşitli değişkenler bakımından incelemektir.	Yapılan çalışma sonucunda, öğretmen adaylarının akademik erteleme davranışlarının, mezun olunan lise türü, cinsiyet, sınıf düzeyi, başarı durum algısı, öğrenim gördükleri alanlar ve devamsızlık durumlarına göre farklılık göstermektedir.
Kutlu, Gökdere ve Çakır (2015)	Bu çalışmada, öğretmen adaylarının öğretmenlik mesleğine yönelik tutumları ile akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmaktadır.	Yapılan analizler sonucuna göre, öğretmen adaylarının öğretmenlik mesleğine yönelim tutumları arttıkça akademik erteleme davranışları azalmaktadır.
Duru ve Balkıs (2014)	Bu çalışmada, akademik başarı, kendinden şüphe duyma ve benlik saygısı arasındaki ilişkide akademik erteleme eğiliminin rolünün incelenmesi amaçlanmaktadır.	Çalışma sonucunda, akademik erteleme eğiliminin kendinden şüphe duyma-benlik saygısı ve kendinden şüphe duyma-akademik başarı ilişkisinde aracılık rolü üstlendiği tespit edilmiştir.
Ulukaya ve Bilge (2014)	Bu çalışmada amaç; üniversite öğrencilerinin akademik erteleme eğilimleri ile aile bağlamında benlikleri, ana-baba tutumları ve bazı demografik değişkenlerin ilişkisini ortaya koymaktır.	Çalışma sonucuna göre, anne sıkı denetimi, yaş ve üniversite türü akademik ertelemeyi yordamaktadır. Aile bağlamında benlik ve akademik erteleme arasında ise anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.
Çelikkaleli ve Akbay (2013)	Çalışmada, eğitim fakültesi öğrencilerinde akademik erteleme, genel yeterlik	Analiz sonuçlarına göre, üniversite öğrencilerinin akademik erteleme

	inancı ve sorumluluk düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmaktadır.	davranışı ile genel yetkinlik inançları, başkalarına ve kendine karşı sorumluluk düzeyleri arasında anlamlı ve negatif bir ilişki vardır.
Şeker ve Saygı (2013)	Bu araştırmada, resim-iş ve müzik bölümü öğrencilerinin akademik erteleme eğilimlerinin çeşitli değişkenler ile ilişkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır.	Çalışma sonucunda, erkeklerin kadınlara göre daha az akademik erteleme eğiliminde olduğu, resim-iş bölümü öğrencilerinin müzik bölümü öğrencilerine göre daha fazla akademik erteleme eğiliminde olduğu ve öğrencilerin buldukları sınıf ve mezun oldukları liselere göre akademik erteleme eğiliminin farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.
Çelik ve Odacı (2012)	Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin problemleri internet kullanımı ile akademik erteleme, akademik öz yeterlik ve yeme bozuklukları arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmaktadır.	Çalışma sonucunda, problemleri internet kullanımı ile yeme tutumları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunurken, akademik öz yeterlikleri arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmamıştır. Problemleri internet kullanımı ile akademik erteleme arasında ise anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.
Kekeç Morkoç ve Erdönmez (2011)	Bu çalışmada, Çanakkale MYO İİBF Programlar Bölünü öğrencileri arasında akademik erteleme davranışının yaygınlığı ile demografik özellikler ve bireysel tercihlerle olan ilişkisinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır.	Yapılan analiz sonucunda; erkeklerin kadınlara göre daha fazla akademik erteleme davranışında bulunduğu, yaş arttıkça erteleme davranışının azaldığı, okunulan bölüme göre erteleme davranışında farklılıklar olduğu, akademik başarı arttıkça ertelemenin azaldığı vb. sonuçlar tespit edilmiştir.

Özer ve Altun (2011)	Bu çalışmanın amacı, akademik erteleme nedenlerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesidir.	Çalışma sonuçlarına göre, kaçınma-amaç yönelimine sahip, sorumluluk duygusu az olan öğrenciler, başarısızlık korkusu ve tembellik sebebiyle akademik erteleme davranışında bulunmaktadır.
Uzun Özer, Topkaya (2011)	Bu çalışmanın amacı; akademik erteleme ile sınav kaygısı arasındaki ilişkinin ortaya konmasıdır.	Çalışmanın sonuçları akademik erteleme ve sınav kaygısı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir.
Akbay ve Gizir (2010)	Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinde cinsiyete göre akademik güdülenme, akademik yüklenme stilleri ve akademik özyeterlik inancının akademik erteleme davranışını ne düzeyde yordadığını incelemek amaçlanmaktadır.	Çalışma sonucunda, akademik güdülenme, akademik özyeterlik ve akademik yüklenme stillerinin akademik ertelemeyi anlamlı düzeyde yordadığı tespit edilmiştir.
Balkıs ve Duru (2010)	Bu çalışmanın amacı, akademik erteleme eğilimi ve akademik başarı ilişkisinde performans ve genel benlik saygısının dolaylı rollerinin incelenmesidir.	Çalışma sonucunda, akademik erteleme eğilimi ve akademik başarı ilişkisinde performans ve genel benlik saygısının kısmi benlik rolü üstlendiği tespit edilmiştir.
Ekşi ve Dilmaç (2010)	Bu çalışmada, öğrencilerin genel erteleme karar vermeyi erteleme ve akademik erteleme düzeyleri arasındaki ilişkinin ortaya konması ve değişkenleri demografik özellikler ile farklarının tespit edilmesi amaçlanmaktadır.	Çalışmanın sonuçlarına göre, sürekli kaygı, genel erteleme, karar vermeyi erteleme ve akademik ertelemeyi yordamaktadır. Ayrıca demografik faktörler ve değişkenler arasında da bazı farklılıklar tespit edilmiştir.
Kağan (2009)	Bu çalışmanın amacı, çeşitli değişkenlerin akademik erteleme davranışını	Çalışma sonuçlarına göre, akademik erteleme ile genel erteleme, kaygı ve zaman

	yordayıp yordamadığının tespit edilmesidir.	yönetimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.
Balkıs vd. (2006)	Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin akademik erteleme eğiliminin, motivasyon, zaman yönetimi, çalışmaya ve öğrenmeye yönelik olumsuz tutum, konsantre olma güçlüğü, akademik başarı ve cinsiyet ile ilişkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır.	Yapılan analiz sonucunda, akademik erteleme eğilimi ile konsantrasyon güçlüğü, etkili olmayan zaman yönetimi, çalışma ve öğrenmeye yönelik olumsuz tutum arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki saptanırken akademik erteleme motivasyon ve akademik başarı ile ilişkisinde anlamlı ve negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca motivasyon ve olumsuz zaman yönetiminin akademik erteleme yordadığı tespit edilmiştir.

3. Sonuç

Akademik erteleme, sorumlulukların, görevlerin ve ödevlerin ilkökul, ortaokul, liseye göre hem nicel olarak daha çok olduğu hem de nitel olarak daha yoğun emek gerektirdiği üniversite hayatında daha sık görülmektedir. Öğrenciler akademik sorumlulukları yerine getirmede gerek yaş gerek öğretim düzeyi sebebiyle daha isteksiz olmakta ve akademik erteleme davranışını sergilemektedirler. Üniversite öğrencilerinde daha sık görülmekte olan akademik erteleme, öğrencileri akademik başarıları başta olmak üzere birçok alanda etkilemektedir. Akademik erteleme davranışının öğrenciler üzerindeki bu olumsuz sonucu doğurmasına rağmen öğrencilerin akademik ertelemeyi sıkça sergilemelerini etkileyen birçok sebep bulunmaktadır.

Bu çalışmada literatürde akademik erteleme ile ilgili yapılan çalışmalar derlenmiş ve 57 adet makale çalışma kapsamında değerlendirilmiştir. Bu makaleler incelendiğinde genellikle akademik erteleme etkileyen faktörler ve akademik erteleme etkilediği faktörlerin belirlenmesi çabası görülmektedir. Literatürde yapılan çalışmalar akademik ertelemeyle ilgili bu anlamda birçok sonuç ortaya koymaktadır. Akademik erteleme; suçluluk, yetersiz hissetme,

başarısızlık, stres, akademik başarının düşmesi, nomofobi düzeylerinin artması, psikolojik iyi oluş düzeylerinin düşmesi, öz-yeterlik ve öz-düzenleme beceri düzeylerinin azalması, algılanan başarı düzeyinin düşmesi, umutsuzluk düzeyinin artması, mükemmeliyetçilik düzeylerinin azalması gibi birçok olumsuz sonuca sebep olduğu görülebilmektedir. Bunun yanı sıra; yaş, cinsiyet, bölüm, sınıf düzeyi, üniversite türü, okunan bölümün bilerek seçilip seçilmediği, günlük internet kullanımı ve internetin kullanım amacı, alkol ve sigara kullanım durumu, memnuniyet durumu, bilişsel farkındalık düzeyi, zaman yönetimi, sosyal medya bağımlılığı, internet bağımlılığı, ekran kullanım süresi, gelecek beklentisi, güdülenme düzeyi, eğitim ve öğretimin kalitesi, düzenli ders alışkanlığı, öğretim elemanı, fiziki koşullar gibi birçok faktör de akademik ertelemeyi etkilemektedir.

Bu çalışma sonucunda akademik erteleme ilgili yapılan çalışmalar bir araya toplanmış ve literatürde bu konuyla ilgili yapılmış çalışmaların bir resmi ortaya koymuştur. Bu sonuca göre, bu konuyla ilgili çalışma yapmayı düşünen araştırmacılar Türkçe literatüre hâkim olabilecekler ve literatürde bu konuyla ilgili boşlukları tespit edebileceklerdir. Bu çalışmanın bu yolla gelecek araştırmalara ışık tutacağı umut edilmektedir. Bunun yanı sıra akademik ertelemenin sebepleri ve sonuçları ortaya konulmuştur. Bu çalışma, bu sebep ve sonuçlar doğrultusunda öğrencilerin akademik erteleme davranışlarını önlemeye yönelik programlar geliştirilmesine yol gösterici olabilecektir.

KAYNAKÇA

- Akbaş Coşar, H., Gedik, H. (2021). Öğretmen adaylarının sosyal medya bağımlılığı ve akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Bayterek Uluslararası Akademik Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 32-65.
- Akbaş, S., Gizir, C. (2010). Cinsiyete göre üniversite öğrencilerinde akademik erteleme davranışı: akademik güdülenme, akademik özyeterlik ve akademik yüklemle stillerinin rolü. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 60-78.
- Akdamar, F., Kızılkaya, Y.M. (2022). Üniversite öğrencilerinin akademik erteleme eğilimleri ile umutsuzluk seviyeleri ve akademik başarıları arasındaki ilişkinin incelenmesi: İki devlet üniversitesi üzerinde bir araştırma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 212-221.
- Aksoğan, M., Atıcı, B. (2022). Üniversite öğrencilerinin nomofobi düzeyleri ile akademik erteleme davranışları arasındaki ilişki. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 24(3), 519-530.
- Aktaş, H. (2021). İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin gelecek zaman algısı ile akademik erteleme davranışı arasındaki ilişki: Gümüşhane Üniversitesi örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 10(20), 271-299.
- Albayrak, E., Yazıcı, A., Reisoğlu, S. (2016). Üniversite öğrencilerinde kişilik özellikleri, akademik öz-yeterlik, akademik kontrol odağı ve akademik erteleme. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(38), 90-102.
- Atılğan, M., Güngörmüş, Z. (2018) Gündüz ve gece eğitim öğrencilerinin akademik erteleme davranışları ile akademik özyeterlik ve akademik güdülenme arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *Atlas Journal*, 4(15), 1771-1783.
- Aslan Efe, H. (2016). Fen Alanları öğretmen adaylarının akademik erteleme davranışları ile eğitim teknolojilerine yönelik tutumları arasındaki ilişki. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, (28), 156-162.
- Atamtürk, E., Var, E. Ç., Gökler, R. (2020). Üniversite öğrencilerinin internet bağımlılıkları ve akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Sosyal Politika ve Sosyal Hizmet Çalışmaları Dergisi*, 1(1), 1-20.
- Aygün, N., Topkaya, N. (2021). Akademik erteleme ve akademik mükemmeliyetçilik ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (61), 189-208.
- Duru, E., Balkıs, M. (2014). Kendinden şüphe duyma, benlik saygısı ve akademik başarı arasındaki ilişkilerde akademik erteleme eğiliminin rolü. *Eğitim ve Bilim*, 39(173), 274-287.
- Balkıs, M., Duru, E. (2010). Akademik erteleme eğilimi, akademik başarı ilişkisinde genel ve performans benlik saygısının rolü. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 27(27), 159-170.
- Balkıs, M., Duru, E., Buluş, M., Duru, S. (2006). Üniversite öğrencilerinde akademik erteleme eğiliminin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Ege Eğitim Dergisi* 7 (2), 57-73.
- Başpınar, N. Ö. (2020). Üniversite öğrencilerinin genel erteleme davranışları ile akademik erteleme davranışları arasındaki ilişki. *Electronic Turkish Studies*, 15(2), 1197-1219.

- Bayrak, F. (2018). Üniversite öğrencilerinin karma öğrenme ortamındaki akademik erteleme davranışları. *Ege Eğitim Dergisi*, 19(2), 470-487.
- Bedel, E. F. (2017). Okul öncesi öğretmen adaylarında akademik ertelemenin yordanmasında bilinçli farkındalık ve üstbilişsel farkındalığın rolü. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, (3), 504-514.
- Berber Çelik, Ç., Odacı, H. (2015). Akademik erteleme davranışının bazı kişisel ve psikolojik değişkenlere göre açıklanması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30(3), 31-47.
- Bulut, R., Ocak, G. (2017). Öğretmen adaylarının akademik erteleme davranışlarını etkileyen etmenler. *E-Uluslararası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 75-90.
- Burka, J.B., Yuan, L.M. (1983). Procrastination: Why do you do it, what to do about it. CA: Addison-Wesley Publishing Company.
- Çelikkaleli, Ö., Akbay, S. E. (2013). Üniversite öğrencilerinin akademik erteleme davranışı, genel yetkinlik inancı ve sorumluluklarının incelenmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(2), 237-254.
- Demir, F., Kösterioğlu, İ. (2015). Öğretmen adaylarının akademik erteleme eğilimlerinin incelenmesi. *Journal Of International Social Research*, 8(39), 595-603.
- Dikmen, M. (2021). Üniversite öğrencilerinin gelecek beklentileri ile akademik erteleme eğilimleri üzerine bir araştırma. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 31(2), 731-743.
- Durgun, H., Kalyoncuoğlu, B., Avcı, A. B. (2021). Pandemi sürecinde hemşirelik öğrencilerinin akademik erteleme davranışları ile stres düzeyleri arasındaki ilişki. *İnönü Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 9(1), 278-291.
- Engin, G., Genç, S. Z. (2020). Öğretmen adaylarının akıllı telefon ekran kullanım süreleri ile akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), 314-325.
- Ekşi, H., Dilmaç, B. (2010). Üniversite öğrencilerinin genel erteleme, karar vermeyi erteleme ve akademik erteleme düzeylerinin sürekli kaygı açısından incelenmesi. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23(2), 433-450.
- Ellis, A., Knaus, W. J. (1977). *Overcoming Procrastination*. NY: A Signet Book.
- Filiz, B., Doğan, Y. (2021). Beden eğitimi öğretmeni adaylarının akademik erteleme eğilimlerinin öz düzenleme becerileri ve öz yeterliklerine etkisi. *Milli Eğitim Dergisi*, 50(230), 857-872.
- Güngör, A. B., Koçak, O. (2020). Üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığı ve akademik erteleme davranışı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Eğitim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 397-419.
- Gür, S. H., Bakırcı, Ö., Karabaş, B. N., Bayoğlu, F., Atılı, A. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının akademik erteleme davranışları üzerindeki etkisi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 5(10), 68-77.
- Gürkan, U., Gündoğdu, İ. (2019). Fen, matematik ve sosyal bölümlerde okuyan üniversite öğrencilerinin yürütücü biliş becerilerinin akademik mükemmeliyetçiliklerinin ve akademik erteleme davranışlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi*, 13(1), 152-175.

- Gürkan, A. C., Yıldız, A.G.M., Dinç, Ö.Ü.A., Çalışkan, G. (2018). Spor yapan ve spor yapmayan üniversite öğrencilerinin akademik erteleme düzeylerinin karşılaştırılması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(84), 128-137.
- Kağan, M. (2020). Akılcı duygusal davranışsal yaklaşıma dayalı akademik erteleme davranışını önleme programının etkinliğinin değerlendirilmesi. *Uluslararası Türk Kültür Coğrafyasında Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 38-59.
- Kağan, M. (2009). Üniversite öğrencilerinde akademik erteleme davranışını açıklayan değişkenlerin belirlenmesi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 42(2), 113-128.
- Kandemir, H. (2017) Eğitimde toplam kalite yaklaşımının akademik erteleme ilişkisi: Çocuk gelişimi ön lisans öğrencileri üzerinde bir araştırma. *İş ve Hayat*, 3(6), 206-215.
- Karapelit, Z., Memiş, A. (2022). Öğrencilerde mesleki güdülenmenin ve temel psikolojik ihtiyaçların, akademik erteleme davranışıyla ilişkisi. *Halk Sağlığı Hemşireliği Dergisi*, 4(1), 1-15.
- Kaya, Ö. S., Odacı, H. (2019). Birey merkezli terapiye dayalı bir psiko-eğitim programı akademik erteleme davranışı üzerinde ne kadar etkili? Bir değerlendirme çalışması. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 9(53), 261-295.
- Kınık, Ö., Odacı, H. (2020). Üniversite öğrencilerinde akademik erteleme davranışı: Bazı bireysel ve çevresel değişkenler bir etken olabilir mi? *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, (1), 183-192.
- Kutlu, N., Gökdere, M., Çakır, R. (2015). Öğretmen adaylarının akademik erteleme davranışı ile öğretmenlik mesleğine ilişkin tutumlarının karşılaştırılması incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 23(3), 1311-1330.
- Morkoç, D.K., Erdönmez, C. (2011). Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin akademik erteleme algılamaları. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, (1), 1-17.
- Mişe, H., Hançer, A. H. (2019). Öğretmen adaylarının akademik erteleme davranışlarının incelenmesi. *Folklor/Edebiyat*, 25(97), 703-715.
- Odacı, H., Çelik Berber, Ç. (2011). Üniversite öğrencilerinin problemleri internet kullanımlarının akademik öz-yeterlik, akademik erteleme ve yeme tutumları ile ilişkisi. *Education Sciences*, 7(1), 389-403.
- Odacı, H., Kaya, F. (2019). Mükemmeliyetçilik ve umutsuzluğun akademik erteleme davranışı üzerindeki rolü: Üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, (1), 43-51.
- Onwuegbuzie, A.J. (2004). Academic procrastination and statistics anxiety: Assesment & Evaluation in Higher Education, 29(1),3-19.
- Özdemir, H. F., Korkmaz, G., Toraman, Ç. (2021). Tıp Fakültesi öğrencilerinin olumsuz değerlendirilme korku düzeyleri, akademik erteleme davranışları, akademik başarılarının incelenmesi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 18(Eğitim Bilimleri Özel Sayısı), 4824-4849.
- Özer, S., Akay, C. (2020). Öğretmen adaylarının akademik erteleme ve yabancılaşma düzeylerinin incelenmesi. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7(62), 3528-3542.
- Özer, A., Altun, E. (2011). Üniversite öğrencilerinin akademik erteleme nedenleri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(21), 45-72.

- Sarıkaya, A., K., Koçak, S. (2016). Üniversite öğrencilerinin zaman yönetimi becerileri ile akademik erteleme düzeylerinin incelenmesi. *Uşak Üniversitesi Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 17-38.
- Solomon, L. J., Rothblum, E. D. (1984). Academic procrastination: frequency and cognitive behavioral correlates, *Journal of Counseling Psychology*, 31(4), 503-509.
- Sop, S. A. (2020). Eğitim-öğretim memnuniyeti, akademik erteleme eğilimi ve akademik başarı ilişkisi: Turizm öğrencileri üzerine bir araştırma. The Relationships among Satisfaction. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 983-996.
- Şeker, S. S., Saygı, C. (2013). Eğitim Fakültesi güzel sanatlar eğitimi bölümü resim-iş ve müzik eğitimi anabilim dallarında okumakta olan öğretmen adaylarının akademik erteleme eğilimlerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Electronic Turkish Studies*, 8(12), 1219-1227.
- Şengül, M., Seyfi, R. Ö. (2020). Türkçe öğretmen adaylarının akademik erteleme davranışları ile akademik öz yeterlikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi*, 9(3), 755-773.
- Şirin, E. F., Duman, S. (2018). Cinsiyete göre beden eğitimi ve spor yüksekokulu öğrencilerinde akademik erteleme davranışı: Genel erteleme ve akademik özyeterliğin rolü. *Türk Spor Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1-10.
- Terzi, A. R., Uyangör, N., Dülker, A. P. (2017). Akademik güdülenme ve akademik erteleme ilişkisi: Formasyon öğretmen adayları üzerine bir araştırma. *Route Educational and Social Science Journal*, 4(7), 52-62.
- Topuzoğlu, A., Özel, F., Meral, Z., İnci, İ., Ülgen, M. A., Aslan, S. Ö. (2022). Üniversite öğrencilerinde akademik erteleme ve yordayıcıların değerlendirilmesi. *Türk J Child Adolesc Ment Health*, 29(3), 146-51.
- Uçar, H. (2020). Uzaktan eğitimde akademik erteleme davranışını ve akademik erteleyicileri anlamak. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 40-55.
- Ulukaya, S., Bilge, F. (2014). Üniversite öğrencilerinde akademik ertelemenin yordayıcıları olarak aile bağlamında benlik ve ana-baba tutumları. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 5(41), 89-102.
- Uzun Özer, B., Topkaya, N. (2011). Akademik erteleme ve sınav kaygısı. *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 12-19.
- Uzun Özer, B. (2009). Bir grup lise öğrencisinde akademik erteleme davranışı: Sıklığı, olası nedenleri ve umudun rolü. *Türk psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(32), 12-19.
- Vural, L., Gündüz, G. F. (2019). Öğretmen adaylarının akademik erteleme davranışları ile bilişsel farkındalık düzeyleri arasındaki ilişki. *İlköğretim Online*, 18(1), 307-330.
- Yakur, E., Kuru, Ö. (2020). Sosyal medya bağımlılığı ile akademik erteleme davranışı arasındaki ilişkide sosyal medya kullanım amaçlarının rolü: Bir yapısal eşitlik modeli çalışması. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(2), 2193-2214.
- Yardım, T., Engin, G. (2022). Sınıf eğitimi öğretmen adaylarının akademik erteleme davranışları ve zaman yönetim becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(1), 347-368.

Yurdakoş, K., Biçer, E. (2019). İnternet bağımlılık düzeyinin akademik ertelemeye etkisi: Sağlık yönetimi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(1), 243-278.

BÖLÜM 12

ÇİN VE GÜNEY KORE BÜYÜME MODELİNİN DİNAMİKLERİ

Doç. Dr. Mehmet Ragıp GÖRGÜN¹

Arş. Gör. Furkan DEMİRTAŞ²

¹ Harran Üniversitesi Siverek Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, mehmetgorgun@harran.edu.tr, ORCID:0000-0003-1618-3844

² Harran Üniversitesi Siverek Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, fdemirtas@harran.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-6069-4919

GİRİŞ

Gelişmekte olan ülkelerin en önemli konularından birisi hiç şüphesiz istikrarlı bir büyüme sağlamak ve halkın refah düzeyinin artırılmasıdır. Çin 1979 yılında, Güney Kore ise 1961 sonrası ekonomik reformlar yapmış büyüme ve kalkınmanın sağlanmasında çok başarılı olmuşlardır. Uyguladıkları ekonomik programlarla başarılı olan bu ülkeler diğer gelişmekte olan ülkeler için örnek teşkil etmişlerdir. Uygulanan ekonomik reformlar ile her iki ülke dışa kapalı, ithal ikamesine dayalı bir ekonomiden dışa açık ve ihracata dayalı bir büyüme modeline geçmişlerdir. Yeni modellerle birlikte büyüme oranları istikrarlı bir biçimde artış göstermiş, kişi başına milli gelir artmış, işsizlik oranları azalmış ve sonuçta halkın refah düzeyi artmıştır. Çalışmamızda büyümede sağlanan bu başarının nedenleri anlatılmış sonuç bölümünde ise ekonomik modellerin başarıya ulaşmasındaki temel neden ortaya konmuştur.

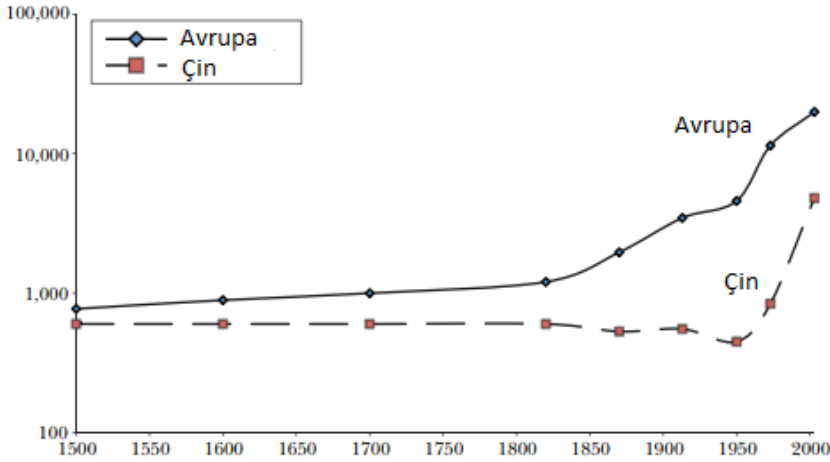
1. Büyümenin Tanımı

İktisadi büyüme, milli gelirden bir yıldan ötekine meydana gelen artışlardır. Büyüme hızı ise milli gelirdeki artış oranıdır. Yazı ve konuşma dilinde büyüme ve kalkınma terimleri zaman zaman aynı anlamda kullanılmaktadır. Ancak, iki terim arasında farklılıklar vardır (Alkin, 2011, s. 353-354). Büyüme, bir ülkede belli bir dönemde üretilen nihai mal ve hizmet miktarındaki artışı temsil ederken (Yılmaz & Akıncı, 2011, s. 364) kalkınma ise ülkenin iktisadi, sosyal ve siyasi hayatında topyekun bir ilerlemeyi belirtmektedir (Alkin, Gelir ve Büyüme Teorisi, 1987, s. 3). Kalkınmanın amacı, insanların refahının iyileştirilebilmesi için ekonomik büyümeyi artırmaktır (Muthalib, 2017, s. 125). Gelişmekte olan ülkelerin en öncelikli konularından olan kalkınmanın sağlanması, istikrarlı bir şekilde nüfus artışının üzerinde bir büyüme gerçekleştirmek ve kişi başına düşen milli geliri arttırmakla mümkün olacaktır. Dünya’da 1980 sonrası istikrarlı ve hızlı büyüme gerçekleştiren iki ülke Çin ve G.Kore’dir. Bu iki ülke ihracata dayalı büyüme stratejilerini benimsemiş, eğitime, Ar-Ge çalışmalarına destek vermiş teknolojik seviyelerini ve verimliliklerini arttırarak istikrarlı bir şekilde büyümüşlerdir. İki ülkenin istikrarlı ve yüksek büyüme oranlarını yakalamaları özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınma stratejileri için örnek teşkil etmiştir.

2. Çin Büyüme Modeli

Çin, “modern öncesi” çağda dünyada ekonomik ve teknolojik alanda lider konumunda bir ülkeydi. Song Hanedanlığı döneminde 1200’li yıllarda en yüksek demir üretimi Çin’de gerçekleştirilmekteydi. Dönemin en ileri teknolojilerine sahip olan Çin, dünyadaki en yüksek şehirleşme oranı ile dünyanın en büyük ulusal ekonomisi idi. Ancak, 1500 ile 1800 yılları arasında, liderlik konumunu Batı Avrupa’ya kaptırdı. Tahminlerine göre, Çin’in kişi başına düşen GSYİH’sı 1500 ile 1800 yılları arasında artmazken, Batı Avrupa’nın kişi başına düşen GSYİH’sı aynı dönemde istikrarlı bir şekilde artmıştır. Çin, İngiltere’de Sanayi Devrimi gerçekleşmeden çok önce Batı Avrupa’nın gerisinde kalmaya başlamıştı. Bazı tarihçiler ve iktisatçılar Çin’in bu dönemde geride kalmasını merkezileşmiş siyasi yapıya bağlamaktadırlar. Özellikle Ming (1368 –1644) ve Qing (1644 –1911) hanedanları döneminde içe dönük politik sistemler Çin’in ekonomik alanda Avrupa’nın gerisinde kalmasına sebep olmuştur (Zhu, 2012, s. 104).

Grafik:1 AB ve Çin Kişi Başına Milli Gelir (1500-2000)



Kaynak: (Zhu, 2012, s. 105)

Sanayi devriminden önce 1500-1800 yılları arasında Çin’de kişi başına milli gelir yıllar içerisinde sabit kalmış olsa da o dönemin koşullarında kaliteli ve gelişmiş üretim yeteneği ile bölge ülkeleri ve diğer ülkeler arasında önemli bir yere sahipti. Çin’in ürettiği mallar hem kaliteli hem de geniş pazarlara

yayılmış durumdaydı. Bunlar arasında, “İpek Yolu” ve “Baharat Yolu” gibi dönemin en önemli ticaret yollarının oluşmasını gerektirecek kadar talep edilen ipek, porselen, kâğıt, baharat ve değerli taşlar en önemli yeri tutmaktaydı. İpek yolu ve baharat yolu Çin’in mallarının dağıtımını sağlarken aynı zamanda üzerinden geçtiği ülkelerin ekonomilerine büyük katkılar sağlamış ve etkileşimde olduğu şehir ve limanları geliştirmişti (Sandıklı, 2009, s. 41).

Komünist Devrimin 1949 yılında gerçekleşmesinden sonra Çin Komünist Partisi lideri Mao Zedong tarafından Çin Halk Cumhuriyeti kurulmuştur. Mao, Moskova’yı örnek alan ekonomik kalkınma modeliyle Çin’in ekonomik anlamda geleceğini Sovyet Rusya’nınkine bağlamıştır. Çin ekonomisi, birincisi yeni demokratik ekonomiden sosyalist planlama ekonomisine geçmek, ikincisi sosyalist bir planlama ekonomisinden sosyalist piyasa ekonomisine geçiş olmak üzere iki büyük dönüşüm yaşamıştır.

1949’da Çin Halk Cumhuriyeti kurulduktan sonra, hükümet sanayileşme sürecini hızlandırmanın en etkili yolunun demir çelik sanayi, ağır makine sanayi, beton sektörü gibi alanlara yatırım yapmak olduğu görüşündeydi. Bu alanlara yatırım yapmak için sermaye birikimine ihtiyaç vardı ve bu sermaye birikiminin tarımsal ürünlerini üretimini artırarak gerçekleştirilmesine karar verildi. Bu sebeple 1950’li yıllarda tüm bireysel tarım işletmeleri ve çiftlikler kamulaştırıldı. Ancak, büyük ölçüde sermaye birikimine dayalı bu kapsamlı büyüme stratejisinde özellikle tarımsal alanda çalışan halk büyük ölçüde ezildi ve refah seviyeleri düştü. Çiftçilere ağır vergiler getirildi. Ağır vergi uygulanan çiftçilerin kırsal alanlardan ayrılmasını engellemek için “hukou” hanehalkı kayıt sistemi uygulandı. Ayrıca, çiftçilerin herhangi bir tarım dışı faaliyette bulunmaları yasaklandı. Tarım kesimde çalışanların refah seviyesini önemli ölçüde düşüren bu uygulamalara karşın tarım sektöründe üretim artışı az da olsa yaşandı ve sanayi sektörü için kısıtlı bir sermaye birikimi sağlandı. Bu dönemde, tüketim mallarına yönelik üretim yapan sanayi ise daha iyi bir durumdaydı. Üretim yapan firmalar, devletin sahip olduğu işletmelerdi ve çoğu verimsiz çalışıyordu. Olması gerekenden fazla işçi ile üretim yapılıyor, piyasa talebi dikkate alınmadan devlet planlamasına göre üretim yapıyorlardı. Ev aletleri, mobilya ve giyim gibi hafif sanayilerde ise çok az firma vardı ve sürekli tüketim ürünleri kıtlığı yaşanıyordu. Özetle, Çin hükümetinin 1952’den 1978’e kadar izlediği sanayileşme politikaları, toplam üretkenliğin düşmesine, kaynakların büyük

ölçüde yanlış tahsis edilmesine, tekrarlayan gıda krizlerine ve yaşam standartlarında yavaş bir ilerlemeye sebep olmuştur (Zhu, 2012, s. 109-110). Ancak, yanlış ekonomik politikalara rağmen bu dönemde Çin ekonomisi özellikle 1963 yılından sonra yüksek büyüme rakamlarına ulaşabilmiştir. 1963-1978 ortalaması olarak ise yaklaşık % 5.5 olmuştur.

Tablo:1 1963-1979 Arası Çin Büyüme (GSYİH) Oranları (%)

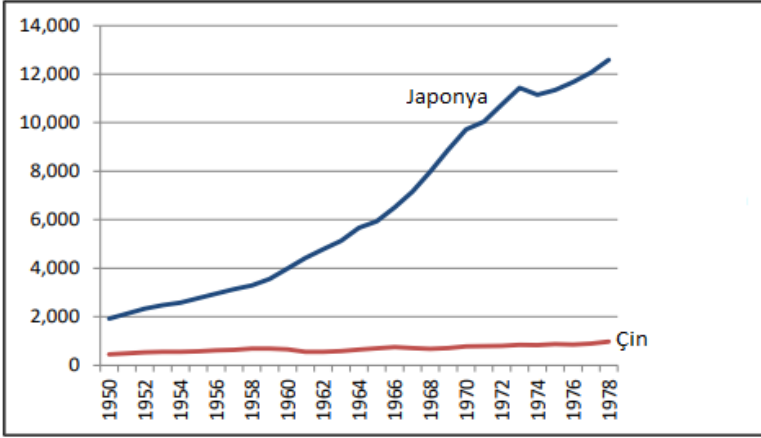
Yıllar	Büyüme Oranı (%)
1961	-27,3
1962	-5,6
1963	10,3
1964	18,2
1965	17
1966	10,6
1967	-5,8
1968	-4,1
1969	16,9
1970	19,3
1971	7,1
1972	3,8
1973	7,8
1974	2,3
1975	8,7
1976	-1,6
1977	7,6
1978	11,3
1979	7,6

Kaynak: <https://data.worldbank.org> verilerinden türetilmiştir.

1963 sonrası büyüme oranlarında görülen artışa rağmen kişi başına düşen milli gelirden önemli artışlar olmamıştır. 1950-1978 döneminde Japonya'da kişi

başına milli gelir 2.000 \$'dan 12.000 \$'a çıkarken Çin'de kişi başına milli gelir 400 \$'dan 1.000 \$'a yükselmiştir (Congressional Research Service, 2019, s. 3).

Grafik:2 1950-1978 arası Çin ve Japonya'da Kişi Başına Milli Gelir (\$)



Kaynak: (Congressional Research Service, 2019, s. 4)

Çin, 1950'li yıllarda benimsediği dışa kapalı merkezi planlama sistemini 1978 yılından itibaren terk etmeye başladı. Dışa açık, daha pazar odaklı bir ekonomik sisteme geçiş yaptı. 1978'de başlayan ekonomik reformun olası nedenlerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür.

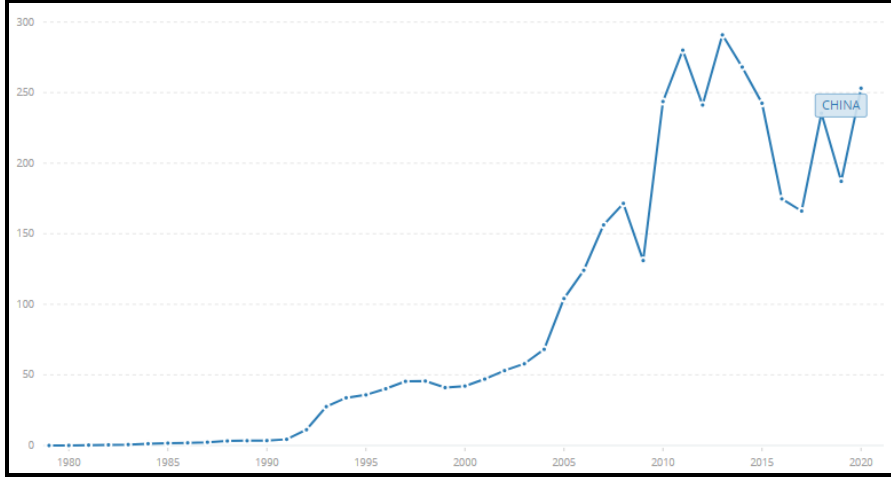
Birincisi, 1966-1976 Kültür Devrimi pek popüler değildi. Çin Komünist Partisi ve hükümeti, Çin halkından destek alabilmek için yön değiştirmek zorunda kalmıştı. Kültür Devrimi'ni tasarlayan parti başkanı Mao Zedong 1976'da ölmüş Deng Xiaoping, Çin'in yeni lideri olmuştu. Yeni liderin Çin halkının da istediği şekilde değişim için harekete geçmesi gerekiyordu. İkincisi, planlama sisteminin yönetimi zordu ve ekonomik olarak verimsizdi. Üçüncüsü, komşu ekonomilerde meydana gelen hızlı ekonomik büyüme ve gelişme, serbest piyasa ekonomisinin daha yüksek büyüme ve milli gelir artışı sağladığını kanıtliyordu. Dışa kapalı ve merkezi bir yönetim anlayışı ile yüksek büyüme ve milli gelir artışları sağlamanın mümkün olmadığı görülmüştü. Komşu ekonomiler arasında Hong Kong, Tayvan, Güney Kore ve Singapur istikrarlı bir şekilde büyürken Kuzey ve Güney Kore ile Batı ve Doğu Almanya arasındaki ekonomik gelişmişlik farkı çok açık bir şekilde sistem değişikliğine

gidilmesi gerektiğini gösteriyordu. Dördüncüsü, yukarıda belirtilen nedenlerden dolayı Çin halkı dışa açık serbest piyasa ekonomisine geçişe yönelik bir reform istiyordu ve bunu destekleyecekti. Çin halkı, tüketim mallarının kıtlığı, sınırlı çeşitlilik gibi merkezi planlamanın ekonomik sonuçlarından da muzdaripti (Chow, 2004, s. 128). Bu sebeple Çin, 1978 yılında ekonomik reformlarla birlikte merkezi planlı bir ekonomiden piyasa ekonomisine yönelmiştir. Ekonomik dönüşümün sonucunda ise diğer ülkelerden daha yüksek ve sürekli bir ekonomik büyüme yaşanmıştır (Ertekin, 2017, s. 13).

Çin, 1979'dan itibaren bir dizi ekonomik reform başlattı. İlk olarak, merkezi hükümet, çiftçilerin ürünlerinin bir kısmını serbest piyasada satmalarına izin verdi. Toprak sahipliğini teşvik etti. Daha önce doğrudan yabancı yatırımları kapitalist bir sömürü aracı olarak gören Çin tam anlamıyla bir dönüş yaparak doğrudan yabancı yatırımları ekonomik kalkınma için önemli bir motor olarak kullandı. Yabancı yatırımı çekmek, ihracatı artırmak ve yüksek teknoloji ürünleri Çin'e ithal etmek amacıyla dört özel ekonomik bölge kurdu (Congressional Research Service, 2019, s. 4). İlk olarak, 1982'de Hong Kong sınırındaki ünlü Shen-zhen ekonomik bölgesi açıldı. Yabancı yatırımcılar, ucuz ve vasıflı işgücünden yararlanmak için bölgede fabrikalar kurdular. Ayrıca özel vergi indirimleri aldılar. On yıldan kısa bir süre içinde Shenzhen, bir tarım arazisinden modern bir şehre dönüştü (Chow, 2004, s. 132).

Yeni reformların gereği olarak Çin devlet kontrolünde olan çeşitli işletmelerin ekonomik kontrolünü, serbest piyasa ilkelerine göre faaliyet göstermelerine ve rekabet etmelerine izin verilen il ve yerel yönetimlere verdi. Ancak, hükümet ekonomik kalkınma için önemli olarak görülen alanları kendisi belirlemeye devam etti. Bu alanlara yatırımları teşvik ederken diğer alanlara yatırım yapılmasını caydırıyor ve hatta yasaklıyordu. Yine bu dönemde, vatandaşların kendi işletmelerini kurmaları teşvik edildi. Bazı kıyı bölgeleri ve şehirler, kalkınmada öncelikli bölgeler olarak belirlendi. Bu bölgelerde serbest piyasa koşulları uygulandı, yabancı yatırımcılar için vergi indirimleri ve teşvikler verildi. Ayrıca, geniş bir ürün yelpazesi üzerinde devlet fiyat kontrollerini kademeli olarak kaldırdı. Ticaretin serbestleştirilmesi, Çin'in ekonomik başarısı için de önemli bir anahtardı. Ticaret engellerinin kaldırılması, daha fazla rekabeti teşvik etti ve Doğrudan yabancı yatırım girişini teşvik etti.

Grafik:3 Çin Doğrudan Yabancı Yatırım Net Giriş (\$)



Kaynak: <https://data.worldbank.org>

Tablo:2 Çin Doğrudan Yabancı Yatırım Net Giriş (\$)

Yıllar	Doğrudan Yabancı Yatırımlar Net Girişler, milyon (milyon \$)
1980	57
1990	3.49
2000	42.095
2008	171.534
2009	131.057
2010	243.703
2011	280.072
2012	241.213
2013	290.928
2014	268.097
2015	242.489
2016	174.749
2017	166.083
2018	235.365
2019	187.169
2020	253.095

Kaynak: <https://data.worldbank.org> verilerinden türetilmiştir.

Tablo 2’de görüleceği gibi 1980 yılında yalnızca 57 milyon \$ doğrudan yabancı yatırım alabilen Çin, 1990 yılında 3.49 milyar dolar yatırım almıştır. 2000 yılında ise yabancı yatırım miktarı yaklaşık 12 kat artarak 42.095 milyar dolar olmuştur. 2010 ile 2020 arasında ise ortalama olarak her yıl 209 milyar dolar doğrudan yabancı yatırım girişi olmuştur.

Tablo:3 Çin Dış Ticaret Rakamları (milyon \$)

Yıllar	Mal ve Hizmet İhracatı	Mal ve Hizmet İthalatı	Dış denge
1978	6.813.008	7.617.886	-804.878
1979	9.204.347	10.560.869	-1.356.522
1980	11.300.000	12.450.000	-1.150.000
1990	44.932.593	35.175.962	+9.756.631
2000	253.095.146	224.308.947	+28.786.199
2005	773.339.005	648.712.207	+124.626.798
2010	1.654.815.752	1.432.415.877	+222.399.875
2015	2.362.092.880	2.003.257.157	+358.835.723
2020	2.723.250.430	2.357.105.740	+366.144.690
2021	3.548.552.962	3.089.622.822	+458.930.140

Kaynak: <https://data.worldbank.org> verilerinden türetilmiştir.

1979 sonrası dışa açılan ve ihracatı teşvik ederek ihracata dayalı bir büyüme modeline geçen Çin’in ihracatı 1978 yılında yaklaşık 6.8 milyar dolar iken bu rakam 1980 yılında 11.3 milyar dolar’a yükselmiş, 1990 yılında 44.9 milyar dolar olmuştur. 12 yıllık dönemde Çin ihracatını yaklaşık 6.5 kat arttırmıştır. 1978-1980 dönemlerinde mal ve hizmet ihracatındaki artışlara rağmen dış denge açık vermiş ancak 1981 yılından itibaren dış denge fazla vermeye başlamıştır. Bu tarihten itibaren sürekli dış denge fazlası veren Çin yüksek büyümesini devam ettirmiştir.

Çin’in ekonomik reformları kademeli olarak uygulaması, dünyanın diğer ülkeleri için hangi politikaların olumlu ekonomik sonuçlar ürettiğini görmeleri açısından da bir örnek teşkil etmiştir (Congressional Research Service, 2019, s. 4).

Tablo:4 1980-2021 Arası Çin Büyüme (GSYİH) Oranları (%)

Yıllar	Büyüme Oranı (%)
1980	7,8
1981	5,1
1982	9,0
1983	10,8
1984	15,2
1985	13,4
1986	8,9
1987	11,7
1988	11,2
1989	4,2
1990	3,9
1991	9,3
1992	14,2
1993	13,9
1994	13,0
1995	11,0
1996	9,9
1997	9,2
1998	7,8
1999	7,7
2000	8,5
2001	8,3
2002	9,1
2003	10,0
2004	10,1
2005	11,4
2006	12,7
2007	14,2
2008	9,7
2009	9,4
2010	10,6

2011	9,6
2012	7,9
2013	7,8
2014	7,4
2015	7,0
2016	6,8
2017	6,9
2018	6,7
2019	6,0
2020	2,2
2021	8,1

Kaynak: <https://data.worldbank.org> verilerinden türetilmiştir.

1979 yılında uygulamaya konan reformlar sayesinde Çin ekonomisi 1980-2021 yılları arasında ortalama %9,2'lik bir büyüme göstererek büyük bir gelişme kaydetmiştir.

3. Güney Kore Modeli

1950 yılında başlayıp 1953 yılında sona eren Kore savaşı Güney Kore'yi harap etmişti. Güney Kore, 1950'lerde dünyanın en fakir ülkelerinden biriydi. 1954 yılında Gayri Safi Yurtiçi Hasılası (GSYİH) sadece 1,5 milyar dolardı ve kişi başına GSYİH 70 dolardı (Heo, Jeon, Kim, & Kim, s. 1). 1961 yılında Park Chung Hee iktidara geldi ve hemen ardından kapsamlı bir ekonomik reform hareketi başladı. Park, Kore'nin ihracata başlaması gerektiğine inanıyordu, ancak ülkenin çok az doğal kaynağı vardı bu yüzden ithal ikameci politikalarla ekonomik gelişmeyi sağlamak mümkün olamayacağını görmüştü. Bu nedenle, ticaret politikasını büyük ölçüde ihracat genişlemesine odaklanan bir politika olarak belirledi (Connolly & Yi, 2015, s. 189).

Strateji, başlangıçta emek yoğun mamul ihracat yoluyla ekonomik büyümeyi gerçekleştirmektir. Devletin girişimleri bu süreçte önemli bir rol oynadı. Yurtiçi tasarruf açığını tamamlamak için yabancı sermaye girişi büyük ölçüde teşvik edildi (Khandker, 2016, s. 44). İhracatı teşvik etmek için tasarlanmış yaklaşık 38 maddeden oluşan bir reform paketi hazırlandı. Bu reformlardan en önemlisi ise ithal girdiler ve sermaye malları üzerindeki tarifelerin kaldırılmasıydı. Ancak, ithalattan gümrük vergisi alınmaması

yalnızca bu ürünler ihracat içinde kullanıldığı sürece mümkündür. Yurt içinde satılan ithal mallar için vergi indirimi uygulanmadı (Connolly & Yi, 2015, s. 189).

Ayrıca, hükümet 1962'den başlayarak beş yıllık ekonomik planlar yürürlüğe koydu ve Güney Kore sanayileşmeyi başlattı. İlk planlı dönemde hükümet, ihracata yönelik sanayileşme hamlesine başlamadan önce temel sanayilere teşvikler verdi ve ekonomik kalkınma için kritik olan sosyal ve ekonomik altyapının iyileştirilmesine yatırım yaptı (Heo, Jeon, Kim, & Kim, s. 5). Kalkınma hamlelerinin başlatıldığı dönemlerde özellikle, gerek kamunun gerekse de özel sektörün eğitim yatırımlarına ağırlık vermesi ve bu sayede beşeri sermayenin artırılması amaçlandı. 1966'da ilk Hükümet Araştırma Kurumu kurulmuş (GRI), bunun ardından bu kurumu, Kore Bilim ve Teknoloji enstitüsü (KIST) ile Bilim ve Teknoloji başkanlıkları (MOST) izlemiştir (Çakmak, 2016, s. 151).

1967 yılında ilk ekonomik kalkınma planının tamamlanmasının ardından, ikinci beş yıllık dönemde ihracat artışına odaklanıldı. Bu dönemde hem ihracat teşvik edilmiş hem de ihraç edilen ürünler için gerekli olan ara mallarının ithal ikamesi politikalarla ülke içinde üretilebilmesi için de destekler verilmiştir. Başlangıçta, sermaye ve ileri teknoloji eksikliği nedeniyle, emek yoğun hafif sanayilere destekler verilmiş, ekonomi ihracattaki artışla büyürken, hafif sanayilerden ağır kimya sanayilerine doğru üretim genişletilmiştir.

1967-1971 yılını kapsayan ikinci beş yıllık kalkınma planının amaçları şu şekilde sıralanabilir:

- 1- Gıdada kendi kendine yeterliliğin sağlanmasına önem verilecek, ağaçlandırma ve deniz kaynakları geliştirilmesi sağlanacak,
- 2- Kimya, makine, demir-çelik gibi sanayilere yatırıma ağırlık verilecek, hızlıca sanayi ürünlerinde çeşitlendirilmeye gidilecek,
- 3- Bir yandan 1971'de 700 milyon dolarlık ihracat düzeyine ulaşılacak, diğer yandan ithal ikamesi teşvik edilerek ödemeler dengesinde iyileşme sağlanacak,.
- 4- Aile planlaması teşvik edilerek nüfus artışlarının mümkün olduğu kadar sınırlandırılmasına azami gayret gösterilecek,
- 5- Tarım ürünlerinin çeşitlendirilmesi yoluyla tarımda üretkenliğin ve tarım gelirlerinin artırılmasına daha fazla odaklanılacak,

6- İnsan gücü kaynakları iyileştirilmesi bilim ve yönetim becerilerinin teşvik edilmesi yoluyla teknoloji seviyesi ve verimlilik düzeyi yükseltilecektir (Frank, Kim, & Westphal, 1975, s. 20).

3.Beş Yıllık Ekonomik Kalkınma Planı (1972-1976) döneminde demir dışı metaller, petrokimya, genel tip makineler, gemi yapımı ve elektronik beş stratejik alan olarak belirlenmiştir. Ağır sanayi pahalı ve riskli olduğu için bu dönemde iş dünyasının devlete bağımlılığı artmış bu sebeple devletin özel sektöre kredi destekleri arttırılmıştır (Heo, Jeon, Kim, & Kim, s. 6). Aynı dönemde hükümet araştırma kurumlarının sayısı artırılmış ve bunun ardından teşvik kanunları yürürlüğe girmiştir. Ar-Ge ile ilgili vergi indirimleri arttırılmış ve son olarak bilim adamı, mühendis yetiştirme çabaları hız kazanmıştır.

1970' li yılların başında ise ekonomideki yavaşlamayı hızlandırmak için 3 Ağustos 1972 tarihinde bir kararname yayınlanmış ve bir dizi kararlar alınmıştır. Bu kararlar ile reel sektörün kredi borçları ertelendi, kredilerin vadeleri uzatıldı ve düşük faizli yeni kredi programları sunuldu. Firmaların resmi olmayan kanallardan (tefeciler) aldıkları krediler altı aydan üç yıla kadar değişen vadelerde donduruldu ve firmalara uzun vadeli geri ödeme planları sunuldu. 1972 yılında bir yıllık vadeli mevduat oranı yıllık yüzde 16,8'den yüzde 12'ye ve normal banka kredisi oranı yüzde 19'dan yüzde 15,5'e indirildi. Ek olarak hükümet bankacılık sistemine yaklaşık 200 milyar won bağışta bulundu. Reel sektöre kısa vadeli krediler yerine uzun vadeli ve düşük faizli krediler sunuldu. Ayrıca belirlenmiş ana endüstriler için özel uzun vadeli krediler verildi (Frank, Kim, & Westphal, 1975, s. 22).

Tablo:5 Güney Kore Gayri Safi Yurt İçi Hasılası (\$)

Yıllar	Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (\$)
1960	3.958.190
1965	3.120.833
1970	9.005.023
1975	21.784.297
1976	29.902.479
1977	38.446.487
1978	51.972.107
1979	66.946.900

Kaynak: <https://data.worldbank.org> verilerinden türetilmiştir.

1961 yılında başlatılan ekonomik reformlar milli geliri arttırmış, 1960 yılında yaklaşık 4 milyar \$ olan GSYİH (Gayri Safi Yurt İçi Hasıla), 1970 yılında iki katından fazla yükselerek 9 milyar \$'a çıkmıştır. 1980 yılında ise yaklaşık yedi kat artarak 66.9 milyar \$'a yükselmiştir.

1980'lerde, Bilim ve Teknoloji Başkanlığı tarafından ilk ulusal Ar-Ge programı başlatılmış ve teknoloji araştırma konusunda bireysel anlamda destekler artış göstermiştir. Bu dönemin asıl hedefi; bilgi, iletişim, çevre, yapı, taşıma, tarım ve sağlıktır. Bu değişim için yapılan araştırmalar kamusal sektör tarafından finanse edilmiştir. Özel sektörlerin teknolojilerini geliştirmesi için bir dizi önlem ve teşvikler geliştirilmiş, buna vergi indirimi ve finansal teşvikler de dâhil edilmiştir. Bu yapılan çalışmalar birkaç yıl içinde meyvesini göstermekle kalmayıp, özel sektörü Ar-Ge harcaması bakımından devletin bir adım önüne geçmiştir.

Tablo:6 Güney Kore Gayri Safi Yurt İçi Hasılası, ithalat, ihracat ve dış denge, (1980-1990) (\$)

Yıllar	Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (\$) (GDP)	Mal ve Hizmet İhracatı (Export of Goods and Services) (Current US \$)	Mal ve Hizmet İthalatı (Import of Goods and Services) (Current US \$)	Dış Denge
1980	65.398.646	18.598.850	24.257.445	-5.658.595
1981	72.933.350	21.836.189	27.124.943	-5.288.754
1982	78.358.866	21.445.122	25.749.575	-4.304.453
1983	87.760.360	24.472.574	26.351.401	-1.878.827
1984	97.510.235	28.184.322	27.755.155	+429.167
1985	101.296.177	27.219.948	26.119.629	+1.100.319
1986	116.836.802	37.350.048	32.877.077	+4.472.971
1987	147.948.259	51.508.564	41.699.065	+9.809.499
1988	199.590.823	64.845.584	52.321.489	+12.524.095
1989	246.927.292	67.555.773	63.102.493	+4.453.280
1990	283.367.525	70.825.844	72.984.062	-2.158.218

Kaynak: <https://data.worldbank.org> verilerinden türetilmiştir.

1980-1990 döneminde G.Kore'nin hızlı büyümesi ve ihracat artışı devam etmiştir. 1980 yılında 65.3 milyar \$ olan GSYİH, 1990 yılında 283.4 milyar \$'a yükselmiştir. 1983 yılına kadar dış açık veren ülke bu tarihten itibaren dış fazla vermeye başlamıştır. 1980 yılında 18.5 milyar \$ olan ihracat yaklaşık 4 kat artarak 1990 yılında 70.8 milyar \$'a ulaşmıştır.

Güney Kore, 1990'ların ikinci yarısında finansal bir kriz yaşamıştır. Bu dönemde devlet, inovasyon türlerini artırmış, inovasyon yapan teknelci firmalara karşı teşvikleri kısmış ve firmalarda tekelleşmenin önüne geçilmesi için yeni inovasyon ve Ar-Ge politikaları uygulamıştır. Teknolojinin bu dönemde tüm firmalara yayılması için çalışmalar başlatılmıştır. KOBİ'lerin ön plana çıktığı bu dönemde, temel araştırmalara daha fazla pay ayrılmıştır (Oğuztürk, Özbay, & Pehlivan, 2017, s. 1207-1208).

1961'den 1992'ye kadar generallerce yönetilmiş olan Kore'nin başına 1992 yılında yapılan demokratik seçimlerle Kim Yong Sam geldi. Ekonomik kalkınma büyük ölçüde hedeflerine ulaşmış, demokratikleşme yolunda önemli adımlar atılmıştı. Yeni hükümetin programında teknolojik inovasyonu ve bilgi akışını hızlandırma, eğitim sistemin yeniden yapılandırılması, ulaştırma sistemi gibi genel olarak alt yapının güçlendirilmesi ve dünya ile entegrasyona yönelik politikalar vardı. Bu dönemde de yabancı yatırımcıyı çekebilecek bazı kolaylıklar sağlandı. Hükümet müdahaleci, yönlendirici politikalardan ziyade, düzenleyici, endüstriye ve genel yaşama dair altyapıyı güçlendirici, teknoloji ve eğitim odaklı politikalar izledi. Hükümetin düzenleyici eli, piyasaların düzenleyici eliyle yer değiştirmeye başladı. İş başına gelen değişik hükümetlerce izlenen kalkınma politikaları ekonomik büyümeyi istikrar kazanmasına neden oldu. 1980'lerde ilk sıradaki ihraç ürünü konfeksiyon ürünleri iken, 2007 yılında ilk sırayı otomotiv sektörü almıştır. 1980'lerdeki ürünler daha çok üretim ve iş gücüne dayalı kalemler iken, 2000'li yıllarda teknoloji ağırlıklı kalemlerin varlığı dikkat çekmektedir (Atay, 2012, s. 243).

Güney Kore, 1962 ile 1997 yılları arasında toplam yedi adet Beş Yıllık Kalkınma Planı'nı başarılı bir şekilde uygulamıştır. Bu planların başarısının altında; devletin planlara müdahale edip kalkınmada öncü rolünü üstlenmesi, ekonomideki karar alıcıların planların oluşumuna dahil edilmesi ve planların uygulama aşamalarının yakın takibi ve kontrolü gibi üç temel faktör rol oynamıştır (Çakmak, 2016, s. 151-152).

4. SONUÇ

1961’de ekonomik reformları uygulamaya koyan ve dışa açık ihracata dayalı büyüme modeline geçen G. Kore büyük bir ekonomik başarı elde etmiş bu tarihten itibaren milli geliri ve büyüme oranları istikrarlı bir biçimde artmıştır. Ekonomi 2000-2021 arasında ortalama olarak %3,9 oranında büyüme göstermiştir.

Tablo:7 Güney Kore Büyüme Oranları (%)

Yıllar	Büyüme Oranı
2000	9.1
2001	4.9
2002	7.7
2003	3.1
2004	5.2
2005	4.3
2006	5.3
2007	5.8
2008	3.0
2009	0.8
2010	6.8
2011	3.7
2012	2.4
2013	3.2
2014	3.2
2015	2.8
2016	2.9
2017	3.2
2018	2.9
2019	2.2
2020	-0.9
2021	4

Kaynak: <https://data.worldbank.org> verilerinden türetilmiştir.

G. Kore istikrarlı bir şekilde büyürken ihracat performansı da artmıştır. 1980 yılında 18,5 milyar olan mal ve hizmet ihracatı 2021 yılında yaklaşık 750 milyar \$ olmuştur. 1983 yılında dış denge açık verirken bu tarihten itibaren

sürekli dış denge fazla vermeye başlamıştır. Güney Kore'ye gelen doğrudan yabancı yatırım miktarına bakıldığında ise Çin'in oldukça gerisinde kaldığı görülmektedir. Bu noktada G. Kore'nin büyüme ve yatırımları büyük ölçüde kendi ulusal firmaları aracılığıyla gerçekleştirdiğini söylemek mümkündür.

Tablo:8 G.Kore, Doğrudan Yabancı Yatırım Miktarı, Mal ve Hizmet İhracatı, Mal ve Hizmet İthalatı ve Dış denge, (2013- 2021) (\$)

Yıllar	Doğrudan Yabancı Yatırımlar	Mal ve Hizmet İhracatı (Export of Goods and Services) (Current US \$)	Mal ve Hizmet İthalatı (Import of Goods and Services) (Current US \$)	Mal ve Hizmet Dış Denge
2013	12.766.600	703.109.248	639.613.504	+63.495.744
2014	9.273.600	709.970.494	635.036.176	+74.934.318
2015	4.104.100	630.129.491	529.773.440	+100.356.051
2016	12.104.300	602.034.550	502.104.730	+99.929.820
2017	17.912.900	664.731.199	587.636.539	+77.094.660
2018	12.182.600	719.489.868	642.946.115	+76.543.753
2019	9.634.300	648.610.576	602.460.189	+46.150.387
2020	8.764.900	596.945.196	536.732.912	+60.212.284
2021	-	750.398.681	684.201.251	+66.197.430

Kaynak: <https://data.worldbank.org> verilerinden türetilmiştir.

Çin ekonomisi de Güney Kore gibi 1979 yılından itibaren dışa açık ihracata dayalı bir büyüme modelini tercih etmiştir. Ancak, bu modelde devlet gerekli gördüğünde ekonomiye müdahale etmiş ve yönlendirmiştir. Tam anlamıyla serbest piyasa ekonomisine geçilmemiş merkezden kontrol edilen bu sistemde hem devletçi hem liberal ekonomik politikalar birlikte uygulanmıştır.

Tablo:9 Çin, , Doğrudan Yabancı Yatırım Miktarı, Mal ve Hizmet İhracatı, Mal ve Hizmet İthalatı ve Dış denge, (2013- 2021) (\$)

Yıllar	Doğrudan Yabancı Yatırımlar	Mal ve Hizmet İhracatı (Export of Goods and Services) (Current US \$)	Mal ve Hizmet İthalatı (Import of Goods and Services) (Current US \$)	Mal ve Hizmet Dış Denge
2013	290.928.431	2.354.248.580	2.119.378.054	234.870.526
2014	268.097.181	2.462.839.435	2.241.288.603	221.550.832
2015	242.489.331	2.362.092.880	2.003.257.157	358.835.723
2016	174.749.584	2.199.967.569	1.944.484.096	255.483.473
2017	166.083.755	2.424.199.911	2.208.504.214	215.695.697
2018	235.365.050	2.655.591.916	2.564.105.245	91.486.671
2019	187.169.822	2.628.935.396	2.496.147.886	132.787.510
2020	253.095.616	2.723.250.430	2.357.105.740	366.144.690
2021	-	3.548.552.962	3.089.622.822	458.930.140

Kaynak: <https://data.worldbank.org> verilerinden türetilmiştir.

Çin'in 1979 sonrası uygulamaya koyduğu program kısa sürede sonuç vermiş yüksek büyüme oranlarına ulaşmıştır. Çin ekonomisi 1980-2021 arasında ortalama %9.2 büyüme göstermiş 2021 yılında Çin'in mal ve hizmet ihracatı yaklaşık 3.5 trilyon \$ olmuştur. Buna mukabil mal ve hizmet ithalatı ise 3.08 trilyon olarak gerçekleşmiştir. Aynı yıl dış fazla 458 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. Doğrudan yabancı yatırımlar ise 2020 yılında 253 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir.

Güney Kore ve Çin'in uygulamaya koydukları ekonomik reformların birbirlerine benzerlikleri bulunmaktadır. Her iki ülke dışa kapalı bir ekonomik modelden dışa açık, ihracata dayalı bir ekonomik modele geçmişlerdir. Bu kapsamda her iki ülkede de ihracata teşvikler getirilmiş, doğrudan yabancı yatırımların artması için kolaylıklar sağlanarak ülkeye teknoloji transfer edilmiştir. Ar-ge çalışmalarına destek verilerek teknolojik seviye ve verimlilik arttırılmıştır. Hükümetlerin ekonomiye doğru zamanda müdahalesi ve destekleri ile istikrarlı bir büyüme ve kalkınma sağlanmıştır. Ancak, gelişmekte olan birçok ülkenin benzer reformları uyguladığı halde büyüme ve kalkınmada istenilen hedeflere ulaşamadığı görülmektedir. Bu noktada bu ülkeler için

gelişmenin ve kalkınmanın sağlanmasında eksik olan nedir sorusu akla gelmektedir.

İki örneğimizde ortak olan kalkınmanın başında ülkelerin eğitime yatırım yapmalarıdır. Her iki ülke eğitim yatırımlarına önem vermiş beşeri insan sermayesinin iyileştirilmesi konusunda başarılı olmuşlardır. Örneğin, Güney Kore’de, patent sayısı 1960’lı yıllarda 219 iken 2007’de 564 kat artarak 123.705’i bulmuştur.

Tablo:10 Güney Kore Patent Sayıları

1955	1960	1970	1980	1990	2000	2005	2007
52	219	266	1632	7762	34958	73512	123705

Kaynak: (Atay, 2012, s. 244)

Alınan patentlerin endüstri kollarına göre dağılımları incelendiğinde öncelikle telekomünikasyon ve elektronik alanlarda alınan patent sayısı yıllar itibariyle yükseliş göstermektedir (Atay, 2012, s. 244). Güney Kore 2014 yılı itibariyle Çin, ABD ve Japonya’nın ardından 188.915 patent sayısı ile 4. sıraya yükselmiştir. Güney Kore, ürün ve hizmet üretimi, geliştirmesi ve ticaretinde, sağlam bir Ar-Ge yapısının oluşturulmasını amaç edinmiş, bu amaçları farklı stratejilerle desteklemiş ve Ar-Ge ile bütünleşmiş bir inovasyon sistemini yaratmıştır. Güney Kore’nin patent sayısını artırmasında geçtiği süreçlerde bazı stratejiler ön plana çıkmıştır. Bunlardan en önemlisi eğitime verilen önem olmuştur. Özellikle Ar-Ge eğitimi geliştirmeye yönelik çalışmalara ağırlık verilmiş, Ar-Ge sisteminin gelişimini sağlamak için büyük gayret gösterilmiştir. Güney Kore önce imitasyon sürecini (1960-1970), 1980’lerde transformasyon süreci ve 1990’lı yıllardan sonrada inovasyon sürecini başarılı bir şekilde tamamlamıştır. Özel sektör kendi Ar-Ge sistemini kurmuş, büyük firmaların Ar-Ge sistemini faaliyete geçirmeleri devlet tarafından desteklenmiş, teknoloji içeren küçük işletmeler ve Ar-Ge merkezleri ile KOBİ’lerin yoğunluğu artırılarak Ar-Ge çalışmaları desteklenmiş, Ar-Ge harcamalarında özel sektörün çıkarları gözetilmiş, araştırmanın dışında ürün geliştirmeye ve uygulamaya pay ayrılarak doğrudan katma değer ve maddi değer sağlanmış, patent ve lisans haklarına yönelik çalışmalar hızlandırılmış böylece patent sahiplerinin motivasyonu artırılmış, özel sektörlere yapılan yatırımlar desteklenmiştir (Tunçsiper & Fırat, 2016, s. 851).

Güney Kore ve Çin büyümesinin temelinde eğitime verilen önem yatmaktadır. Eğitimin kalitesi ve niteliği sayesinde beşeri sermaye geliştirilmiş, Ar-Ge çalışmalarına verilen destekle de yüksek teknolojili ürünler üretilmiştir. Bu sayede istikrarlı bir büyüme sağlamak mümkün olmuştur. Gelişmekte olan birçok ülkenin benzer reformları uyguladığı halde büyüme ve kalkınmada istenilen hedeflere neden ulaşamadığı sorusuna ise şu yanıtı vermek uygun olacaktır. *“Bir ülke ticaretini ne kadar artırırsa artırsın, ekonomisini ne kadar liberalleştirirse geliştiresin, bu politikalarla kişi başına düşen beşeri sermayesini ve üretim teknolojisini geliştirmeyi başaramıyor ise uzun vadede istikrarlı bir gelişme göstermesi mümkün olmayacaktır (Khandker, 2016, s. 67)”*.

KAYNAKÇA

- Alkin, E. (1987). *Gelir ve Büyüme Teorisi*. İstanbul: GÜR-AY Matbaası.
- Alkin, E. (2011). *İktisat*. İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Atay, E. (2012). Krizden inovasyona Güney Kore Örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(32).
- Chow, G. (2004). Economic Reform and Growth in China. *Annals of Economics and Finance*(5).
- Congressional Research Service. (2019). *China's Economic Rise: History, Trends, Challenges, Implications for the United States*. USA: Congressional Research Service.
- Connolly, M., & Yi, K.-M. (2015). How Much of South Korea's Growth Miracle Can Be Explained by Trade Policy?†. *American Economic Journal*, 7(7).
- Çakmak, U. (2016). Güney Kore'nin ekonomik kalkınmasının dinamikleri (1960-1990). *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1).
- Ertekin, M. S. (2017). Çin'de ekonomik büyüme, yoksulluk ve gelir eşitsizliği: Dünya ekonomisinde konumu. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 12(1).
- Frank, C. R., Kim, K. S., & Westphal, L. (1975). *Economic Growth in South Korea since World War II*. NBER.
- Heo, U., Jeon, H., Kim, H., & Kim, O. (tarih yok). *The Political Economy of South Korea: Economic growth, democratization and financial crises*. Contemporary Asian Student Series.
- Karaöz, M., & Albeni, M. (2022). *Türkiye'de teknoloji çabalarına ilişkin bir değerlendirme: Türkiye'de Oatent aktivitesi*. 12 19, 2022 tarihinde <https://inovasyon.info/>: <https://inovasyon.info/> adresinden alındı
- Khandker, A. (2016). Why is the South Korean growth experience different? An analysis of the differences of per capita GDP between South Korea and South Asian countries. *Econ Change Restruct*(49).
- Muthalib, A. A. (2017). Analysis of economic growths and development gaps between cities in Southeast Sulawesi. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 2(7).
- Oğuztürk, B. S., Özbay, F., & Pehlivan, C. (2017). Güney Kore'nin büyüme sürecinde inovasyonun rolü: Ekonometrik bir analiz (1984-2015). *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(4).
- Öztürk, S. (2011). Küresel ekonomik krizin Çin ekonomisine etkileri: Çin'in büyüme stratejisinin sürdürülebilirliği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(11).
- Sandıklı, A. (2009). Geleceğin süper gücü. *Bilge Strateji*, 1(1).
- Sinha, D. (2008). Patents, Innovations and economic growth in Japan and South Korea: Evidence from individual country and panel data. *Applied Econometrics and International Development*, 8(1).

- Tunçsiper, B., & Fırat, E. (2016). Kalkınmada Ar&Ge ve İnovasyonun önemi; Güney Kore örneği. *Teknoloji ve Rekabet*. International Conference on Eurasian Economics 2016.
- Yılmaz, Ö., & Akıncı, M. (2011). İktisadi Büyüme ile Cari İşlemler Bilançosu Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(15).
- Zhu, X. (2012). Understanding China's Growth: Past, Present, and Future. *Journal of Economic Perspectives*, 26(4).

BÖLÜM 13
FOR-PROFIT AND NON-PROFIT ORGANIZATIONS
AND THEIR BOARDS¹
Dr. Benan GÖK²

¹ This study was prepared in Bursa Uludağ University Social Sciences Institute, Department of Business Administration, and was produced from the doctoral thesis called “A Research on the Relationship Between Reputation of Board of Directors, Organizational Image and Related Organizational Parties Identification”, which was successfully submitted on 06.02.2020.

² benangok@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-3817-2508

INTRODUCTION

Individuals spend most of their time as a member of an organization in a social, cultural, or economic context. Individuals in these organizations; are involved in organizational activities by taking on various roles, sometimes as employees, volunteers, students, or customers. Individuals communicate with or are affected by organizations at every moment of their daily lives and for various reasons. The concept of organization is defined as communities in which individuals systematically cooperate with others to achieve the goals they cannot achieve alone (Eren, 2003: 203-204). Organization reflects an open system in which social and physical resources are brought together harmoniously (Budak and Budak, 2004: 21). Organizations that produce goods and services and engage in economic activities to meet the needs of individuals are classified as for-profit organizations and non-profit organizations according to their purposes (Aydın, 1992: 235). The most common type of organization is a for-profit organization established to generate income and achieve commercial goals (Ülgen and Mirze, 2013: 22). Non-profit organizations, on the other hand, are organizations that work for the benefit of society without the intention of making a profit and developing an understanding of participation and solidarity in solving the problems in society (Andrei et al., 2018: 215-216; Morrison, 2016: 236). The rapid progress in economy, technology, and world politics in the recent period complicates organizational environments and increases organizations' uncertainty levels. In addition, organizations face various risks, both from within their organizations and the external environment, beyond the traditional risks. As a result, managing and controlling business risk became more challenging (Alshirah et al., 2020: 219). In such an environment, the board of directors' roles in organizations is becoming increasingly important. Boards of directors in for-profit and non-profit organizations receive great attention as the final decision-makers because of their significant contribution to the success of organizations. In particular, the board of directors' advisory, monitoring, and networking/resource acquisition duties directly affect the organization's effectiveness (Jaskyte, 2017: 453). Therefore, the board of directors is considered a tool for dealing with the organization's environment. Boards of directors should fulfill their legal responsibilities, serve as boundary setters, monitor organizational managers,

and increase corporate social performance (Wang and Dewhirst, 1992: 115). Previous studies provide evidence that the board plays a vital role in determining an organization's social performance and that board characteristics are associated with social performance (Huse et al., 2009; Bear et al., 2010; Jo and Harjoto, 2011). This shows that the board of directors is a significant governing body for an organization. A unique asset that genuinely adds value to an organization, the board of directors collaborates closely with the organization's management. The link between a board of directors actively partnering with management, especially in strategy development, and the success of an organization has been known for some time (Davis, 2013: 30). The board of directors is seen as more important than the organization's management. If organizational governance is not well organized, it is impossible to obtain adequate control. From this point of view, it is necessary to know the importance and duties of the board of directors, which is the top management body and directs the activities of profit-oriented and non-profit organizations. However, there is a notable knowledge gap in the management literature stream. Examination of the management literature determined that preliminary studies examine for-profit (commercial enterprises) and non-profit organizations together and simultaneously deal with the boards of directors of these organizations. This study aims to fill this knowledge gap. In addition, this study provides comprehensive information about both types of organizations and the boards of directors of these organizations are examined. More importantly, this study compares the similarities and differences between two different types of organizations and the boards of directors of these organizations.

Management literature states that board directors are involved in for-profit and non-profit organizations. To better reflect the impact and effectiveness of the board of directors, first of all, information about for-profit and non-profit organizations is given in this study. Then, the boards of directors in both types of organizations are examined in detail.

1. FOR-PROFIT ORGANIZATIONS

In general, communities where two or more individuals come together to achieve specific goals and work in systematic cooperation, are called organizations (Hicks, 1975: 31-32). Organizations are established to achieve

various purposes. Organizations can be established to attain commercial purposes, realize unique goals, achieve political goals, and support public services. However, the most common type of organization is those set to generate income and realize commercial purposes. These organizations create benefits for society by producing goods and services by meeting the needs and demands of the community in which they live. They provide income from these benefits. Such organizations are called "*for-profit organizations or commercial enterprises*" (Ülgen and Mirze, 2013: 22).

For-profit organizations are defined as economic and social institutions that meet the wishes and needs of individuals, have a market and price, and produce goods and services. (Parılı and Aydınan, 2008: 21; Demirci and Gümüştekin, 2009: 9). For-profit organizations make production with the least cost by using their scarce resources and as a result, they gain profit. This reflects the economic nature of for-profit organizations. The social feature of these organizations is expressed as meeting the social needs of the goods and services produced (Sabuncuoğlu and Tokol, 2011: 3). For-profit organizations transform the inputs from the external environment in a specific field of activity into goods and services for their customers by utilizing information, technology, and processes. For-profit organizations earn income by selling these goods and services in the market they operate at a specific price. For-profit organizations, which receive input from their suppliers again, use a part of these incomes to ensure the sustainability of their activities (Koçel, 2015: 76-77).

The long-term goal of for-profit organizations is to maximize their profits. However, due to the developing economic and social changes, for-profit organizations must aim at other issues besides earnings. In broader terms, for-profit organizations have various stakeholders, such as shareholders, employees, customers, suppliers, society, and government, and the interests of these stakeholders may conflict with each other. Therefore, for-profit organizations need to diversify their objectives by considering the interests of all these stakeholder groups (Hicks, 1975: 67-72; Eren, 2013: 68-69). Various purposes such as making a profit in the long run, serving the consumer, society, and the government, making the life of the organization permanent, providing a good wage policy to the employees of the organization, and maintaining

employment cover the interests of all stakeholders of for-profit organizations (Şimşek, 2009: 42).

For-profit organizations need to be managed effectively to show continuous and high performance. The organizational structure of a growing company is different, and this requires the management to be divided into different levels (Koçel, 2015: 82-83). Since it is impossible for all the shareholders in multi-partner capital companies to manage the business simultaneously, the board of directors elected by the shareholders governs the company in the specified periods. Within the legal framework, the board of directors is primarily responsible for the company's management issues, and it is required to work on the company's strategic management (Eren, 2013: 45-49).

The importance of management becomes more valuable as commercial enterprises, characterized as for-profit organizations, grow. Although it is seen that the managers of a growing for-profit organization differ according to the management levels, the senior management of these organizations has more strategic roles. In particular, the board of directors, which is in the top management, has some crucial duties that form a bridge between the shareholders and managers in capital companies. From this point of view, the subject of board directors in companies is examined in detail in the subsequent headings.

1.1. The Place of the Board of Directors in For-profit Organizations

In the professional management approach, company owners should not be present both in the management of the company and in the board of directors (Deloitte, 2007: 2). The reason for this is that the interests of company owners and managers may conflict with each other. Therefore, it is stated that the authority that ensures the harmonious progress of the interests of the managers and the interests of the company owners is the board of directors (Okan et al., 2014: 41). Article 359 of the Turkish Commercial Code states that there is a board of directors consisting of one or more persons appointed by the articles of association or elected by the general assembly. In addition to being responsible for the control and supervision of the company, the board of directors is one of the most potent mechanisms that have a central role in

determining the goals and strategies of the company and supervises the senior managers of the company (Gözüm, 2012: 5). The board of directors represents the company by using the authority given by the shareholders to the board of directors at the general assembly, within the scope of the legislation, policies, and articles of association (Aygün et al., 2011: 78). In other words, the board of directors represents the group that manages the company within the scope of the proxy relationship on behalf of the shareholders and decides on the works necessary for the sustainability of the company (Arslantaş, 2012: 31; Mi Choi et al., 2012: 208; Ning et al., 2014: 821). The board of directors, which implements the decisions they take regarding the company, aims to maximize the market value of the company as much as possible (Aygün et al., 2010: 67). In addition, the board of directors has various functions, such as reducing the representation costs arising from the separation of ownership and management, providing control over company activities, and creating a balance among company stakeholders (Fauzi and Locke, 2012: 44).

In the management literature, some studies focus on the impact of board performance on issues such as stakeholder management and the company's financial performance. In addition, the relevant literature prevails a significant increase in the number of studies focusing on the relationship of the board of directors with the capital structure of companies. These studies emphasized that the board of directors' effectiveness plays a vital role in influencing the financing decisions of companies (Agrawal and Knoeber, 1996; Bhagat and Black, 1999; Ferrero-Ferrero et al., 2015: 249; Bin-Sariman et al., 2016: 403).

1.1.1. Structure of the Board of Directors

The structure of boards of directors in the world manifests itself as a one-tier system or two-tier system. The board of directors system in the U.S., Switzerland, Japan, and U.K. law is covered by a one-tier system and is undertaken by individuals appointed to represent the rights holders. Companies in Turkey have adopted the one-tier system. In the one-tier system, the management and administration of the company are included in the board of directors (Karpuzoğlu, 2010: 20). On the other hand, the two-tier system is applied in the law of Germany, Finland, and the Netherlands. In the two-tier system, the board of directors continues the company's management function.

Additionally, in the two-tier system, there is a separate lens that makes the election of the board of directors and the assignment of the board members. The said structure consists of independent members of the board of directors. Independent members; carry out the activities of monitoring, supervising, and directing the board of directors, which undertakes the company's management. Thus, the duties of the one-tier board of directors are dispersed and gathered in a two-tier system (Ülgen and Mirze, 2013: 469).

In joint stock companies, in other words, in companies whose capital is divided into certain shares (shares), the shares' owners are the company's shareholders (TCC. a. 329). However, because only some shareholders can take an active role in the company, professional managers are assigned to represent the partners. Thus, when these managers come together, the board of directors' structure emerges (SPK, 2005). The fact that the board of directors is not close to all kinds of conflicts of interest and that it can independently implement its decision-making, representation, or executive responsibilities increases the board of directors' effectiveness. The experience, degree of independence, and skill levels of the members of the board of directors affect the goals and performance that the board of directors wants to achieve (SPK, 2003: 37). Therefore, each member should be nominated as an individual with high knowledge, skills, and experience to ensure the structure that will create the success of the board of directors (SPK, 2003: 47).

The diversity of the board of directors is prominent in the organization's successful development. Because diversity reveals creativity in the decisions to be made within the organization, this issue causes different ideas to be presented or constructive criticism. On the other hand, in addition to the diversity of the board of directors, the number of members is also very crucial (Van Den Berghe, 2002: 72). The number of members of the board of directors is determined to the extent that it helps to carry out efficient work, to make decisions quickly, and to generate constructive criticism (SPK, 2003: 47). For example, the fact that the number of members of the board of directors is three can prevent the diversity of the board and the emergence of different ideas. On the other hand, the fact that the number of members of the board of directors is eighteen may weaken the decision process for the organization and increase the reaction process by the members to the decisions. In this context, it is more

appropriate for an effective organization to have 6-10 board members in general (Van Den Berghe, 2002: 72).

Today, most prominent publicly traded companies appear to have 75% or more external members on their boards of directors. The argument that external board members positively impact an organization's performance is supported by agency theory and resource dependency theory. According to the agency theory perspective, managers and shareholders within the organization may have different interests and goals. This raises a central agency problem to monitor what the managers who run the organization on behalf of the shareholders actually do. Therefore, the independent (external) members of the board of directors perform the monitoring function by following the activities of senior executives within the company (Heath, 2009: 498). The resource dependency perspective assumes minimizing external dependency and maximizing self-dependence of the external environment in an environment where scarce and valuable resources are essential for the organization's survival. Resource dependency theorists state that external members can provide significant resources to the organization. In this context, it is mentioned that managers outside the organization should be included on the boards of directors to obtain external resources through organizations' cooperation (McNaughton and Cozzarin, 2014: 3).

The impact of board structure on organizational performance has long been discussed in the management literature and business circles. In this context, it is stated that the board members' characteristics, abilities, knowledge, and expertise are *öoöem*tum for the board of directors to carry out its activities effectively (Carpenter and Westphal, 2001). In social embeddedness theory, the board of directors members emphasizes that they cannot act independently of the social life surrounding them and that the social relations of the members may also affect the organization's economic actions over time. According to this view, the members of the board of directors affect the organization's decision processes and organizational activities through the networks they have with the social environments they interact with (Whiteman and Cooper, 2000). The interaction of the board of directors with the external environment is discussed through social capital theory. According to this theory, relations that develop based on trust between the board of directors and

the external environment create opportunities such as prestige, reputation, information, and resource access over time (Borgatti and Foster, 2003).

1.1.2. Duties of the Board of Directors

In article 374 of the Turkish Commercial Code, the board of directors is authorized to take decisions on all kinds of business and transactions necessary for the realization of the company's business subject, except for the matters left to the authority of the general assembly under the management, law, and articles of association. Notably, this provision of the Turkish Commercial Code deals with the duties of the board of directors within the company in a general context. Therefore, a more comprehensive examination of the board of directors' responsibilities is required.

Establishing an environment of trust within the company, hiring managers, and their adequate knowledge make it easier for the board of directors to perform their work efficiently, and the determination of the basic structure affects the general functioning of the board of directors. The executive functions of the board of directors; consist of tasks that ensure the organization's existence over time, such as providing a communication system, formulating and defining organizational purpose, securing stakeholders, and serving the organization. The manager then coordinates this system of organized activities and goal setting with leadership quality and morality that will ensure the business's success. If the organization's success depends on the manager's ability to perform these functions, it is clear that the first step of board effectiveness is to select the best manager. However, when the organization has such a manager, it is among the duties of the board of directors to monitor the performance of the manager who fulfills the organization's functions (Boulton, 1983: 94-95).

Johnson et al. (1996) underline that the board of directors has three primary duties. These tasks are described in more detail below.

Supervisory Duty of the Board of Directors: The supervisory duty of the board of directors constitutes the organization's strategic framework in general. Among these tasks are many activities, such as evaluating the resultant success of the strategic decisions determined by the organization, establishing the strategic goals of the organization, choosing the executive chairman and other senior managers of the organization, and rewarding the top management as a

result of their performance (Mintzberg, 1983: 74; Judge and Zeithaml, 1992: 793). Establishing a control structure between the board of directors and the executive in the organization is necessary. Forming the said control structure prevents conflicts of interest and allows the concept of accountability to be internalized. Thus, for the said situation to take action, the executive officer, who is among the board of directors, should take charge as the chief executive officer. At the same time, it is recommended that the other members do not take the executive role (TÜSİAD, 2002).

Organizational data have a pivotal place in the evaluation task of the board of directors. In this context, there are two types of control systems the operational and strategic context. In operational control, one year is taken as a basis according to the top management's working performance and the top management's cost and income targets are evaluated accordingly. At this stage, based on financial and short-term targets, rewards are made according to the performance characteristics of the top management (Baysinger and Hoskisson, 1990: 78). In the strategic control system, the plans of the organization and the situation obtained at the end of the operating activities are evaluated. The evaluation to be made in this process consists of more than financial data. In other words, non-financial features such as the relevance of internal decisions within the current period and the impact of environmental conditions in the context of execution are also taken into account. Management literature; while evaluating the top management, the board of directors states that the strategic control system is more reliable than the operational control system (Stiles and Taylor, 2001: 68).

Advisory Duty of the Board of Directors: While agency theory emphasizes the board's role as an independent control mechanism, management literature often centers on the board's other distinct duties as well (Careti and Rad, 2000: 69). The board of directors can continuously advise senior executives on possible strategic changes or the implementation of existing strategies (Carpenter and Westphal, 2001: 639). In a more specific way, the board of directors evaluates the proposals or suggestions presented by the managers appointed to the top management of the organization and makes recommendations (Eren, 2013: 45-49). In such cases, the board of directors provides strategic advice to senior executives instead of (or in addition to)

independent auditing. Expectations in the context of the board of directors' contribution to the decision processes are generally in the direction of creating new strategic decisions. More specifically, within the scope of corporate governance, the external environment, which questions the transparency and accountability of organizations, expects the board of directors to be actively involved in the process, especially in the planning stages (Heracleous and Murry, 2001: 150).

The Duty of the Board of Directors to Provide Resources: The board of directors must reach the resources necessary for the organization by strengthening its ties with the external environment. Price (1963: 373), in the study examining the effects of board functions on organizational success, revealed that the board is a buffer group between professional managers and society. The board members' relationships with customers are also included in the board's fundraising task scope. At this point, potential customer research should be done as well as keeping good relations with customers existing within the organization. On the other hand, the board of directors must represent the organization; It also must represent the organization against different professional organizations, the state, or various chambers of commerce. In addition, it is stated that the board of directors is a vital tool in obtaining the information needed to eliminate the problems faced by the organization in functional activities and in establishing the necessary connections within the macro environment (George et al., 1998: 2).

In summary, the main roles of the board of directors are; to maintain relations with the shareholders in harmony, to evaluate the performance of the top management of the organization and to provide consultancy to them, to foresee the possible risks, to create an operational plan in line with the mission of the organization and to evaluate the business results, to position the relationship of the organization with all the parties with which it interacts, and to create the long-term strategies of the organization.

1.1.3. Independent Board Membership

The board of directors should be free from managerial pressures while performing its control task. The agency theory mentions that such pressures can be avoided if the number of independent members on the board of directors is high (Nicholson and Kiel, 2007: 587). In addition, the high number of

independent members on the board of directors allows impartial and correct steps to be taken in the organization's functioning in the context of corporate governance. In this context, independent members make impartial evaluations of the decisions taken by considering the organization's interests. Members of the board of directors are qualified as independent members when they comply with the following criteria (TÜSİAD, 2002: 17).

- Having only a member of the board of directors in the organization and having a shareholding not exceeding 5% (if any) obtained from the membership of the board of directors,
- Not working in one of the organizations to which the organization is affiliated in any way in the last two years,
- Not working in any of the companies that provide goods or services to the organization,
- Even if there is a spouse or first-degree relative, this organization should have no manager, or the total capital should not exceed 5%. However, spouses or first-degree relatives should not be under any control mechanism of the organization.
- Within the organization's scope, there should be no other income other than the fee obtained from the board of directors' membership. However, suppose the individual is a shareholder due to membership in the board of directors. In that case, the legal minority share must be less than the specified amount, and he must not earn any income or income apart from the salary and dividends he receives from his position as a board of directors.

When the empirical studies conducted in the context of the subject are examined, it has been found that there are more independent members on the board of directors, that these enterprises can borrow at lower interest rates and obtain better credit conditions (Fields et al., 2012). In the studies conducted by Weisbach (1988) and Brickley (1994), it was found that there are independent members on the board of directors and that investors show positive approaches to the organization. In another study, it was determined that the presence of independent members on the board of directors positively affects the share prices of the organization (Rosenstein and Wyatt 1990).

In another empirical study examining how the presence of bankers as independent members on a company's board of directors affects the company, it has been concluded that when the company is in financial distress, these members use their expertise in company decisions by prioritizing their financial market expertise and certification (Byrd and Mizruchi, 2005). Another study concluded that independent members positively affect organizational performance (Millstein and MacAvoy, 1998). However, although there are empirical studies in the management literature where independent members have a positive impact on the company, it is also seen that there are different findings on the subject. Researchers investigating the relationship between the number of independent members on the board of directors and the company's profitability have determined that the profitability of companies with a high number of independent members decreases and the company performs inefficiently (Bhagat and Black, 1999). Another study did not find a relationship between the number of independent members on the board of directors and company performance (Hermalin and Weisbach, 1991).

2. NON-PROFIT ORGANIZATIONS

Non-profit organizations in the international literature work for the social interest, developing the understanding of participation and solidarity in the solution of problems in society and having a democratic understanding; it is defined as organizations where individuals who come together voluntarily and share common values (Hodgkinson, 1999: 210; Macedo and Pinho, 2006: 536; McMurray et al., 2012: 523; Morrison, 2016: 236; Andrei et al., 2018: 215-216). Some organizations are formed to meet the demands and needs of society and do not aim to generate income due to their activities. Associations, labor unions, military organizations, foundations, and public institutions are included in the group of non-profit organizations. The critical point here is that every organization needs to spend for its activities to be efficient and to obtain the production factors from which it will benefit. Therefore, non-profit organizations must have a certain income to make these expenditures. The income of these organizations is provided by the state budget or through unpaid donations, and these organizations can also create sources of income for themselves to meet their needs. However, the mentioned income is not considered a profit but a contribution margin. In this context, it should be

known that these organizations do not act with the main aim of making a profit but to provide service to society (Ülgen and Mirze, 2013: 22). In addition, non-profit organizations are supported by the state in different ways, as they take part of the responsibility of the state by providing benefits to the individuals living in that country (Smith, 2003).

Today, the non-profit sector; Although the third sector is called the voluntary sector and the social economy sector, the scope of the said sector includes religious communities, museums, homeless shelters, civil rights groups, labor unions, political parties, sports clubs, and environmental organizations (Boris and Steuerle, 2006: 66). On the other hand, considering the target audience and organization ownership, non-profit organizations are defined by four basic organization types. These are listed as associations, foundations, professional organizations, and public institutions (Megginson et al., 1990: 538). In addition to providing various services to society, these organizations have features and roles such as education, advocacy, and engaging people in civic and social life. In addition, these organizations are organized around a social mission and act with values such as philanthropy and volunteerism (Boris and Steuerle, 2006: 66).

Although non-profit organizations are seen as an important element in societies that act based on social benefit, these organizations are of much less importance in a commercial context as they do not serve the priority of profit maximization. In this context, these concepts, widely accepted today and primarily attributed to for-profit institutions (commercial enterprises), such as stakeholders, customer motivation, needs, wants, and accountability, was not valid for non-profit organizations. However, the social, economic, and political developments experienced increased the number of non-profit organizations and caused these organizations to form a sector in the economy. For example, in a study conducted in the early 2000s, the size of the non-profit sector in 22 countries is greater than that of the private sector in the center countries. Nineteen million full-time wage workers are employed in these organizations. It is stated that these organizations have a volume of over 1 trillion dollars (Paswan and Troy, 2004: 1). In this context, while the economy of non-profit organizations has become a developing field in recent years, it has an increasing

impact on various aspects of social life around the world (Valentinov, 2011: 901).

The worldwide non-profit sector generates an average of over one trillion dollars annually. A small change in the productivity and performance of such a large industry can result in a significant shift in national economies and a decline in the people's quality of life and welfare. For example, in the not-for-profit sector context, Australia is known to have an economy of approximately 600,000 organizations, ranking sixth in the world after the Netherlands, Ireland, Belgium, Israel, and the USA. In addition, about 5 million volunteers contribute \$14.6 billion to this sector, representing 5.7% of the country's income and 14.5% of the workforce of non-profit organizations in Australia (McMurray et al., 2012: 523).

Individuals (except those who are employed) operating in non-profit organizations do not make any gains in the life course of the organization; instead, they work entirely voluntarily. However, in these organizations, there are no shares that can be bought and sold by individuals or in which ownership is in question. On the other hand, after expense items are subtracted from the total income within the organization's scope, the remaining items are used for the continuation of the service functionality of the organization. In this context, since the primary purpose of these organizations is service, the decisions of the managers of the organization include the most effective use of resources and the provision of successful services (Özgen and Türk, 1996: 178).

For these organizations to provide successful services, several factors affect the appropriate division of responsibilities and authority among the organization's leading actors (staff, board of directors, and volunteers). The factors mentioned are listed below. It is stated that the effectiveness of these factors will affect organizational performance positively (McClusky, 2002: 549):

- Budget, staff, and board size,
- Number of active volunteers (other than board members) and breadth of roles they perform,
- Stage of the non-profit organization in its lifecycle,
- Level of trust between directors and board,
- Management transition (Volunteers become directors or board, members temporarily take over as directors),

- Level of organizational crises,
- Environmental involvement of non-profit organizations in relationships and collaborations with primary funders factors.

Mission and objectives are at the forefront of the significant differences between non-profit and for-profit organizations. The primary purpose of for-profit organizations is to make a profit, and these organizations try to optimize profits. In addition, for-profit organizations that prioritize profit provide quality service to satisfy their customers (Aydın, 1992: 238). However, non-profit organizations have objectives such as increasing the budget, image, and responsibility and increasing the quality of their services (Digman, 1986: 344). In this context, most non-profit organizations sell their missions, ideas, programs, and services rather than selling products. For the continuity of its services, a non-profit organization must keep its cost of service at least equal to its minimum income. In this context, non-profit organizations serving the cost of the goods or services they produce at a similar price indicate that it is not for profit.

On the other hand, the mentioned organizations use the remaining profit after deducting their expenses and depreciation from the total income in social services as required by the organization's mission (Arslan, 2004: 158). In addition, performance and success measurement in non-profit organizations is not evaluated through quantitative criteria such as profit or sales, and competition in these organizations is not seen as a threatening element as in for-profit organizations. So much so that instead of eliminating each other from the market, these organizations cooperate, create social benefits and act by prioritizing social interests (Gençtürk and Karakaş, 2002: 52).

Volunteer individuals who set their heart on the organizations as mentioned above and work without any pay are seen as crucial actors for the continuity of non-profit organizations (Weisbrod, 1988: 14). Volunteer individuals, as a result of their contributions to these organizations, increase their sense of satisfaction and make an effort to support them more (Özgen and Türk, 1996: 183). On the other hand, non-profit organizations act by considering the values of volunteers and their sense of trust in the institution (Rothschild et al., 2006: 138). In this context, it is essential to know why individuals want to volunteer for non-profit organizations, what the motivations

and expectations of volunteers are, and what their demographic characteristics and social status are in their social lives to benefit from volunteers under the benefit of the organization. On the other hand, the support that can be provided by members who volunteer for a non-profit organization is listed below (Güder, 2000: 242):

- Financial resources (membership fee and donations from the member's environment),
- Members' brain and muscle strength,
- Members create pressure groups and public opinion by sharing the organization in question with their environment,
- Members create high-level relations using their social capital,
- Members act as communication and information providers for the benefit of the organization,
- Ensuring that new members are recruited to the organization.

Individuals or organizations that support and fund the resources of non-profit organizations are called "donors". Donating actors; can be individuals, states, or legal entities. Donors provide financial support to these organizations, as well as different types of contributions such as buildings, securities, and machinery (Oster, 1995: 38). These organizations, the donors who provide financial support for their long-term survival are seen as crucial actors. In this context, to ensure the sustainability of the help of the mentioned actors, it is necessary to create a sense of trust in these actors by showing them that the organization provides a successful service to society (Özgen and Türk, 1996: 183).

For non-profit organizations, a strong image is a key to public awareness. Therefore, developing and maintaining a strong image through promotional efforts makes it possible to increase local support for the organization (Blery, 2010: 57-58). For example, due to the economic recession in the 1980s, the financial support provided by donors to non-profit organizations decreased, and these organizations realized that there was a need for marketing efforts (Stanton et al., 1994: 18).

2.1. The Place of the Board of Directors in Non-profit Organizations

The board of directors in non-profit organizations is held accountable for the organization's overall performance and ultimate achievements (Hess, 2007). Since the board of directors does not have enough control over their work environment, maintaining the relations with the communities and institutions with which the organization is affiliated is one of the main duties of the board of directors. The political, economic, and social changes experienced by Western societies in recent years have led to more turbulent environments. This requires the board of directors to be more active and the sense of belonging of the board to be more dominant in order to ensure the continuity of many non-profit organizations (Harlan and Saidle, 1994). It is underlined that the board of directors must have some issues that they need to focus on to ensure the organization's effective management. These issues are; organizational mission, organizational strategies, budget, the number of volunteers belonging to the organization, and the selection of the organization's managers (Özgen and Türk, 1996: 180).

Members of the board of directors gain power because of the opportunities and missions are given to them (Arslan, 2004: 165). In this way, the board of directors establishes more legitimacy, and a better reputation, and gains broader strategic information by providing direct and/or indirect social connections with other actors in the field (Miller-Millesen, 2003; Brass et al., 2004). Some organizations' high level of social capital is usually achieved through direct and/or indirect social network connections of primary individuals. Moreover, such broad social links provide access to important resources in a critical situation (Miller-Millesen, 2003). Especially the large organizations that have received grants in the past, it is stated that these organizations have a more central position thanks to the social networks owned by the board of directors. These organizations gain more advantages in the grant market due to scale, capacity, and brand awareness. In addition, large and well-known organizations are likely to recruit more respected board members with a high sense of belonging. In addition, a member of the board of directors of an organization can also be a board member of another organization. This allows the board member to create more social networks, obtain overall resources, and

enable the organization to grow and achieve greater success (Handy, 1995; Galaskiewicz et al., 2006).

2.1.1. Structure of the Board of Directors

In our country (in Turkey), non-profit organizations mainly consist of associations, foundations, professional organizations, and public institutions. It is seen that organizations with association status are more numerous than other non-profit organization types in Turkey (siviltoplum.gov.tr). Therefore, this study focuses on associations, one of the non-profit organization types.

In our country (in Turkey), associations are legally subject to Turkish Civil Code No. 4721 and Associations Act No. 5253. According to the relevant legislation, the management structure of the organizations that continue their activities in the status of association; consists of three structured bodies, namely the general assembly, the board of directors, and the supervisory board. The board of directors has duties to carry out the association's day-to-day business, ensure the implementation of the general assembly resolutions, and represent the association against external stakeholders (Akipek et al., 2004: 617). In this context, the board of directors represents the association's executive and representation body, and the board's duties are fulfilled by the law and the association's charter. The task of representation can be given to one of the members or a third person by the board of directors (TCC, a. 85). The board of directors consists of the number of members specified in the bylaws of the association, provided that it is not less than five original and five substitute members. Suppose the number of members of the board of directors falls below half of the total number of members due to vacancies. In that case, the general assembly is called for a meeting within one month by the remaining members of the board of directors or the supervisory board. If the call is not made, upon the request of one of the members, the magistrate assigns three members to convene the general assembly (TCC a. 84).

It is seen that the management structures of these organizations need a more systematically functioning form as in companies. In this context, such organizations should adopt a successful organizational management approach and the board of directors should have effective leadership skills (Drucker, 1994: 218). In addition, it is mentioned that the board of directors members should have different characteristics (such as political power and financial

power) rather than their managerial abilities (Dinçer, 1992: 396). The fact that the members of the board of directors have human capital (experience, expertise, reputation) and social capital (social network ties with other organizations) makes significant contributions to the success of the organization in the course of life (Hillman and Dalziel, 2003). More broadly, organizations reach wider circles through relationships with people or institutions in their social networks. It is stated that the social capital owned or to be owned by the organizations is obtained mainly from the individual contributions of the members of the board of directors (Hager et al., 2004). Especially if the board of directors has a high status and recognition, it can create a perception of an organization with more legitimacy in society. In addition, this situation may allow a greater sense of trust in the organization in the eyes of potential funders (Handy, 1995). In the management literature, there are empirical studies that reveal that the social networks of the board members increase the success of the organizations and that the organizations acquire more financial resources (Boeker and Goodstein 1991; Callen et al., 2003; Esparza and Jeon, 2013).

When the findings of other empirical studies conducted in the context of the subject are examined, Middleton (1987) determined that the organization's size positively affects the functioning of the board of directors and its participation in various organizational activities. Hyndman and McDonnell (2009) stated that the efforts of the members of the board of directors in non-profit organizations to expand outside the organization contribute significantly to the performance and success of the organization. Bradshaw et al. (1992) reported that the number of board members is related to the donations made to the organizations, and this affects the level of benefiting from the public funds of the organization. Another study found that the larger the budget of the organization, the greater the number of board members (Cornforth and Simpson, 2002). Dalton et al. (1999) concluded that there is a positive relationship between board size and financial performance. In another study, the size of the board of directors and; Age of the organization were found to be significantly related to the size of the organization and location. For example, organizations with larger boards in larger cities have larger budgets, more paid staff, and volunteers (Murray et al., 1992). In summary, the vast majority of

empirical studies show that the number of board members and their characteristics is important for organizations to have resources and legitimacy. In addition, in these studies, the structure and functions of the board of directors; it is seen that the organization also affects the budget size, the number of volunteers, and the number of paid personnel significantly.

2.1.2. Duties of the Board of Directors in Non-Profit Organizations

In Article 85 of the Turkish Civil Code, the duties and responsibilities of the board of directors are specified in the association's charter. Similarly, in Article 4/f of the Associations Act No. 5253, each association has an alliance, and the board of directors must perform its duties and authorities in line with this charter. When these articles mentioned above the law are evaluated, it is noteworthy that there need to be comprehensive explanations in the Turkish Civil Code and the Law on Associations about the duties and authorities of the board of directors. Considering this constraint, lower limits are given for the representation, power, and obligations of the board of directors in the articles mentioned earlier in the law. It is understood that the scope details of the representation, authority, and duties of the board of directors of the organizations with the status of association should be in the statutes of the associations.

There are volunteer employees, paid staff, members of the board of directors, and managers in the mentioned organizations (Blery, 2010: 57-58). Decisions are taken holistically in the management of these organizations, even if there is a chairman and members of the board of directors. Thus, taking the decisions as a whole prevents the concentration of responsibility on a single individual (Jaskyte and Holland, 2015). Miller-Millesen (2003) argues that since non-profit organizations do not have clear goals of profit maximization as in for-profit organizations, their boards of directors face a more complex and heterogeneous set of goals than they actually are. Therefore, the concept of performance in these organizations is evaluated in different contexts. As a result, there are opinions in the management literature that there needs to be a theory that can adequately explain the optimal functions of the boards of directors of non-profit organizations. However, two theories are suggested for the functioning of the board of directors in these organizations: Agency theory

and resource dependence theory (Mwenja and Lewis, 2009: 360). The agency theory focuses on the separation of ownership and control. In this context, the agency theory, the board of directors; emphasizes the responsibility of recruiting and monitoring organizational managers within the organization. Thus, this theory creates a buffer that prevents conflicts between management and corporate interests. For example, the board of directors can avoid overspending by the management and take some actions to keep costs low (Bois et al., 2004: 2319). In addition, these organizations want to secure the necessary resources to achieve their organizational mission. In this context, resource dependency theory; emphasizes that organizations need some resources to continue their existence. This shows that the board of directors, which has more external contacts, is an effective governing body to help organizations obtain resources (Olson, 2000). When the main functions of the board of directors are examined according to the resource dependency theory, it is stated that it is to increase the flow of various types of resources through personal and professional contacts and to represent the organization in the external environment (Iecovich, 2005: 56). Thus, among the prominent roles of the board of directors; It has essential duties such as creating social networks, providing resources, directing the organization and determining strategy, and monitoring the assets, programs, and performance of the organization (Zahra and Pearce, 1989; Callen et al., 2010). In addition, when considering the relationship of the board of directors with the government, it is of great importance for states to support non-profit organizations to fulfill their mission. At this point, the board of directors members should develop strategic relations with the state (Liederman, 1999: xvii-xix).

Organizational leadership and organizational culture are at the forefront of a non-profit organization's ability to find new funding and adapt to new service delivery environments. It is known that the interaction between the concepts of leadership and organizational culture significantly affects organizational performance. Thus, the board of directors influences the employees' behavior and the organization's activities by directing the organizational culture. The fact that the board of directors has the skills to perceive the need for change and innovation, strategic awareness, and to manage the implementation of a new initiative allows these organizations to

gain a competitive advantage (Coombes et al., 2011: 829). A different cultural context emerges in such organizations, as non-profit organizations often do not generate direct income. For this reason, it is stated that leaders in non-profit organizations should create organizational values and focus on these values (McMurray et al., 2012: 523). In an empirical study on this subject, it was found that the effective activities of the board, the participation of the board of directors in long-term planning, and the perception of the organization's image in society positively affect the donation revenues of the organization (Cornforth and Simpson, 2002: 453).

CONCLUSION

Organizations are social entities that carry out their activities in a planned and harmonious manner in line with specific pre-configured purposes and connect with their external environment. Organizations are classified according to their purpose as for-profit and non-profit organizations. Organizations that are established to generate income and realize commercial purposes, produce goods and services by meeting the needs and wishes of individuals, have a market, and have a price in this market, are included in the group of for-profit organizations (commercial enterprises). Non-profit organizations are organized around a social mission and adopt values such as philanthropy and volunteerism. The mentioned type of organization often meets the needs that the commercial and public sectors cannot meet, and all the efforts of these organizations are based on the values of solidarity and sacrifice that will benefit society.

There are significant differences between for-profit and non-profit organizations regarding mission and objectives. For-profit organizations try to maximize their profits. On the other hand, the fact that non-profit organizations serve social interests shows that these organizations have a strong social dimension. Performance and success measurement in non-profit organizations are not evaluated through quantitative criteria such as profit or sales, and competition in these organizations is not seen as threatening as in for-profit organizations. Instead of eliminating each other from the market, non-profit organizations cooperate, create social benefits and act by prioritizing social interests. In addition, non-profit organizations have non-distribution restrictions that prohibit them from distributing their earnings to those who

control the organization. Due to features such as the lack of owners of non-profit organizations, and the presence of donors and beneficiaries, these organizations are largely distinguished from non-profit organizations. Non-profit organizations do not have shares to be bought-sold or owned by individuals, which differs from for-profit organizations.

On the other hand, considering the strategies created for the continuation of these two types of organizations, long-term strategies are more common in profit-oriented organizations; non-profit organizations focus on short-term strategies. In addition, while profit-oriented organizations continue their activities in an intensely competitive environment, the employees' wages are an important source of motivation. This means that employees' satisfaction with their wages significantly affects the performance of for-profit organizations. Volunteer individuals who set their heart on non-profit organizations and work without remuneration are seen as very important actors for the continuity of these organizations. In other words, non-profit organizations operate effectively when volunteers share common values and assumptions about the organization's purpose and way of working. Another difference is that while the target audience of non-profit organizations consists of donors, volunteers, and recipients of aid from these organizations, The target audience of for-profit organizations is primarily customers.

A board of directors is a governing body that exists in many types of organizations. In for-profit organizations, conflicts of interest between managers and shareholders cannot be resolved through contracts because it is costly, if possible, to create complete contracts. Thus, corporate governance mechanisms emerge to reduce these conflicts. The board of directors, which the shareholders authorize to approve and monitor important decisions such as hiring, firing, and rewarding executives, is among the important structures. In summary, in for-profit organizations, the board plays a central role in corporate governance and influences all important corporate decisions, including social performance. Since non-profit organizations are self-governing, boards of directors undoubtedly form the core of management activities. The extent to which non-profit organizations are capable and credible depends not only on the skills of their managers, employees, and service volunteers but also on the commitment and skills of their boards of directors.

The main mission of the board of directors in for-profit organizations is to find the right balance between the shareholders and to protect the shared values of the shareholders within the scope of the proxy relationship on behalf of the shareholders. The non-profit's board believes in its mission to be philanthropic, and the board helps the organization fulfill its mission by participating in management.

The primary role of non-profit boards is to fulfill a fiduciary responsibility, namely, to manage resources and assets on behalf of stakeholders. In addition to this fiduciary responsibility, non-profit boards have a variety of other duties, including monitoring stakeholder needs, providing funding, and communicating with management. As a result, when these characteristics of non-profit boards are considered, the interests of shareholders, one of the critical concerns of the boards of directors in for-profit organizations, differ between these two types of organizations.

The number of board members measures the size of the board of directors. As non-profit boards grow, they bring in more resources to further their charitable mission or cover fixed organization costs. A larger board size also accommodates a broader representation of stakeholders and outstanding expertise in various roles. The management literature suggests that the number of board members should be between 6-10. However, there are different views on the number of board members in profit-oriented organizations. This is associated with increasing board size, often with the emergence of conflicts of interest, with many members acting freely to provide resources.

Although the duties and mission differences of the boards of directors belonging to two different types of organizations are given above, they also have some common denominators: (1) strategic: setting corporate direction and strategy; (2) monitoring: monitoring organizational assets and programs, actions and performance; and (3) resource acquisition/networking/service: ensuring an organization has adequate human and financial resources and improving the organization's reputation.

The author of this study, while examining the literature on boards of directors for two different types of organizations, found that there was a significant knowledge gap in the management literature stream. Boards of directors should be considered distinct from social, cultural, environmental, legal, and temporal contexts. In particular, it is frequently seen in the

management literature that the board of directors in non-profit organizations is associated with organizational behavior or organizational effectiveness. Further research is required to determine the causality of this relationship. Although studies reveal the relationship between the board of directors and organizational effectiveness, the causal aspect of this relationship needs to be investigated. In addition, new perspectives on how the external environment can affect the change processes of boards of directors can keep research on boards in non-profit organizations up to date. To capture the full impact of board diversity on corporate performance, it is necessary to examine the diversity of boards in different dimensions.

REFERENCES

- Agrawal, A., & Knoeber, C.R. (1996). Firm performance and mechanisms to control agency problems between managers and shareholders. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 31(3), 377-397.
- Akipek, J., Akıntürk, T., & Karaman, D. (2004). *Türk medeni hukuku başlangıç hükümleri kişiler hukuku*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Alshirah, M.H., Rahman, A.A., Mustapa, I.R. (2020). Board of directors' characteristics and corporate risk disclosure: The moderating role of family ownership. *Euromed Journal of Business*, 15, 219-252.
- Andrei, P., Balluchi, F., & Furlotti, K. (2018). Collaboration between for-profit and non-profit organisations: Some insights into the social doctrine of the church. *Studies in Public and Non-Profit Governance*, 7, 215-242.
- Arslan, T.N. (2004). Kâr amaçsız örgütler ve stratejik yönetim, *Cumhuriyet Üniversitesi Dergisi*, 24(2), 155-172.
- Arslantaş, C.C. (2012). *Kurumsal yönetimin yönetim kuruluna yansımaları*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Associations Act, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5253.pdf>, (07.11.2022).
- Aydın, D. (1992). Kâr amacı güden ve kâr amacı gütmeyen işletmelerin karşılaştırılması. *Eskişehir Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, X(1-2), 235-248.
- Aygün, M., İç, S., & Sayın, C. (2011). Yönetim kurulu büyüklüğünü belirleyen faktörler ve yönetim kurulu büyüklüğü ile firma performansı arasındaki ilişki: Türk sermaye piyasası üzerine bir inceleme. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 77-92.
- Aygün, M., Taşdemir, A., & Çavdar, E. (2010). Banka performansı üzerinde yönetim kurulu büyüklüğünün etkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(3), 67-78.
- Baysinger, B., & Hoskisson, R.E. (1990). The composition of boards of directors and strategic control: Effects on corporate strategy. *Academy of Management Review*, 15(1), 72-87.
- Bear, S., Rahman, N., Post, C. (2010). The impact of board diversity and gender composition on corporate social responsibility and firm reputation. *Journal of Business Ethics*, 97, 207-221.
- Bhagat, S., & Black, B. (1999). The uncertain relationship between board composition and firm performance. *Business Lawyer*, 54(3), 921-963.
- Bin-Sariman, A.S., Ali, A., & Nor, M.N.M. (2016). Board of directors' quality and firms' debt financing: The moderating effect of insider ownership - evidence from omani firms, *Applied Economics*, 48(5), 402-410.

- Blery, E.K., Katseli, E., & Tsara, N. (2010). Marketing for A non-profit organization. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 7(1), 57-68.
- Boeker, W., & Goodstein, J. (1991). Organizational performance and adaptation: Effects of environment and performance on changes in board composition, *Academy of Management Journal*, 34(4), 805-826.
- Bois, C.D, Caers, R., Jegers, M., Schepers, C., Gieter, S.D., & Pepermans, R. (2004). Agency problems and unrelated business income of non-profit organizations: An empirical analysis. *Applied Economics*, 36(20), 2317-2326.
- Borgatti, S.P., & Foster, P.C. (2003). The network paradigm in organizational research: A review and typology. *Journal of Management*, 29(6), 991-1013.
- Boris, E.T., Steuerle, C.E. (2006). *Non-profits & government: Collaboration & conflict*. Washington. DC: The Urban Insitute.
- Boulton, W.R. (1983). Effective board development: Five areas for concern. *Journal of Business Strategy*, 3(4), 94-100.
- Bradshaw, P., Murray, V.V., & Wolpin, J. (1992). Do non-profit boards make a difference? An exploration of the relationships among board structure, process and effectiveness. *Non-profit and Voluntary Sector Quarterly*, 21(3), 227-249.
- Brass, D., Galaskiewicz, J., Greve, H.R., & Tsai, W. (2004). Taking stock of networks and organizations: A multilevel perspective. *Academy of Management Journal*, 47(6), 795-817.
- Brickley, J.A., Coles, J.L., & Terry, R.L. (1994). Outside directors and the adoption of poison pills. *Journal of Financial Economics*, 35(3), 371-390.
- Budak, G. ve Budak, G. (2004). *İşletme yönetimi*. 5.b., İzmir: Barış Yayınları-Fakülteler Kitabevi.
- Byrd, D.T., & Mizruchi, M.S. (2005). Bankers on the board and the debt ratio of firms. *Journal of Corporate Finance*, 11(1-2), 129-173.
- Callen, L.J., Klein, A., & Tinkelman, D. (2003). Board composition, committees, and organizational efficiency: The case of non-profits. *Non-profit and Voluntary Sector Quarterly*, 32(4), 493-520.
- Callen, L.J., Klein, A., & Tinkelman, D. (2010). The contextual impact of non-profit board composition and structure on organizational performance: Agency and resource dependence perspectives. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Non-profit Organizations*, 21(1), 101-125.
- Carati, G., & Rad, A.T. (2000). Convergence of corporate governance systems. *Managerial Finance*, 26(10), 66-73.
- Carpenter, M.A., & Westphal, J.D. (2001). The strategic context of external network ties: Examining the impact of director appointments on board involvement in strategic decision making. *Academy of Management Journal*, 44(4), 639-660.

- Coombes, S.M.T., Morris, M.H., Allen, J.A., & Webb, J.W. (2011). Behavioral orientations of non-profit boards as a factor in entrepreneurial performance: Does governance matter?. *Journal of Management Studies*, 48(4), 829-856.
- Cornforth, C., & Simpson, C. (2002). Change and continuity in the governance of non-profit organizations in The United Kingdom: The impact of organizational size. *Non-profit Management and Leadership*, 12(4), 451-470.
- Dalton, D.R., Daily, C.M., Johnson, J.L., & Ellstrand, A.E. (1999). Number of directors and financial performance: A meta-analysis. *Academy of Management Journal*, 42(6), 674-686.
- Davis, P.J. (2013). Senior executives and their boards: Toward a more involved director. *Journal of Business Strategy*, 34(1), 30-40.
- Deloitte (2007). Aile şirketleri için adım adım kurumsal yönetim. Kurumsal Yönetim Serisi, Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği ve Deloitte Ortak Yayını.
- Demirci, M.K., & Gümüştekin, G.E. (2009). İşletmecilik kavramları. M.K. Demirci (Der.), *İşletmecilik: Kuram ve uygulama* içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Digman, L.A. (1986). *Strategic management: Concepts, decisions, cases*. Texas: Business Publications.
- Dinçer, Ö. (1992). *Stratejik yönetim ve işletme politikası*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Drucker, F.P. (1994). *Management: Tasks, responsibilities, practices*. Oxford: Butterworth-Heinemann Ltd.
- Eren, E. (2013). *Stratejik yönetim ve işletme politikası*. İstanbul: Beta Basım Yayın ve Dağıtım.
- Eren, E. (2003). *Yönetim ve organizasyon*. 6.b., İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Esparza, N., & Jeon, S.H. (2013). Interlocking boards of trustees and grant acquisition among homeless service organizations. *Public Performance & Management Review*, 36(4), 637-664.
- Fauzi, F., & Locke, S. (2012). Board structure, ownership structure and firm performance: A study of New Zealand listed-firms. *Asian Academy of Management Journal of Accounting and Finance*, 8(2), 43-67.
- Ferrero-Ferrero, I., Fernández-Izquierdo, M.A., & Muñoz-Torres, M.J. (2015). Age diversity: An empirical study in the board of directors. *Cybernetics and Systems*, 46(3-4), 249-270.
- Fields, L.P., Fraser, D.R., & Subrahmanyam, A. (2012). Board quality and the cost of debt capital: The case of bank loans. *Journal of Banking & Finance*, 36(5), 1536-1547.
- Galaskiewicz, J., Bielefeld, W., & Dowell, M. (2006). Networks and organizational growth: A study of community based non-profits. *Administrative Science Quarterly*, 51(3), 337-380.

- Gençtürk, E., & Karakaş, F. (2002). Kâr amaçsız kuruluşlarda hizmet kalitesinin ölçülmesi ve müteri odaklılık: Bir kütüphane uygulaması. *Pazarlama Dünyası*, 16(2), 50-58.
- George, G., Wood, R.D., Rimler, G.W., & Sturm, P.R. (1998). Dimensionality and performance effects of social networking in small businesses. *CiteSeer*.
- Gözüm, M.S. (2012). *Yönetim kurulu başkanının el kitabı*. Hümanist Kitap Yayıncılık.
- Güder, N. (2000). STK'larda üyelik, destekçilik ve gönüllülük etiği atölye sonuçları. Z.A. Kızılyaprak (Der.), *Sivil toplum kuruluşları ve yasalar-etik-deprem* içinde, İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.
- Hager, M., Galaskiewicz, J., & Larson, J.A. (2004). Structural embeddedness and the liability of newness among non-profit organizations. *Public Management Review*, 6(2), 159-188.
- Handy, F. (1995). Reputation as collateral: An economic analysis of the role of trustees of non-profits. *Non-profit and Voluntary Sector Quarterly*, 24(4), 293-305.
- Harlan, S.L., & Saidel, J.R. (1994). Board member's influence on the government-nonprofit organizations. *Non-profit Management and Leadership*, 5(2), 173-196.
- Heath, J. (2009). The uses and abuses of agency theory. *Business Ethics Quarterly*, 19(4), 497-528.
- Heracleous, L., & Murray, J. (2001). Networks, interlocking directors and strategy: Toward a theoretical framework. *Asia Pacific Journal of Management*, 18(2), 137-160.
- Hermalin, B.E., & Weisbach, M.S. (1991). The effect of board composition and direct incentives on firm performance. *Financial Management*, 20(4), 101-112.
- Hess, D. (2007) Social reporting and new governance regulation: The prospects of achieving corporate accountability through transparency. *Business Ethics Quarterly*, 17(3), 453-476.
- Hicks, H.G. (1975). *Örgütlerin yönetimi: Sistemler ve beşeri kaynaklar açısından*. (O. Tekok, B. AYTEK, B. BUBİN, Çev.). Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi.
- Hillman, J.A., & Dalziel, T. (2003). Boards of directors and firm performance: Integrating agency and resource dependence perspectives. *Academy of Management Review*, 28(3), 383-396.
- Hodgkinson, V.A. (1999). Defining the non-profit sector cross-nationally: Differing cultures, roles and histories. *Non-Profit Management & Leadership*, 10(2), 209-214.
- Huse, M., Nielsen, S.T., Hagen, I.M. (2009). Women and employee-elected board members, and their contributions to board control tasks. *Journal of Business Ethics*, 89(4), 581-597.

- Hyndman, N., & Mcdonnell, P. (2009). Governance and charities: An exploration of key themes and the development of a research agenda. *Financial Accountability and Management*, 25(1), 5-31.
- Iecovich, E. (2005). Environmental and organizational features and their impact on structural and functional characteristics of boards in non-profit organizations", *Administration in Social Work*, 29(3), 43-59.
- Jaskyte, K. (2017). Board effectiveness and innovation in non-profit organizations. *Human Service Organizations: Management, Leadership & Governance*, 41(5), 453-463.
- Jaskyte, K., & Holland, T. (2015). Non-profit boards: Challenges and opportunities. *Human Services Organizations: Leadership, Management and Governance*, 39(3), 163-166.
- Jo, H., Harjoto, M. A. (2011). Corporate governance and firm value: The impact of corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 103, 351-383.
- Johnson, J.L., Daily, C.M., & Ellstrand, A.E. (1996). Board of directors: A review and research agenda. *Journal of Management*, 22(3), 409-438.
- Judge, W.Q., & Zeithaml, C.P. (1992). Institutional and strategic choice perspectives on board involvement in the strategic decision process. *The Academy of Management Journal*, 35(4), 766-794.
- Karpuzoğlu, E. (2010). *Kurumsal yönetiminde yönetim kurulu*. İstanbul: Hayat Yayınları.
- Koçel, T. (2015). *İşletme yöneticiliği*. İstanbul: Beta.
- Liederman, D.S. (1999). Preface: Today's non-profit board - a national perspective. E. Finklestein, R. Raymond Schimmer (Der.), *The new board: Changing issues, roles, and relationships* içinde (pp. xvii-xix). New York: The Haworth Press.
- Macedo, I.M., & Pinho, J.C. (2006). The relationship between resource dependence and market orientation the specific case of non-profit organisations. *European Journal of Marketing*, 40(5/6), 533-553.
- Mcclusky, J.E. (2002). Re-Thinking non-profit organization governance: Implications for management and leadership. *International Journal of Public Administration*, 25(4), 539-559.
- Mcmurray, A.J., Islam, Md.M., Sarros, J.C., & Pirola-Merlo, A. (2012). The impact of leadership on workgroup climate and performance in a non-profit organization. *Leadership & Organization Development Journal*, 33(6), 522-549.
- Mcnaughton, R.B., & Cozzarin, B.P. (2014). Inter-organizational linkages and resource dependence. *Cogent Economics & Finance*, 2(1), 1-18.
- Megginson, L.C., Masley, D.C., & Pietri, P.H. (1990). *Management: Concept and application*. NY.: Harper and Raw Pub.
- Mi, C.H., Sul, W., & Min, S.K. (2012). Foreign board membership and firm value in Korea. *Management Decision*, 50(2), 207-233.

- Middleton, M. (1987). Non-profit boards of directors: Beyond the governance function. W.W. Powell (Der.), *The non-profit sector-a research handbook* içinde. CT: Yale University Press.
- Miller-Millesen, J.L. (2003). Understanding the behavior of non-profit boards of directors: A theory-based approach. *Non-profit and Voluntary Sector Quarterly*, 32(4), 521-547.
- Millstein, M.I., & Macavoy, P.W. (1998). The active board of directors and improved performance of the large publicly-traded Corporation. *Columbia Law Review*, 98(5), 1283-1322.
- Mintzberg, H. (1983). *Power in and around organizations*. New Jersey-Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Morrison, L.D. (2016). Literature Review: Measuring and assessing organizational performance for non-profits, contextually sensitive standards and measures for the non-profit organization. *Governance and Performance in Public and Non-Profit Organizations*, 5, 233-256.
- Murray, V., Bradshaw, P., & Wolpin, J. (1992). *The nature and impact of non-profit boards of directors in Canada: A Preliminary Report*. Canada: York University.
- Mwenja, D., & Lewis, A. (2009). Exploring the impact of the board of directors on the performance of not-for-profit organizations. *Business Strategy Series*, 10(6), 359-365.
- Nicholson, G., & Kiel, G. (2007). Can directors impact performance? A casebased test of three theories of corporate governance. *Corporate Governance: An International Review*, 15(4), 585-608.
- Ning, L., Kuo, J-M., Strang, R., & Wang, B. (2014). International investors' reactions to cross-border acquisitions by emerging market multinationals. *International Business Review*, 23(4), 811-823.
- Okan, T., Sari, S., & Nas, T.İ. (2014). Yönetim kurulu yapısı ile finansal performans arasındaki ilişkide uluslararası çeşitlenmenin aracılık etkisi. *İ.Ü. İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 25(77), 39-78.
- Olson, D.E. (2000). Agency theory in the not-for-profit sector: Its role at independent colleges. *Non-profit and Voluntary Sector Quarterly*, 29(2), 280-296.
- Oster, S.M. (1995). *Strategic management for non-profit organizations theory and cases*. Oxford University Press.
- Özgen, H., & Türk, M. (1996). Kâr amacı gütmeyen örgütlerde yönetim. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(4), 177-185.
- Parıltı, N., & Aydınhan, B. (2008). İşletmecilik ile ilgili genel bilgiler. M. Üner (Der.), *Genel işletmecilik* içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Paswan, A.K., & Troy, L.C. (2004). Non-profit organization and membership motivation: An exploration in the museum industry. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 12(2), 1-15.

- Price, J.L. (1963). The impact of governing boards on organizational effectiveness and morale. *Administrative Science Quarterly*, 8(3), 361-378.
- Rosenstein, S., & Wyatt, J.G. (1990). Outside directors, board independence, and shareholder wealth. *Journal of Financial Economics*, 26(2), 175-191
- Rothschild, J., & Milofsky, C. (2006). The centrality of values, passion and ethics in the non-profit sector. *Non-profit Management & Leadership*, 17(2), 137-143.
- Sabuncuoğlu, Z., & Tokol, T. (2011). *İşletme*. İstanbul: Bata.
- Sivil Toplum, <https://www.siviltoplum.gov.tr/dernek-sayilari> (27.11.2022).
- Smith, S.R. (2003). Government and non-profit in the modern age. *Society*, 40(4), 36-45.
- SPK (2005). IMKB şirketleri tarafından 2005 yılında yayınlanan kurumsal yönetim uyum raporlarına ilişkin genel değerlendirme, ss. 1-21, <https://www.spk.gov.tr/Sayfa/Dosya/69>, (14.12.2018).
- SPK (2003). Sermaye piyasası kurulu, kurumsal yönetim ilkeleri, www.spk.gov.tr (18.11.2022).
- Stanton, J.W., Etzel, M.J., & Walker, B.J. (1994). *Fundamentals of marketing*. McGraw-Hill.
- Stiles, P., & Taylor, B. (2001). *Boards at work - How directors view their roles and responsibilities*. Oxford University Press.
- Şimşek, Ş. (2009). *İşletme bilimine giriş*. Konya: Adım Matbaacılık.
- Turkish Civil Code, <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4721.pdf>, (07.12.2022).
- Turkish Commercial Code, <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6102.pdf>, (07.12.2022).
- Tüsiad (2002). *Kurumsal yönetim en iyi uygulama kodu: Yönetim kurulunun yapısı ve işleyişi*. İstanbul: Lebib Yalkın Yayınları ve Basım İşleri.
- Ülgen, H. & Mirze, K. (2013). *İşletmelerde stratejik yönetim*. İstanbul: Beta.
- Valentinov, V. (2011). The meaning of non-profit organization: Insights from classical institutionalism. *Journal of Economic Issues*, 45(4), 901-916.
- Van Den Berghe, L. (2002). *Corporate governance in A globalising world: Convergence or divergence?: A European perspective*. Kluwer Academic Publishers.
- Wang, J., Dewhirst, H.D. (1992). Boards of directors and stakeholder orientation. *Journal of Business Ethics*, 11(2), 115-123.
- Weisbach, M.S. (1988). Outside directors and CEO turnover. *Journal of Financial Economics*, 20, 431-460.
- Weisbrod, B.A. (1988). *The non-profit economy*. Cambridge: Harvard University Press.

- Whiteman, G., & Cooper, W. (2000). Ecological Embeddedness. *Academy of Management Journal*, 43(6), 1265-1282.
- Zahra, S.A., & Pearce, J.A. (1989). Boards of directors and corporate financial performance: A Review And integrative model. *Journal of Management*, 15(2), 291-334.

BÖLÜM 14

BOSNA-HERSEK SAAT KULELERİ VE GORNJ VAKUF SAAT KULESİ

Arş. Gör. Dr. Rahşan TOPTAŞ¹

¹ Pamukkale Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü
rhnoptas@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6654-1251

GİRİŞ

Bosna-Hersek'te yapımına Osmanlı döneminde başlanan yığma saat kuleleri namaz vakitlerinin bildirilmesi amacıyla hizmet eden mimari yapılardır. Buldukları konum açısından bu kuleler genellikle şehirlerin çarşılarına veya kale surlarına yakın yerlerde inşa edilmişlerdir. Çalışmamıza konu olan 21 adet saat kulesi 1463-1878 tarihleri arasında yapılmışlardır. Çoğunluğunun banisi dönemin ileri gelen yönetici veya aileleridir. Bahsi geçen kuleler aşağıda belirtilmektedir (Causevic, 2018, s. 5-8).

1. Banja Luka Saat Kulesi (1587)
2. Donji Vakuf Saat Kulesi (18. yüzyılın başları)
3. Foça Saat Kulesi (1758-1711)
4. Gračanica Saat Kulesi (18. yüzyıl)
6. Jajce Saat Kulesi
7. Livno Saat Kulesi (17. 18. yüzyıl)
8. Maglaj Saat Kulesi (1697)
9. Mostar Saat Kulesi (1636'dan önce),
10. Nevesinje Saat Kulesi (1664'ten önce)
11. Počitelj Saat Kulesi (1664'ten önce)
12. Prozor Saat Kulesi (yaklaşık 1700)
13. Prusac Saat Kulesi (18. yüzyıl)
14. Saraybosna Saat Kulesi
15. Stolac Saat Kulesi
16. Tešanj Saat Kulesi (17. yüzyıl)
- 17-18. Musala (Travnik) ve Gornja čaršija (Travnik) Saat Kuleleri (18. yüzyıl)
19. Trebinje Saat Kulesi
20. Vratnik Saat Kulesi
21. Gornji Vakuf Saat Kulesi (1710-1711)

Bosna Hersek'te bulunan saat kuleleri planları itibarı ile kare nadiren sekizgen planlıdır. Taş malzeme ile inşa edilen bu yapıların kenar uzunlukları 3 m. x 5 m. arasında olup yükseklikleri 10 m. ile 28 m. arasında değişmektedir. Duvar kalınlıkları 0,65 m. ile 1 m. arasındadır. Üslup özellikleri bakımından Romanesk ve Gotik dönem kulelerine benzerlik göstermelerine karşın inşa edildikleri bölgelere göre değişiklikler de bulunmaktadır. Kulelerin giriş kapıları dikdörtgen veya kemerli formda olup kanatları tektir. Pencere

alt katlarda daha çok mazgal tarzda olup saatin yer aldığı son katlarda kare ya da yuvarlak kemerli, dört yöne açılan tarzdadır. Çatılar tahta veya kalay ile kaplıdır. Çatı altlarında yer alan korniş ve dört yöne açılan açıklıklara zamanı gösteren saatler yerleştirilir. Merdivenler ahşap malzemeli olup tüm yapı boyunca uzanırlar.

Banileri açısından çoğunlukla vakıf olmak üzere şehirlerin ileri gelenleri tarafından inşa ettirilmişlerdir. Bu yapılarda görev alan ve saat hesaplamalarında ve bakımlarında usta olan muvakkitler bulunmaktadır. Bunlar gün doğumu ve gün batımını hesap ederek namaz saatlerini belirlemişlerdir. Kulelerde muvakkitlere ait küçük odalar da bulunmaktadır.

Bosna Hersek 1993 yılındaki savaştan etkilenmiştir. Osmanlı dönemine ait mimari yapıların birçoğu zarar görmüştür. Bahsi geçen saat kuleleri de savaştan etkilenmişlerdir. Yıkılan veya zarar gören kuleler son dönemlerde gerçekleştirilen onarımlar ile restore edilmişlerdir.

1. Bosna-Hersek Saat Kuleleri

1.1. Banja Luka Saat Kulesi

1527-1528 yılları arasında Osmanlı yönetimine giren Banja Luka (Banyaluka), Osmanlı döneminde Bosna Vilayeti'ne bağlı bir sancaktır. Bu dönemde Bosna beylerinin ikamet ettikleri eyalet merkezi iken merkezin Saraybosna'ya taşınmasından sonra eski önemini yitirir. Günümüzde Bosna-Hersek'te özerk yönetimli Sırp Cumhuriyeti'nin başkentidir. Şehir 1579 yılında Bosna Beylerbeyi Ferhat Paşa'nın yaptırdığı külliye ile gelişimini sürdürmüştür (Emecen, 05 Aralık 2022).

Banja Luka saat kulesi 1587 yılında Ferhat Paşa külliyesinin bir parçası olarak inşa edilmiştir. Bosna-Hersek sınırları içerisinde inşa edilen en eski tarihli saat kulesidir. 1970 yılı depreminde zarar görmüştür (Causevic, 2018, s. 5).

Kule boyutları itibarı ile 3.20x3.30 m. kare planlıdır. Yüksekliği 20-21 m. arasındadır. Duvar kalınlığı 0,70 m.'dir. Aşağıdan yukarıya doğru daralan gövdesinde katlar silmeler ile ayrılmaktadır. Üst katta her bir yöne açılan yuvarlak kemerli ikişer pencere bulunmaktadır. Bu katın altında yuvarlak formda saat vardır. Örtüsü kırma çatıdır. Saç kaplıdır. Girişi güney duvarının köşesinde (Fotoğraf 1-2).

Malzeme olarak düzgün kireç taşı bloklar kullanılmıştır. Ancak geçirdiği restorasyonlarda farklı türden taşları da yapıda görmek mümkündür.

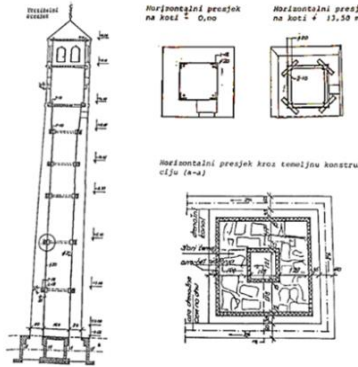


Figure 16: Structural rehabilitation-drawings for Clock Tower in Banja Luka

Fotoğraf 1. Banja Luka Saat Kulesi Plan ve Kesit (Sanin Dzidic)



Fotoğraf 2. Banja Luka Saat Kulesi

1.2. Donji Vakuf (Aşağı Vakıf) Saat Kulesi

Şehir Merkezinde bir tepe üzerinde bulunmaktadır. 18. Yüzyılda inşa edilmiştir. 1720 yapımı çanı Saraybosna Müzesi'nde sergilenmektedir. 1952 yılında tamir edilen kule fonksiyonunu devam ettirmektedir (Kreševljaković 1954).

Kule 3.5x3.5 m. boyutlarında kare planlıdır. Yüksekliği yaklaşık 10 m.'dir. Düzgün kesme taş malzeme ile inşa edilen kulenin köşelerinde atlatmalı taş işçiliği bulunmaktadır. Giriş kapısı dikdörtgen formdadır.

Üç cephesinde yuvarlak formlu saat bulunmaktadır. Çatısı ahşap kırma tarzıdır (Fotoğraf 3-4).



Fotoğraf 3. Donji Vakuf Saat Kulesi 1 **Fotoğraf 4.** Donji Vakuf Saat Kulesi 2

1.3. Foça Saat Kulesi

Foça'da arasta yakınında bulunmaktadır. Mehmed Kukoviç Paşa tarafından hanla beraber inşa edilmiştir (Kreševljaković, 1954). 1844 yılında tamir ettirilmiştir. Çanı müzeye alınan kule 1954 yılında tekrar onarım görmüştür (Kuş-Şimşek-Dıvarcı, 2010).

Kule 3.10x3.30 m.² boyutlarında kare planlıdır. Yüksekliği yaklaşık 20 m.'dir. Yonu taş malzeme ile inşa edilen kulenin bedeninde yer yer mazgal pencereler bulunmaktadır. Üst katta yuvarlak kemerli dört yöne açıklık bulunmaktadır. Açıklıkların içinde yuvarlak formlu saatler vardır. Örtüsü ahşap kırma çatıdır. Üzeri kiremit kaplıdır (Fotoğraf 5-6).



Fotoğraf 5. Foça Saat Kulesi 1

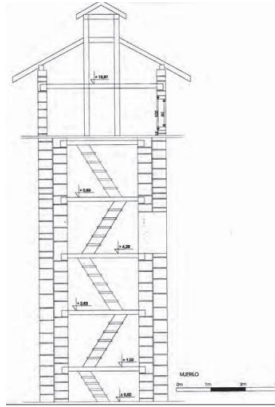
Fotoğraf 6. Foça Saat Kulesi 2

² Bu ölçüler Hakkı Acun tarafından 4.20x4.20 m. olarak verilmiştir. Bkz. <http://acikerisim.fsm.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11352/1027/Acun.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

1.4. Graçanica Saat Kulesi

Graçanica saat kulesi iç kalede bulunmakta ve Hüseyin Kaptan tarafından 1824 yılında yaptırılmıştır (Kuş-Şimşek, 2010). Graçanica’da bir medresede bulunan el yazmasında saat kulesinin yangın geçirdiği belirtilmiştir. 1878 yılında Avusturya-Macaristan yetkilileri kulenin saatlerini yenilemişlerdir. 2. Dünya Savaşı’nda Alman işgalciler saatleri sökmüşlerdir. 1952 yılında kule restore edilmiştir.

Plan açısından 3.60x3.60 m. boyutlarında kare planlıdır. Yüksekliği 27 m.’dir (Acun, 1993). Duvar kalınlığı kimi yerlerde değişiklik gösterse de 0.80 m. boyutundadır. Yapı içten içe 1.95x1.95 m. boyutlarındadır. Giriş kapısı batı yöndedir (Fotoğraf 7-8).



Fotoğraf 7. Graçanica Saat Kulesi Kesit (Kreševljaković)



Fotoğraf 8. Graçanica Saat Kulesi

1.5. Jajce (Yayçe) Saat Kulesi

Jajce saat kulesi IV veya V. yüzyılda inşa edilen bir şapele ait bir kuledir. Osmanlı döneminde 17. yüzyılda değişiklikler yapılarak saat kulesi haline dönüştürülmüştür (Kuş-Şimşek, 2010). Mevcut şapelin de 1528 yılında camiye dönüştürüldüğü belirtilmektedir. Şerif bey saat kulesinin muvakkitlerinin sonuncusudur. 1878 yılında Avusturya-Macaristan yönetimi tarafından saat ve çan kaldırılmıştır. Günümüzde işlevini yitirmiştir (Kreševljaković, 1954), (Fotoğraf 9).



Fotoğraf 9. Jajce Saat Kulesi

1.6. Livno Saat Kulesi

Livno saat kulesi, Livno şehrinde Ahmet Dukatar külliyesinin bir parçası olarak inşa edilmiştir. Tarih olarak kesin bir bilgi olmamasına karşın 1659 yılından sonra inşa edilmiş olmalıdır. Üzerinde bulunan çan ve saat I. Dünya Savaşı sonrasında Avusturya-Macaristan yönetimi tarafından sökülüştür. 1993 savaşı sonrasında Müslüman halk tarafından onarılmış olan külliye camisi ve saat kulesi işlevini sürdürmektedir (Kreševljaković, 1954) (Fotoğraf 10).

Plan özellikleri bakımından kule 4,40x4,40 m. ölçülerinde kare planlıdır. Yüksekliği yaklaşık 15 m.'dir (Kreševljaković, 1954). Kulenin giriş kapısı güney yönde bulunmaktadır. Kapı açıklığı Yuvarlak kemerlidir. Kulenin üst katında her bir cephede ikişer tane olmak üzere sivri kemerli dikdörtgen pencereler bulunmaktadır. Ayrıca beden duvarlarında aydınlatma amaçlı mazgal pencereler vardır. Malzeme olarak kesme taş malzeme kullanılmıştır.



Fotoğraf 10. Livno Saat Kulesi

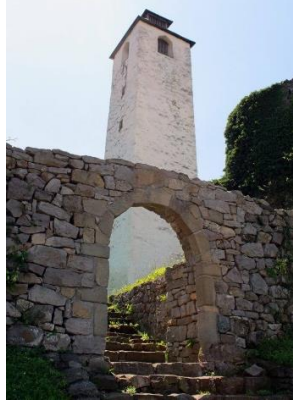
1.7. Maglaj Saat Kulesi

Maglaj kentinde bulunan kule güney-batı (Arapça) duvarında ve güney-doğu (roma) duvarında bulunan kitabelerine göre 1697 yılın yüzyılda inşa edilmiştir. Üzeirbegovic ve ailesi tarafından korunan yapı bu aile tarafından restore edilmiştir. (Kreševljaković, 1954).

Konumu itibarı ile dik bir yamaç üzerinde bulunmaktadır. Dolayısı ile yapının cepheleri arasında kot farkı vardır. Dolayısı ile uzun cephe 17 kısa cephe 15 m. yüksekliğindedir. 3,07x3 m. boyutlarında kare planlıdır. Cephelerde mazgal pencereler vardır. Üst katta her bir cephede birer tane olmak üzere toplamda dört tane sivri kemerli pencere bulunmaktadır. Örtüsü günümüzde sacdır. Çatının en üst noktasında tepe feneri bulunmaktadır (Fotoğraf 11-12).



Fotoğraf 11. Maglaj Saat Kulesi 1



Fotoğraf 12. Mağlaj Saat Kulesi 2

1.8. Mostar Saat Kulesi

Mostar şehir merkezinde bulunan kulenin tam olarak inşa tarihi bilinmemektedir. Fatma Saric Vakfiyesi bu konuda bir takım bilgiler içermektedir. Vakfiye 1636 tarihlidir. Vakfiyede saat kulesine günlük bakımlar için her gün üç akçe verildiğini belirtmektedir. 1838 yılında kule için Vezir Ali Paşa tarafından alaturka saat siparişi verir. 1943, 1968 ve 1999 yıllarında restore edilmiştir (Hadžalić, 2020).

Plan özellikleri bakımından 3.45x3,45 m. boyutlarında kare planlıdır. Yüksekliği 16 metre olan kulenin duvar kalınlığı 0,75 m.'dir. İçerde dört kat boyunca uzanan ahşap merdivenler bulunmaktadır. Kulenin iki girişinden ilki güney yönde Bajotova Caddesine bakmaktadır. Yerden yarım metre yüksekliktedir. Tek kanatlı ahşap bir kapısı vardır. Dikdörtgen formudur. İkinci kapı batı yöndedir. Kesme taş malzeme ile yapılan kulenin 15. Metresinde dışa taşıntılı bir korniş bulunmaktadır. Kornişin üstünde her bir yöne birer sivri kemerle açılan baldaken tarzda bir kat oluşturulmuştur. Bu kata çan ya da saat yerleştirilmiştir. Örtü dört bölmeli pramidal şekildedir (Fotoğraf 13). Kulenin güney duvarında her bir katta bir tane mazgal pencere bulunmaktadır.



Fotoğraf 13. Mostar Saat Kulesi

1.9. Nevesinje Saat Kulesi

Nevesinje Saat Kulesi, Nevesinje'nin merkezinde, Veliüddin Camii'nin yanında yer alır. Kule Evliya Çelebinin 1664 yılında bölgeye yaptığı seyahatte vardır ve seyahatnamede bahsedilmektedir. Bu nedenle 1664 yılından önce inşa edildiği düşünülmektedir. Kulede yer alan saat 1891, 1980 ve 2021 yıllarında onarım ve değişimler geçirmiştir(Wikipedia, 20 Kasım 2022).

Kulenin yüksekliği 15 m.'dir. 3,45x3,45 m. boyutlarında kare planlıdır. Düzgün kesme taş malzemeli olan kulenin son katı dışarıya taşıntı yapan bir kat silmesi ile ayrılmaktadır. Bu katta her bir cepheye açılan birer yuvarlak kemerli pencere bulunmaktadır. Silmenin hemen altında duvarlara ortalanmış yuvarlak formlu saatler bulunmaktadır. Çatıya kirpi saçağı andıran aralıklı konsollarla geçilmektedir. Çatı ahşap dört bölmeli kırma tarzıdır (Fotoğraf 14-15).



Fotoğraf 14. Nevesinje Saat Kulesi 1



Fotoğraf 15. Nevesinje Saat Kulesi 2

1.10. Počitelj Saat Kulesi

Počitelj saat kulesi Vezir Fazıl İbrahim Paşa tarafından yaptırılan külliye'nin bir parçası olarak 1664 yıllarında inşa edilmiştir. Saati 1917 yılına kadar çalışır durumdadır (Kreševljaković, 1957).

Mimari özellikleri bakımından kule 3,22x3,26 m. boyutlarında kare planlıdır. Yüksekliği 16 m.'dir. Kesme taş malzeme ile inşa edilen kulenin üst katı yuvarlak dört kemerle dışarıya açılan baldaken tarzıdadır. Örtüsü dört bölümlü piramidal formdadır (Fotoğraf 16).



Fotoğraf 16. Počitelj Saat Kulesi

1.11. Prozor Saat Kulesi

Prozor kasabasında çarşı caminin yakınında bulunmaktadır. Nuh Efendi vakfiyesinden yola çıkılarak 1700'lü yıllarda inşa edildiği belirtilmektedir. II.

Dünya Savaşı sırasında zarar görmüştür. Günümüzde kullanılmamaktadır (Prpa, 2020).

Mimari özellikleri bakımından 4x4 m. kare planlı olan kule yaklaşık 20 m. yüksekliğindedir. Yonu taş malzeme ile inşa edilen kulenin üst katında dört yöne açılan birer kare pencere bulunmaktadır. Örtü piramidal sacdır (Fotoğraf 17)



Fotoğraf 17. Prozor Saat Kulesi

1.12. Prusac (Akhisar) Saat Kulesi

Kule Prusac'ın girişinde tepe üzerinde bulunmaktadır. 1633 (H.1043) yılında inşa edilmiştir. Günümüzde işlevini yitirmiş durumdadır. Evliya Çelebi 1659 yılında seyahatinde kuleden bahsetmemiştir (Kreševljaković, 1954).

Kule 3,9x3,9 m. boyutlarında kare planlıdır. Yüksekliği yaklaşık 10 m'dir. Belki de bu kule Prusyalı bir dizdar tarafından yaptırılmıştır. Örtüsü dört bölmeli kırma çatıdır. Örtünün üstü aydınlatma feneri şeklinde düzenlenmiştir. Bu kısmın örtüsü de kırma çatıdır. Çatı sacdır (Fotoğraf 18).

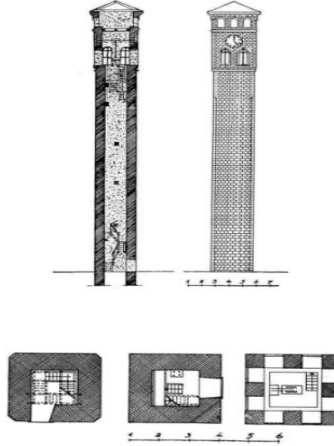


Fotoğraf 18. Prusac Saat Kulesi

1. 13. Saraybosna Saat Kulesi

Saraybosna Hüsrev Bey Cami'nin yanında bulunmaktadır. Hüsrev Bey vakfiyesine göre 1659 yılında inşa edilmiştir. Evliya Çelebi seyahatnamesinde kuleden bahsetmektedir. Kule 1697 ve 1831 yıllarında hasar görmüştür. 1832, 1931 V3 1955 yıllarında tamir edilmiştir (Kreševljaković, 1954).

Kule 3,32x3,32 m. boyutlarında kare planlıdır. Yüksekliği 30 m.'dir. İç merdivenler ahşap malzemelidir. Toplamda dört katlıdır. Giriş kapısı güney duvarda bulunmaktadır. Beden duvarlarında mazgal pencereler vardır. Yükseklikleri 25 cm. olan kalker ve düzgün kesme taş malzemeli olan duvarlar, 0,79-0,85 m. kalınlığındadır. Duvarlarda her 2,5 metrede bir dışa taşıntı yapmayan silmeler bulunmaktadır. Kulenin son katında 0,25 m. boyutunda profilli kornişin üstünde her cephede ikişer tane olmak üzere toplamda sekiz adet, yuvarlak kemerli pencere aydınlatmayı sağlamaktadır. Pencere aralarında yuvarlak formlu saatlere yer verilmiştir. Bu kat üst katla dışa taşıntılı kat silmesi ile ayrılmaktadır. Üst katta her bir cephede üçer tane olmak üzere toplamda 12 sivri kemerli pencereye yer verilmektedir. Kemerler duvar yüzeyinden dışa taşkın kemer çerçeveleri ile vurgulanmaktadır. Profilli çatı kornişinin ardından dört kırmalı çatı kısmı gelmektedir. Çatı bakır sac ile kaplıdır (Fotoğraf 19-20).



Fotoğraf 19. Saraybosna Saat Kulesi Plan ve Kesit



Fotoğraf 20. Saraybosna Saat Kulesi

1.14. Stolac Saat Kulesi

Stolac şehir merkezinde Çarşı Cami'nin 50 m. doğusunda bulunuyordu. Cami 1992-1995 Bosna Savaşı'nda yıkılmıştır (Kreševljaković, 1954). 1838 yılında tamir görmüştür.

Kule 3,9x3,9 m. boyutlarında kare planlıdır. Yaklaşık 10 m. yükseklikindedir. Kesme taş malzeme ile inşa edilen kulenin giriş kapısı batı yönde dikdörtgen bir açıklık şeklindedir. Üst kata geçiş dışa taşkın bir korniş ile sağlanmaktadır. Baldaken tarzda olan bu katta dört yöne yuvarlak kemerli açıklıklar ile açılmaktadır. Örtüsü pramidal külahdır (Fotoğraf 21).



Fotoğraf 21. Stolac Saat Kulesi

1.15. Tešanj Saat Kulesi

Tesanj kasabası kalesinin yerleştiği tepenin yamacında bulunan kule H. 1115'te (1703/4) inşa edilmiştir (Kreševljaković, 1954).

Mimari olarak 3,2x3,2 m. boyutlarında kare planlıdır. Yüksekliği yaklaşık 18 m.'dir. Kesme taş malzeme ile inşa edilen kulenin giriş kapısı batı yönde dikdörtgen bir açıklık şeklindedir. Üst kat dört yönde, dikdörtgen formlu açıklıklar ile dışarıya açılmaktadır. Üst örtü kırma çatıdır. Sac kaplıdır (Fotoğraf 22).



Fotoğraf 22. Tešanj Saat Kulesi

1.16.17. Musala (Travnik) ve Travnik Saat Kuleleri

Travnik Şehrinde iki tane saat kulesi bulunmaktadır. Kulelerden ilki eski şehir olarak adlandırılan Musalla'da diğeri Gornja çarşısındadır. Musalla saat kulesi 1700'lü yılların başında Travnik 1758'de inşa edilmiştir. Kullerin kim tarafından inşa edildikleri tam olarak bilinmemektedir (Kreševljaković, 1954).

Musalla Saat Kulesi Süleyman Paşa Cami'nin yukarısında bulunmaktadır. İki onarım kitabesi bulunmaktadır. Kitabelerden biri H. 1266 (1811) ikincisi H.1235 (1819) tarihlidir (Kreševljaković, 1954). Mimari olarak 4,10x4,10 m. boyutlarında kare planlıdır. Yüksekliği 15,30 m.'dir. Kule kesme taş malzeme ile inşa edilmiştir. Kulenin son iki katı dışarıya taşıntı yapan ve alttan konsollara oturtulmuş kornişlerle birbirinden ayrılmıştır. Üst kat her bir cephede üçer tane olmak üzere toplamda 12 adet, yuvarlak kemerli pencere ile aydınlatılmaktadır. Ayrıca beden duvarlarında yer verilen mazgal pencereler kulenin aydınlatılmasını sağlamaktadır. Örtüye geçiş profilli bir silme ile sağlanmaktadır. Örtü gizli çatı formundadır (Fotoğraf 23).



Fotoğraf 23. Travnik Musalla Saat Kulesi

Travnik Saat Kulesi Ali Bey Caminin güney yanında bulunmaktadır. Altı satırlık tamir kitabesinde Süleyman Paşa Bin İbrahim paşa tarafından H. 1233 (1817-1818) tarihinde onarıldığı belirtilmektedir (Kreševljaković, 1954). Mimari bakımdan 4,20X4.20 m. boyutlarında kare planlıdır. Yukarıya doğru 3,60x3,60 m. boyutlarında daralan kare formudur. Dışarıya taşıntı yapan iki kat silmesi ile üç kata bölünmüştür. Üst katta her bir cephede birer tane olmak üzere dikdörtgen pencereler bulunmaktadır. Örtüsü eğimli çatı olup tepe noktasında ahşap baldaken tarzda çanın asıldığı düzenek bulunmaktadır (Fotoğraf 24).



Fotoğraf 24. Travnik Saat Kulesi

1. 18. Trebinje Saat Kulesi

Trebinje şehrinde bulunan 18. yüzyılın başında Osman Paşa tarafından inşa ettirilmiştir (Kuş-Şimşek, 2010). Mimari olarak 3,70x3,70 m. boyutlarında kare planlıdır. Yüksekliği 18 m.'dir. Kesme taş malzeme ile inşa edilen kulenin son katı her bir cephede dışa taşkın profilli çerçeveleri olan, yuvarlak kemerli pencere ile aydınlatma sağlanmıştır. Çatıya üç profilli, dışa taşkın silme ve dendanlı tepelik ile geçilir. Gömme çatı kırma olup kiremit kaplıdır (Fotoğraf 25-26).



Fotoğraf 25. Trebinje Saat Kulesi 1



Fotoğraf 26. Trebinje Saat Kulesi 2

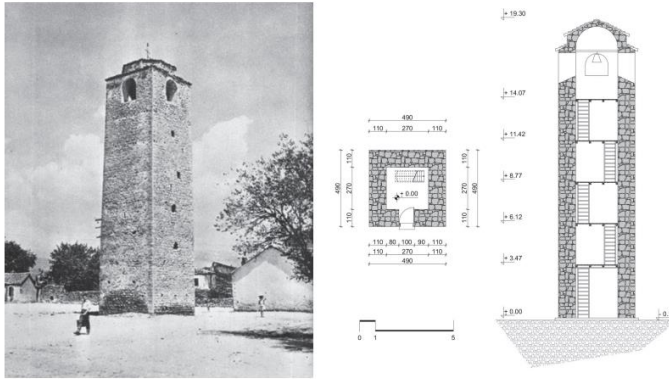
1. 19. Vratnik Saat Kulesi

Ahşap malzeme ile inşa edildiği dışında bir bilgiye ulaşılamamıştır.

1. 20. Podgoriçe Saat Kulesi

Podgoriçe Saat Kulesi Hacı Mehmed Paşa tarafından 18. yüzyılın ikinci yarısında yapılmıştır. Konum olarak şehir surlarının dışında çarşıya yakın konumdadır (Alihodžić, 2019).

Mimari olarak 4,90x4,90 m. boyutlarında kare planlıdır. Yüksekliği 19,30 m.'dir. İçten içe 2,70x2,70 m.'dir. Giriş kapısı güney-doğu yöndedir. Dikdörtgen formlu kapı 1x2 m. boyutundadır. Kapı ahşaptır ve dışa taşkın taş çerçevesindedir. İç ahşap merdivenler 14 m. kotuna kadar uzanır. Beş mazgal pencere ile aydınlatılan beş sahanlıklıdır. Örtü dıştan sekizgen tonoz içten kubbedir. Üst kat yuvarlak ve her bir cephede birer tane olan açıklıklar ile aydınlatılmaktadır. 2017 yılında TİKA'nın desteği ile onarım ve çevre düzenlemesi yapılmıştır (Fotoğraf 27).



Fotoğraf 27. Podgoriçe Saat Kulesi (R. Alihodžić)

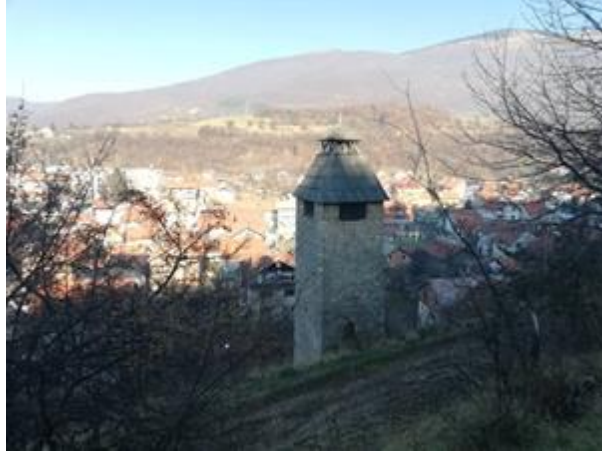
2. Gornji Vakuf Saat Kulesi

Bulunduğu Yer Tariçe:

Gornji Vakuf-Uskoplje, Gornji Vakuf Belediyesi - Uskoplje, Bosna-Hersek Federasyonu, Bosna-Hersek adresinde bulunmaktadır. Gornji Vakuf coğrafi olarak yukarı Vrbasa Vadisi'nde yer almaktadır (Mujezinović, 1998). Saat kulesi vadi üzerine kurulu olan şehrin güney tarafında bulunan Stramica Tepesi'nin eteğindedir (Fotoğraf 28). Şehir 1592-1593 yıllarında Zaim Mehmed Bey tarafından bir Osmanlı şehri şeklinde düzenlenmiştir. Mehmed Bey burada bir de cami yaptırdı (Kreševljaković, 1954).



Fotoğraf 28. Gornji Vakuf Saat Kulesi Uydudan Görünüm



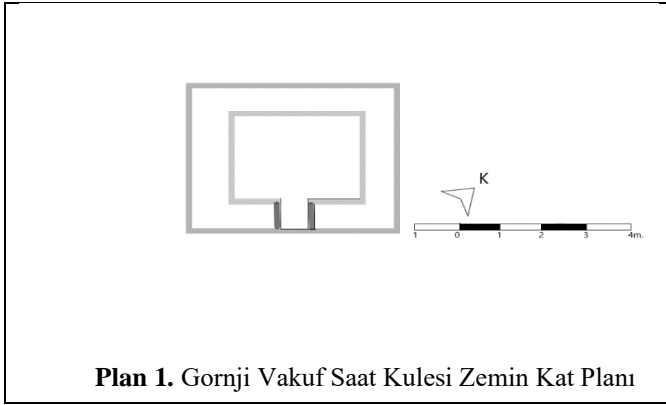
Fotoğraf 29. Gornji Vakuf Saat Kulesi

Gornji Vakuf saat kulesinin inşa tarihi ile ilgili 3 görüş bulunmakla birlikte bu görüşlerin hepsi yerel ailelerden biri olan Hacıabdi (Hadžiabdić) ailesini işaret etmektedir. Zira kule 1926-1944 yılına kadar Ahmed Hadžiabdić, 1945-1957 yılları arasında Hasan ve Salih Hadžiabdić sonrasında Şefik, Halid ve Sead Hadžiabdić saat kulesinin korunması ve onarım işlerini üstlenmişlerdir. Çeşitli kaynaklarda geçen bilgilerin ışığında saat kulesinin 1710-1711’li yıllarda inşa edilmiş olabileceğini göstermektedir. Saat kulesinden Ivan Franjo Jukić de seyahatnamesinde bahseder ve saat mekanizmasının Dubrovniklilerden temin edildiğini belirtir (Jukić, 1953; Haračić, 2004; Dedić, 2006).

Plan Özellikleri:

Gornji Vakuf’taki saat kulesi, 3.55x3.55 m. ölçülerinde, tabanı kare kaideli, tek odalı bir yapıdır. Binanın yüksekliği yaklaşık 9 m’dir. Saat kulesi

eğimli bir yerde bulunduğundan kot farkı oluşmuştur. Kulenin kuzeydoğu tarafı daha yüksektir. Saat kulesi, tuğla kısmın tepesine doğru giderek daralan bir kule şeklindedir. Yapının girişi güneybatıda olup, 0.63x1.17 m. ölçülerindedir. Kapı demir olup, kemerle sonlanmaktadır. Kapı orijinal değildir. Orijinal kapının görünümü ve materyalizasyonu hakkında bilgi yoktur, ancak büyük olasılıkla ahşaptır. Kapı, zemin seviyesinden 15 cm. yükseltilmiş taş bir eşığe sahiptir. Kapı eşığı sıvalıdır.



Duvar kalınlığı, zemin katta yaklaşık 0,85 m.'dir ve binanın tuğla kısmının tepesine doğru giderek azalır, böylece son katta duvarların kalınlığı yaklaşık 0,65 m'dir. Saat mekanizmasının ve iki çanın bulunduğu üst kata, Saat Kulesi'nin duvarları boyunca uzanan dik ahşap bir merdivenle ulaşılır. 2000 yılında yeni bir merdiven inşa edilmiştir. Merdivenin üç ayağı vardır, yaklaşık 0,63 m. genişliğinde ve basamak yüksekliği yaklaşık 0,23 m'dir Sahanlık 2,00 m. uzunluğunda ve yaklaşık 0,52 m. genişliğindedir.



Fotoğraf 30. Gornji Vakuf Saat Kulesi Giriş Kapısı

Işık binanın içine mazgal pencere açıklıklarından girmektedir. Kulenin güneybatı cephesinde bir adet dikdörtgen pencere açıklığı bulunmaktadır. Pencere boyutları yaklaşık 1.56x1.00 m, korkuluk yüksekliği yaklaşık 1.00 m'dir. Aynı cephede mazgal gibi görünen pencere açıklıkları bulunmaktadır. Bu açıklığın boyutları cephede 0.10x0.32 m. içte 0.35x0.40 m'dir. Güneydoğu cephesinde 1.59 x 1.00 m. (çatı altında) ölçülerinde pencere açıklıkları ve 0.06 x 0.23 m. ölçülerinde bir açıklık daha yer alırken, toplamda dört açıklık bulunmaktadır. Kuzeydoğu cephesinde alt alta 1.50x1.00 m. boyutlarında saat mekanizması bulunmaktadır. Kuzeybatı cephede 1.50x1.00 m. ölçülerinde dikdörtgen bir açıklık ve alt alta iki açıklık (silah delikleri) vardır. 2000 yılında toplam üç pencere olmak üzere tüm pencere açıklıkları sineklik ile kapatılmıştır.

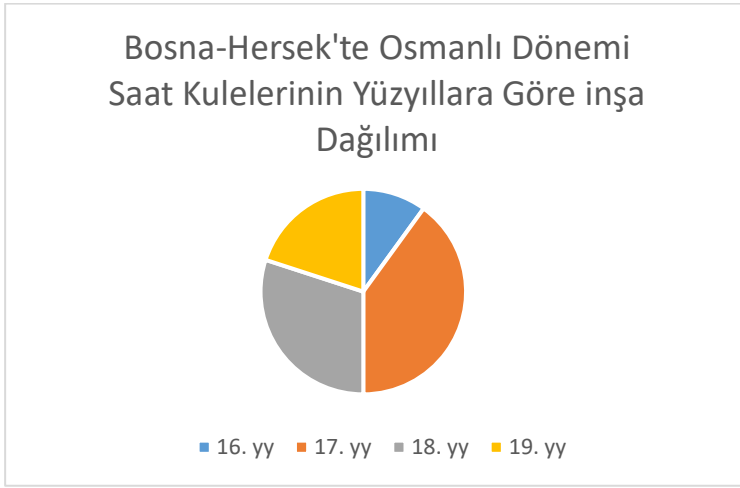
2000 yılında dijital baz istasyonu ve doğru zamanlı uydu sinyali içeren yeni bir saat mekanizması kurulmuştur. Saatin üzerinde iki zil bulunmaktadır. Zilin biri orijinal, diğeri yenidir. Saat Kulesi'nin çatısı kırma ve kiremit kaplıdır. Çatı 1992-1995 yıkılmış durumdayken 2000 yılında tekrardan inşa edilmiştir.

Malzeme ve Teknik Özellikler:

Saat kulesi, 20. yüzyılın 50'li ve 70'li yıllarında yapılan restorasyon ve konservasyon çalışmaları sırasında dışı sıvalı düzensiz kireçtaşı parçalarından inşa edilmiştir. Köşeler, dönüşümlü olarak istiflenmiş benzer boyutlarda düzgün kesilmiş taş bloklarla vurgulanmıştır.

Üslup, Değerlendirme ve Karşılaştırma:

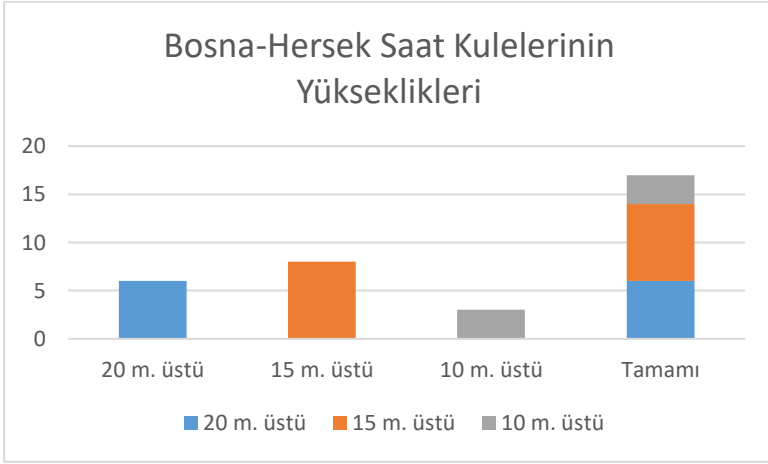
Gornji Vakuf Saat Kulesi 1592-1593 tarihlidir. Saraybosna'da bulunan saat kulleri genel olarak 16. yüzyılın ikinci yarısından başlayarak 19. yüzyılın ilk çeyreğine kadar inşa edilmişlerdir (Grafik 1). Kullerin en erken tarihli Banja Luka Saat Kulesi'dir.



Grafik 1. Bosna-Hersek'te Osmanlı Dönemi Saat Kulelerinin Yüzyıllara Göre İnşa Dağılımı

Gornji Vakuf Saat Kulesi konumu itibarı ile şehre hakim bir tepe üzerinde bulunmaktadır. Bosna-Hersek'te bulunan saat kulleri konumları itibarı ile genelde şehirlerin iki yerine inşa edilmektedirler. Bunlardan ilki şehir merkezlerinde (cami merkezli) çarşı denilen yerlerdedir. Bu yerleşime örnek olarak Banja Luka, Foca, Gracanica, Livno, Mostar, Nevesinje, Poçitelj, Prozor, Saraybosna, Stolac, Musalla, Travnik, Prodgorice saat kuleleri verilebilir. İkinci yerleşim şekli Şehre hakim bir tepe üzerinde inşadır. Bu şekilde yapılan konumlandırılışa Gornji Vakuf, Trebinje, Tesanj, Prusac, Maglaj ve Jajce saat kulleri örnek olarak verilebilir.

Gornji Vakuf Saat Kulesi kare planlı olup aşağıdan yukarıya doğru daralan yapıdadır. Bosna-Hersek saat kuleleri genel olarak kare planlıdır. Boyutları itibarı ile bu kare planlı yapıların kenar uzunlukları 3m. ile 6 m. arasında değişmektedir. Gornji Vakuf Saat Kulesi bu bağlamda küçük boyutlu saat kullerindedir. Saat Kulesinin yüksekliği 10 m. olup 27 m. ile 10 m. arasında yükseklik sıklası gösteren Bosna-Hersek saat kuleleri içerisinde kısa boylu olanlardandır (Grafik 2).



Grafik 2. Bosna-Hersek Saat Kuleleri Yükseklik

Malzeme olarak kesme taş malzeme kullanılan saat kulelerinde harç olarak kireç karışımı kullanılmıştır. Kullerin giriş kapıları çoğunlukla dikdörtgen formludur. İçerde ahşap merdivenler bulunmaktadır. Merdiven sahanlıklarını aydınlatan ve çoğunlukla belirli bir düzende yerleştirilmemiş olan mazgal pencereler beden duvarlarında görülmektedir. Kullerin son katları çoğunlukla baldaken tarzda dışarı açılmaktadır. Kule saatleri genellikle 17. yüzyıldan itibaren mekanik özelliklidir. Çan bu kullerde başlangıçta kullanılan bir enstürmandır. Teknolojik gelişmeler ve restorasyonlarda çanlar kullerden çıkarılmış yerlerine genelde dört yönlü mekanik alafranga saatler takılmıştır.

Kulelerde örtü sistemi araştırmalarımızdan elde edilen bilgilere göre ahşap (halk arasında arnavut tipi denilen) dört bölmeli kırma çatı şeklindedir. Bu tip çatılarda kiremit kaplama bulunmaktadır. Bu durumun istisnası Podgoriçe Saat Kulesi'dir. Kulede örtü sekizgen kubbe kasağının üzerine oturtulmuş çift cidarlı (içte kubbe dışta pramidal külah) tarzdadır. Kuleler çok sayıda onarımdan geçmiş olsalarda genel olarak sade görünümlüdürler. Romanesk mimari üslubunda oldukları söylenebilir.

SONUÇ

Çalışmamızla Bosna-Hersek sınırları dâhilinde Osmanlı döneminde inşa edilen toplamda 21 adet saat kulesi ele alınarak daha önce literatüre konu edilmemiş Gornji Vakuf Saat Kulesi ayrıntılı olarak incelenmiştir. Balkanların önemli merkezlerinden birisi olan Bosna-Hersek 1463-1878 yılları arasında Osmanlı İmparatorluğu'nun idaresi altında kalmıştır. Osmanlı İmparatorluğu

Bosna Eyaleti ve Hersek Sancağı olarak bölümlendirdiği bu topraklarda Müslümanlığın yayılması ve ona hizmet edecek sayısız mimari eser meydana getirmiştir. Bu mimari eser türlerinden birisi olan saat kuleleri genellikle şehir meydanlarına camilerin yakınlarına inşa edilmişlerdir. Bazı saat kuleleri ise zaman bildirme fonksiyonlarının yanında gözetleme kulesi işlevini görmüşler ve kalelerin yakınlarına konumlandırılmışlardır. Banja Luka (1587), Donji Vakuf (18. yüzyıl), Foça (1758-1711), Gračanica (18. yüzyıl), Jajce, Livno (17. 18. yüzyıl), Maglaj (1697), Mostar (1636), Nevesinje (1664'den önce), Počitelj (1664'den önce), Prozor (1700), Prusac (18. yüzyıl), Saraybosna, Stolac, Tešanj, Musala, Travnik, Gornja, Trebinje ve Vratnik saat kulleri plan, cephe ve üslup özellikleri ile ele alınmıştır.

Ayakta olan saat kullerinin çeşitli dönemlerde onarımlar gördükleri belirlenmiştir. Plan açısından hemen hepsinin kare planlı olduğu görülmüştür. Kuleler aşağıdan yukarıya daralan formda çok katlıdır. Kulelerin son katları dışarıya baldaken tarzda açılmaktadır. Bu kısımlar önceleri çanın yerleştiği alanlar olup sonradan mekanik saatlerin yerleştirildiği yerler olmuşlardır.

Müslüman halkın namaz saatlerinden haberdar olması amacıyla inşa edilen kuleler aynı zamanda Avrupa topraklarında Osmanlı İmparatorluğu'nun modern yönetim anlayışının da simgesi olmuşlardır.

Daha çok vakıflar, hayırsever kişiler ve yerel yöneticilerin baniliklerini üstlendiği kulelerin halkın gündelik hayatlarını düzene sokması açısından da fonksiyonel işlevleri olmuştur. Genel olarak yerel özellikler gösteren kuleler, mimari üslupları ile devrin genel mimari anlayışlarını bünyelerinde taşımışlardır.

Kulelerin genellikle 3-5 m. kenar uzunluklu kare planlı oldukları yüksekliklerinin 10 ila 28 m. aralığında oldukları görülmüştür. Üslup olarak Romanesk, Gotik ve İtalyan Venedik etkisinde oldukları tespit edilmiştir. Malzeme olarak genellikle sönmüş kireç taşının kullanıldığı ve duvar kalınlıklarının 0,65-1 m. aralığında olduğu belirlenmiştir. Cephelerde silme, mazgal pencere ve giriş kapılarının sade bir yapılanma ile yerleştirildiğini, çatılarının yerel özellikler sergilediğini söylemek mümkündür. Kule içlerinde genellikle ahşap malzemeli merdivenler bulunmaktadır.

Duvar örgü şekilleri, kemer formları, örtü sistemleri ile Osmanlı Mimarisi'nin erken özellikleri genel olarak bu saat kulelerinde gözlenmektedir.

Hemen bütün yerleşim yerlerinde yapıldıkları anlaşılan kulelerin yaygınlığı yerel halk tarafından kabul gördüklerini ve işlevsel olduklarını göstermektedir.

Bosna-Hersek saat kuleleri günümüzde bakımlı ve işler durumdadır. Bu bağlamda bölge turizmi açısından da maddi kültür varlıkları olarak değerlendirilmektedirler.

Balkanlarda saat kulesi inşası bakımından Bosna-Hersek sayıca en yoğun bölgelerden biridir. Bu konuda gerçekleştirilen çalışmalara ek olarak çalışmamız mimari özellikleri ile Gornji Vakuf saat Kulesi'ni ayrıntılı olarak ele almıştır. Ayrıca konunun daha iyi kavranabilmesi açısından bölgede inşa edilen diğer kulelerde mimari ve tarihsel özellikleri ile verilmiştir. Bölgenin saat kulleri yerel araştırmacılar ve Türk araştırmacılar tarafından inşa tarihleri ve konuları açısından incelenmiştir. Gornji Vakuf Saat Kulesi çalışmamızla mimari ve üslup özellikleri ile ortaya konulmuştur. Saat kulleri ile ilgili yapılacak diğer çalışmaları destekleyici bir çalışma olması beklenmektedir. Bölgenin saat kulleri mimari ve üslup özellikleri bakımından ayrıntılı çalışmalara muhtaçtır.

KAYNAKÇA

- Acun, Hakkı. "Saat Kulesi". *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. Erişim 20 Kasım 2022. <https://islamansiklopedisi.org.tr/saat-kulesi>
- "Saray-Bosna ve Travnik Saat Kuleleri". *Vakıf Haftası Dergisi*, 10 (1993), 295-298. Erişim adresi: <http://acikerisim.fsm.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11352/1027/Acun.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alihodžić, Rifat. "Clock Towers From The Ottoman Period In The Territory Of Today's Montenegro Clock-Towers From The Ottoman Period In The Territory". *METU Journal of the Faculty of Architecture* 36/2 (2019), 1-28. [Doi.org/10.4305](https://doi.org/10.4305)
- Čaušević, Amir; Hodžić, İda. "Overview and Recommendation of Structural Intervention on High Masonry Heritage Buildings /Clock Towers: Sarajevo, Gradačac And Banja Luka", *The 4th International Conference* (15-30 October 2018). s. 239, ss. 234-247.
- Emecen, Feridun. "Banaluka". *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. Erişim adresi: <https://islamansiklopedisi.org.tr/banaluka>
- Dedić, Ismet. (2006). *Sanjajući Zavičaj, Gornji Vakuf–Ljudi, Godine, Život, Tradicija*. Bugojno: Bastina Zavicaja.
- Hadžalić, Lamija. *Osmanska Arhitektura Jugozapadne Hercegovine Dalmatinskog Zaleđa i Dalmacije*. Univerzitet U Sarajevu, Završni Magistarski Rad (Yüksek Lisans Tezi). 2020. Erişim 20.09.2022. https://ff.unsa.ba/files/zavDipl/20_21/hum/Lamija-Hadzalic.pdf.
- Hamdija, Kreševljaković. "Sahat-Kule u Bosni i Hercegovini". Erişim adresi: <https://www.fmks.gov.ba/download/zzs/1954/6-1954.pdf>
- Haračić, A.Hajrudin, (2004). *Gornji Vakuf u Prošlosti, Monografski Prikaz Života i Rada Bošnjaka od Drugog Svjetskog Rata*, Sarajevo: Džematski Medžlis Gornji Vakuf.
- Kuş, Ahmet-Şimşek, Feyzi-Dıvarcı, İbrahim. (2010) *Rumelinde Osmanlı Mirası Bosna Hersek Kosova*. İstanbul: Nildem Global Sigorta ve Reasürans Brokerliği Kültür Yayınları.
- Kreševljaković, Hamdija. "Sahat-Kule u Bosni i Hercegovini". Erişim adresi: <http://www.fmks.gov.ba/download/zzs/1957/2-1957.pdf>
- Mujezinović, Mehmed.(1998). *Islamska Epigrafika Bosne i Hercegovine*, Sarajevo: Sarajevo Publishing.
- Prpa, Frane. *Osmanska i Barokna Arhitektura Grada Drniša, Sveučilište u, Splitu Split 2020, Filozofski Fakultet*, 2020. Erişim adresi: <https://repositorij.ffst.unist.hr/en/islandora/object/ffst%3A2471/datastream/PDF/view>
- Wikipedia, "Nevesinjska sahat-kula". Erişim adresi: https://bs.wikipedia.org/wiki/Nevesinjska_sahat-kula
- Fotoğraf Kaynakçası:
- Fotoğraf 2. Erişim adresi: https://bs.wikipedia.org/wiki/Banjalu%C4%8Dka_sahat-kula, Erişim: 12 Eylül 2022.
- Fotoğraf 3-4. Erişim adresi: <https://www.klix.ba/vijesti/bih/sahat-kula-u-donjem-vakufu-svjedok-teskih-i-ljeph-vremena/140407034>
- Fotoğraf 5-6. Erişim adresi: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sahat_kula_ostaci_Foca.jpg

- Fotoğraf 8. Erişim adresi: https://hr.wikipedia.org/wiki/Datoteka:Sahat-kula_Gra%C4%8Danica.jpeg
- Fotoğraf 9. Erişim adresi: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sahat-kula_Jajce.jpg
- Fotoğraf 10. Erişim adresi: https://tr.m.wikipedia.org/wiki/Dosya:D%C5%BEamija_i_sahat-kula_Livno00529.JPG
- Fotoğraf 11-12. Erişim adresi: <https://mapio.net/pic/p-41109981/>
- Fotoğraf 13. Erişim adresi: https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Sahat_kula_in_Mostar
- Fotoğraf 14-15. Erişim adresi: <http://www.putovanjazasvakoga.com/2021/05/vodic-kroz-nevesinje-bosna-i.html>
- Fotoğraf 16. Erişim adresi: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Pociteljska_Sahat_Kula.JPG
- Fotoğraf 17. Erişim adresi: https://www.wikiwand.com/bs/Prozorska_sahat-kula
- Fotoğraf 18. Erişim adresi: <http://boli-bosnia.blogspot.com/2015/07/to-prusac-nod-springs-of-pila-river.html>
- Fotoğraf 20. Erişim adresi: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sahat_kula_in_Sarajevo.jpg
- Fotoğraf 21. Erişim adresi: <https://www.tourguidestolac.com/tr/sahat-kula/>
- Fotoğraf 22. Erişim adresi: https://bs.wikipedia.org/wiki/Te%C5%A1anjska_sahat-kula
- Fotoğraf 23. Erişim adresi: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sahat_Kule_01.JPG
- Fotoğraf 24. Erişim adresi: https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Sahat_kula_in_Travnik_%28Gornja_%C4%8Car%C5%A1ija%29, Erişim: 23 Eylül 2022.
- Fotoğraf 25-26. Erişim adresi: <https://gotrebinje.com/sr/destinations/stari-grad/>

BÖLÜM 15

VEJETARYEN TÜRK MUTFAĞI

Dr. Öğr. Üyesi Zühal Özdemir YAMAN¹

¹ Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü, zhlozdemir@gmail.com, ORCID ID:

1. Giriş

İnsanlık tarihinin başlangıcından itibaren bitkisel besin tüketimi avcı-toplayıcı toplumlarda doğanın elverdiği ölçüde gerçekleşirken, Neolitik çağ ile birlikte yerleşik hayata geçilmiş ve tarıma alınan bitki türleri evcilleştirilerek daha güvenli ve tüketime daha elverişli hale gelmiştir. Geçmişten günümüze tarihsel süreç içinde hayvansal gıdaların yanı sıra, bitkiler, otlar ve sebzeler insan beslenmesinde önemli rol oynamıştır. Özellikle tahıl grubuna giren bitkiler çoğu kültürde kutsal olarak nitelendirilmiş ve beslenme sisteminde etlerle birlikte başat rol oynamıştır. Şüphesiz ilk insanların sınırlı besin kaynakları içinde hayvansal gıdaları tamamen ya da kısmen reddetmesi mümkün olmamıştır. İnanç sistemlerinin oluşması, ete erişimin zorlaşması, beslenme yasakları, tabiat ve iklim şartları gibi faktörlerin etkisiyle vejetaryen beslenme biçimi tüm dünyada benimsenmeye ve yayılmaya başlamıştır.

2022 verilerine göre küresel nüfusun yaklaşık %22'si vejetaryendir ve dünya çapında tahminen 1,5 milyar vejetaryen bulunmaktadır. Bulgular bu insanların büyük çoğunluğunun ete erişimlerinin olmaması ya da sağlıkla ilgili nedenlerinin etkisi ile zorunluluktan vejetaryen olduğunu göstermektedir. Buna karşılık, vejetaryen bir diyeti kendi seçimiyle izlemeyi tercih eden vejetaryenler, 75 milyona veya dünya nüfusunun yaklaşık %1'ine tekabül etmektedir. Global vejetaryen istatistikleri, vejetaryenliğin gelişmekte olan birçok bölgede, özellikle genç, orta ve yüksek gelirli nüfus arasında popüler hale geldiğini göstermektedir. Hatta Nijerya vejetaryen nüfusun artmasında başı çeken ülke konumundadır. Yine Pakistan ve Endonezya' da (sırasıyla 1,19 milyon ve 270.600) vejetaryenlik artış göstermektedir. Almanya, Brezilya ve İtalya da bir yıl içinde vejetaryen nüfusta en önemli artışın görüldüğü ülkeler arasında yer almaktadır (Jacimovic, 2022).

Vejetaryen beslenme biçimi gıda sanayisini, zincir marketleri, restoran menülerini ve mutfak şeflerini etkilemektedir. Mutfak kültürlerinin vejetaryen kısmını ön plana çıkaran mutfaklar bugün daha bilinir ve tercih edilir hale gelmiştir. Örneğin Lübnan mutfağına özgü falafel köftesi, tabbouleh salatası, babagannuş ve humus gibi mezeler bugün tüm dünyada bilinmekte, ünlü restoranların menülerinde yer almaktadır. Ayrıca vejetaryen mutfaklar sunan destinasyonlar önemli ölçüde gastronomik turist de çekmekte, bölgenin turizm gelirlerine katkı sağlamaktadır.

Türk Mutfağı vejetaryen beslenme düzenine uygun birçok seçeneği içinde barındıran yiyecek/yemekleri içermektedir. Çünkü Türkiye'nin bulunduğu coğrafi konum, ürün çeşitliliği ve tarihsel süreç içerisinde çevresi ile olan etkileşim Türk Mutfak kültüründeki zenginliği oluşturmuştur (Ceyhun Sezgin & Ayyıldız, 2019). Bu çalışmada; vejetaryen/vegan beslenme hakkında önemli bilgilere değinilmiş ve tarihsel süreç içinde Türk mutfağının sunduğu yemek çeşitliliği vejetaryen mutfak kültürü açısından değerlendirilmiştir. Literatürde Türk mutfağını ele alan pek çok çalışma mevcut olmakla birlikte, özelde vejetaryen Türk mutfağına odaklanan çalışmaların sınırlı olduğu görülmüştür. Bu durumun sebepleri arasında, Orta Asya göçebe kültürünün et ve tahıla dayanan beslenme biçiminin Selçuklu ve Osmanlı imparatorluklarını da etkilemesi, İslam dininin hayvan eti ve hayvansal ürün tüketimini belli kaideler (helal kılınan hayvanlar, helal kesim, kandan arındırma vb.) çerçevesinde gerçekleştirildiği sürece yasaklamaması hatta desteklemesi, Türkiye'de vejetaryen beslenme biçiminin son on yılda yaygınlaşması olarak gösterilebilir. Şüphesiz bu çalışmada Türk mutfağının vejetaryen olduğunu iddia etmek doğru olmamakla birlikte, özellikle XIX. yüzyıldan itibaren Türk mutfağında gelişen et ve hayvansal gıda içermeyen yemek çeşitlerinin vejetaryen beslenme biçimine uygun, lezzetli ve besleyici olduğunu vurgulamak, Türk mutfağının sadece hayvansal gıdalara dayanmadığı konusunda farkındalık yaratmak amaçlanmaktadır. Bu yolla dünya mutfakları arasında Türk mutfağının da sağlıklı ve lezzetli vejetaryen yemekleri ile ön plana çıkacağı düşünülmektedir.

Türk mutfak tarihinde sebzelere ve sebze yemeklerine atfedilen önemin, vejetaryen beslenme biçimine uygun yemek çeşitlerinin ve tarifelerinin incelenmesi amacıyla yürütülen bu çalışmada literatür taraması yapılmıştır. Kullanılan kaynaklar esas olarak Arapça ve Ermenice dillerinde yazılmış ve Türkçeye çevrilmiş yemek kitaplarıdır. Ayrıca çalışmada, Türk mutfak tarihine ilişkin bilgiler sunan saray muhasebe kayıtları, ziyaretçi ve gezgin notları, saray mutfak defterleri ve ziyafet defterlerini konu edinen bilimsel çalışmalar da incelenmiştir. Orta Asya ve Selçuklu mutfak kültürünü yansıtan araştırmaların sınırlılığı, Cumhuriyet döneminden itibaren ise yemek kitaplarının çeşitliliği ve XIX. yüzyılın sonlarında yayınlanan kitaplarda alafranga yemek alışkanlıklarının ve yeni yemek tariflerinin yaygınlaşması nedeni ile çalışmanın ana odak noktasını Osmanlı mutfak kültürü oluşturmuştur. Cumhuriyet

döneminden itibaren yayınlanan yemek kitapları başka bir çalışmanın konusu olabilir ve bu çalışma gelecekte yapılacak olan araştırmalar için bibliyometrik olarak derlenmiş bir literatür sunabilir. Böylece bu çalışmayı tamamlayan bir araştırma ile Cumhuriyet döneminden itibaren vejetaryen beslenme biçimine uygun tarifeler değerlendirilebilir ve geçmiş ile günümüz arasındaki değişim daha açıkça ortaya konulabilir. Çalışmanın bir diğer sınırlılığı da vejetaryen türlerinin çok çeşitli olmasıdır. Katı veganlar tüm hayvan etlerini ve hayvansal ürünleri kesinlikle tüketmeyi reddederken, ovo, lakto, semi, polo vejetaryen gibi diyet çeşitlerinde sınırlı miktarda hayvansal ürün yer almaktadır. Bu durum Türk mutfağını vejetaryen beslenme biçimi açısından değerlendirirken geniş bir çerçeve sunmakta, hemen bütün tariflerin bir vejetaryen çeşidine uygun olduğu görülmektedir. Örneğin zeytinyağlı ıspanak yemeği tek başına vegan diyet çeşidine uygunken; üzerine yoğurt dökülerek servis edilen borani yemeği diyetlerinde et, balık ve yumurta bulunmayan, yalnızca süt ve süt ürünleri ile bitkisel kaynaklı gıdalar yer alan lakto vejetaryenler için uygun hale gelmektedir. Dolayısıyla çalışmayı belli bir çerçevede sınırlandırmak açısından sadece vegan tariflere odaklanılmıştır. Geniş çaplı yapılacak çalışmalarda, Türk mutfağına özgü yemek çeşitleri vejetaryen türlerine göre sınıflandırılabilir. Ayrıca çalışmaya sayfa sınırlılığı nedeniyle şerbet, şurup, hoşaf, komposto gibi içecekler, reçel, pekmez, pestil, şekerleme, salamura, konserve gibi dayanıklı mamuller ve kurutulmuş meyve-sebze gibi kışlık hazırlıklar, hamur içeriği bilinmeyen börek ve tatlılar dahil edilmemiştir. İlgili konuların her biri başlı başına bir çalışma konusudur.

2. Vejetaryenlik tanımı ve çeşitleri

Vejetaryenliğin kökenleri, eski Mısır uygarlıklarının et tüketiminden kaçınmanın ölümden sonra reenkarnasyonu kolaylaştıracağı inancına dayalı olarak vejetaryen diyetleri benimsemeye başladığı MÖ 3200 yılına dayanmaktadır (Beig, 2008). Günümüzde insanlar, sağlık, dini inançlar, hayvan refahı ile ilgili endişeler veya çiftlik hayvanlarında antibiyotik ve hormon kullanımı veya çevresel kaynakların aşırı kullanımından kaçınacak şekilde yemek yeme arzusu dahil olmak üzere birçok nedenden dolayı vejetaryen beslenme biçimini tercih etmektedir. Günümüzde yıl boyunca taze ürünlerin mevcudiyeti, ete kıyasla bitkilerin uygun fiyatlı olması, vejetaryen yemek seçeneklerinin gelişimi ve gastronomi alanında bitki bazlı diyetlere sahip

kültürlerin artan mutfak etkisi nedeniyle vejetaryen olmak daha çekici ve kolay uygulanabilir popüler bir diyet modeli haline gelmiştir (Harvard Medical School, 2020).

Vejetaryen diyetler tahıllara, baklagillere, kuruyemişlere, sebze ve meyvelere dayalıdır, ayrıca süt ürünleri ve yumurtaları da içerebilir (Key vd., 1999). Veganlar ise süt, peynir, diğer süt ürünleri, yumurta, bal, yün, ipek veya deri dâhil olmak üzere tüm hayvansal ürünleri yemekten veya kullanmaktan kaçınan vejetaryenlerdir. Veganizm, mümkün ve uygulanabilir olduğu kadarıyla, hayvanların yiyecek, giyecek veya başka herhangi bir amaçla sömürülmesinin ve onlara yapılan her türlü zulmü dışlamayı amaçlayan bir felsefe ve yaşam tarzıdır. Buna bağlı olarak, hayvanlar, insanlar ve çevre yararına hayvansal ürün içermeyen alternatiflerin geliştirilmesini ve kullanılmasını teşvik eder. Diyet çerçevesinde, tamamen veya kısmen hayvanlardan elde edilen tüm ürünlerden vazgeçme uygulamasını ifade eder. Vejetaryen olmanın nedenleri arasında sağlık, çevre ve etik kaygılar yer alır. Beslenme ve Diyetetik Akademisi, vejetaryen beslenmenin bilinen tüm besin ihtiyaçlarını karşılayabileceğini onaylamıştır. Sağlıklı bir vejetaryen diyetinin anahtarı, diğer tüm diyetlerde olduğu gibi, meyveler, sebzeler, bol yapraklı yeşillikler, tam tahıllı ürünler, kabuklu yemişler, tohumlar ve baklagiller dâhil olmak üzere çok çeşitli yiyecekler yemektir (The Vegetarian Resource Group, t.y.; The Vegan Society, t.y.). Pek çok sınıfa ayrılan vejetaryenlik çeşitleri temel olarak aşağıdaki şekilde sınıflandırılabilir.

2.1. Lakto-vejetaryen diyeti: Yumurta yemeyen ancak süt ürünleri tüketen vejetaryenler lakto-vejetaryen olarak bilinir (India Times, 2019).

2.2. Lakto-ovo vejetaryen diyeti: Lakto-ovo vejetaryen beslenme modeli tahıllar, meyveler ve sebzeler, baklagiller (kuru fasulye, bezelye ve mercimek), tohumlar, kabuklu yemişler, süt ürünleri ve yumurtalara dayanır (Dietitians of Canada t.y.).

2.3. Ovo vejetaryen diyeti: Bir ovo-vejetaryen diyeti, yumurta hariç tüm hayvansal gıdaları yok sayar (Hill, 2019).

2.4. Semi-vejetaryen diyeti (fleksitaryen): Esnek veya yarı vejetaryen bir diyet ara sıra et veya balık dâhil edilen, esasen vejetaryen bir diyettir (Derbyshire, 2017).

2.5. Polo vejetaryen diyeti: Pollotaryan diyet, tavuğa izin verilen ancak kırmızı et ve domuz etine izin verilmeyen bir tür yarı vejetaryenliktir. Bazı pollotaryanlar, diyetlerine yumurta ve süt ürünlerini de dâhil edebilir (McGrane, 2019).

2.6. Pesko-vejetaryen diyeti: Pesko-vejeteryanlar balık, süt, süt ürünleri ve yumurta tüketirler (Olfert & Wattick, 2018).

2.7. Zen-makrobiyotik diyet: Makrobiyotik bir beslenme planı, kalorisinin %50 ila 60'ını kahverengi pirinç, arpa, darı, yulaf, mısır, çavdar, buğday ve karabuğday dâhil olmak üzere tam tahıllardan içerir. Diyetin %25 ila 30'unu taze sebzeler oluştururken, tofu ve tempeh gibi soya fasulyesi ürünleri ile deniz yosunu diyetin %5 ila 10'unu oluşturacaktır (Bijlefeld ve Zoumaris, 2014).

2.8. Ravistler: Genellikle çiğ gıdacılık veya çiğ veganlık olarak adlandırılan çiğ gıda diyeti, çoğunlukla veya tamamen çiğ ve işlenmemiş gıdalardan oluşur. Veganizm gibi, çiğ gıda diyeti de genellikle bitki temellidir ve çoğunlukla meyve, sebze, kabuklu yemişler ve tohumlardan oluşur (Jones, 2017).

2.9. Fruvitarianlar veya frütistler: Meyvecilik, öncelikle meyveleri, kabuklu yemişleri ve tohumları tüketmeyi içeren, ancak herhangi bir hayvansal ürün içermeyen bir diyetdir (Smith, 2013).

2.10. Freegan: Freeganlar aslında vejetaryen olmayıp; ekolojik nedenlerle hayvan temelli ürünleri tüketmekten kaçınmaktadır.

2.11. Yarı zamanlı vejetaryen diyeti: Belirli zamanlarda vegan diyetini takip etmek tamamen mümkündür, buna 'fleksitaryanizm' denir. Haftanın belirli günlerinde, günün belirli saatlerinde veya en uygun zamanlarda yarı zamanlı vegan diyeti uygulanır (Choose Veganism, t.y.).

3. Türk mutfak tarihinde vejetaryen yemekler

Anadolu'da yaşayan insanların Paleolitik dönemden günümüze uzanan tarihsel süreç boyunca yabani bitki, ot, meyve, mantar ve yumruları toplayarak yiyeceklere dönüştürdüğü bilinmektedir. Anadolu'da bu gelenek halen yaygın olarak sürdürülmekte, isim ve tür olarak yöreden yöreye değişiklik gösteren

yüzlerce yabancı bitki türü toplanarak veya satın alınarak yiyeceğe işlenmektedir. Paleolitik çağda çığken acı, sert ve zehirli bitkilerin besin haline gelebilmesi için dövmek, öğütme, suda bırakmak veya fermente etmek gibi uygulamalardan geçmesi gerekmektedir. Ateşin keşfi ile birlikte bitkisel besinlerin tüketimi hem daha güvenli hem daha kolay hazmedilir ve lezzetli hale gelmiştir. Tarımın başladığı, hayvanların evcilleştirildiği, yerleşik hayata geçildiği ve kilden çanak çömlek yapıldığı Neolitik çağ, insan beslenme tarihi açısından bir dönüm noktasıdır. Bu dönemde avcı-toplayıcı yaşamın yerini doğaya hakim, kendi gıdasını kendi yetiştiren üretici bir ekonomi düzeni almıştır. Neolitik çağda tarıma alınan bitkilerin, nesiller boyunca istenen özelliklerine göre seçilerek daha verimli, daha büyük, daha kolay toplanan, daha az dikenli ve acı olmayan çeşitleri geliştirilmiştir. Besleyici ve lezzetli bitkiler bölgeden bölgeye, kıtadan kıtaya götürülerek yayılmıştır (Işın, 2020).

Dünyanın yemekle ilgili ilk yazılı kaynakları, Sümerlerin çiviyazılı tabletleridir. Yazının bulunuşundan iki bin yıl kadar sonra yazılan ilk yemek tarifleri ise Babililere aittir. Mezopotamya’da fakir veya zengin herkesin temel besini ekmektir. Sıradan halkın besinleri arpa lapası veya mayasız arpa ekmeği, soğan, börülce, tuzlanmış balık ve arpa birasıyken; zenginlerin sofralarında ise çeşitli sebzeler, hayvan etleri, meyveler ve mantar çeşitleri bulunurdu. Ekmekleri de çeşitli katkıları ile (meyve, bal, yağ, susam) zenginleştirilmekteydi. Bu dönemde tahıllardan buğday, arpa, darı, pirinç, baklagillerden mercimek, nohut, bakla, börülce, sebzelerden soğan, sarımsak, pırasa, salatalık, tere, marul, havuç, turp, şalgam, pancar, meyvelerden elma, incir, nar, karadut, ayva, armut, erik, hurma ve şam fıstığı bilinmekteydi. İlk Anadolu Uygarlıklarının yemek kültürüne ilişkin mevcut kaynaklar sınırlı olsa da bu dönemde çeşitli çorbaların, bulamaç ve sulu yemeklerin, buğday, arpa, yarma, soğan, bezelye, nohut, bakla, mercimek ve börülce ile yapıldığı bilinmektedir. Kazılardan elde edilen bulgulara göre, özellikle Lidyalıların daha çok sebze ve nispeten daha az etle beslendikleri düşünülmektedir (Işın, 2020). Orta Asya’da tabiat ve iklim şartları hayvancılığa olduğu kadar tarıma elverişli değildir. Tarım ancak tabiat ve iklim şartlarının uygun olduğu alanlarda yapılabilmektedir. Buna karşın tarımın tamamıyla önemsiz olduğunu söylemek de mümkün değildir. Tarım ürünlerinin bir ölçüde destek ürünler olarak görüldüğü söylenebilir. Türklerin yetiştirdiği ürünler arasında buğday, çavdar, darı ve arpa gelmektedir. Türkler baklagillerden bazı cinsleri de

tanımaktadır. Orta Asya Türklerinin beslenmesi temel olarak ete ve tahıla dayansa da sebze ve meyve tüketiminin de yapıldığı bilinmektedir. Uygurların Manihaizm'e geçiş sürecinde Böğü Kağan'ın 763'teki emirnamesi ile Uygurların yalnız sebze ve bitki yiyen kimseler haline dönüşmesi istenmiş, bu sebeple zirai faaliyetler artmış, ancak bu durum bir dereceye kadar toplumun diğer tabakalarına yayılmış, Uygurların önemli bir bölümü hayvansal ürünlerle beslenmeye devam etmiş, Manici seçkinlerin aşırı perhize dayalı yasakları fazla rağbet görmemiştir (Alpargu, 2008).

Orta Asya Türkleri sebzelerden kabak, pancar, havuç, soğan, patlıcan, dağ ıspanağı, ışgun, salatalık gibi bitkileri bilmekteydi, bakla, bezelye gibi bitkileri ise burçak ya da börülce olarak adlandırmaktaydı. Genel olarak Orta Asya Türk mutfağında sebze ile yapılan yemeklere ilginin çok az olduğu söylenebilir. XI. yüzyılda kaleme alınan Kaşgarlı Mahmud'un Divanü Lugat-it Türk adlı eserinde de tahıl ürünlerinden yapılan yemeklerin dışında bitkisel kökenli tam bir sebze yemeğine hemen hemen hiç yer verilmemiştir. İklim ve doğa şartları düşünüldüğünde zirai faaliyetlerin tahıla dayalı olduğu söylenebilir (Kaşgarlı Mahmud, 1986: Alpargu, 2008).

Türkiye Selçuklu mutfağının kökeni Selçukluların Anadolu'ya geldiği XI. asrın sonlarına kadar uzanır. Selçuklu mutfağı genel anlamda göçebe geleneğin doğal bir sonucu olan et ve süt gibi hayvansal ürünler ve yerleşik hayatın temel geçim kaynağını teşkil eden zirai ürünler olmak üzere iki ana kısımdan meydana gelmekteydi. Türkiye Selçuklu döneminde başta buğday olmak üzere arpa, yulaf, çavdar, pirinç ve darı gibi hububat ekiminin yanı sıra sebze ve meyve üreticiliği yapılmaktaydı. Türkiye Selçuklu mutfağında unlu/tahıllı gıdaların yanında sebze tüketimi de oldukça yaygındı. Bu dönemde kabak, patlıcan, biber, havuç, kereviz, pırasa, hıyar, marul, tere ve nane gibi sebzeler yetiştirilmekte ve bu sebzelerden değişik yemekler yapılmaktaydı. Dönemin mutfağında sebzelerden yapılan turşular da önemli bir yere sahipti. Bugün de yapılagelen bir tür ıspanak yemeği olan 'boranî' yemeğinin üstüne yoğurt dökülerek tüketiliyordu. Patlıcan, bu dönemde varlığı bilinen bir diğer sebze olup; Patlıcanın o devirde de sirke ve sarımsak ile yendiğini Mevlânâ şöyle dile getirmektedir 'patlıcanın eşi, dostu nedir? Ya sirke, ya sarımsak'. Yine ıspanağı 'ben senin ıspanağınım ister ekşili pişir, ister tatlılı' diye anar. O dönemde vejetaryen mutfağını yansıtan şeker ve yağ ile ezilmiş mercimekten

yapılan ‘tirid’ meşhur bir yemek olup Mevlânâ tarafından da çok sevilmiştir. (Cunbur, 1982; Şahin, 2008).

Türkler Orta Asya’daki yaşam biçimleri ve coğrafyanın özelliğinden kaynaklanan et ve süt ürünlerine dayalı beslenme alışkanlıklarını, birçok farklı ve yeni etkene rağmen, Osmanlı döneminde de devam ettirmiştir. Osmanlılar Anadolu’da yetişen ürünlerle tanışma ve Rum mutfağının etkisi ile XV. yüzyılda yemeklerinde daha önce hiç kullanmadıkları kadar meyve, sebze ve yeşillik kullanmaya başlamışlardır (Bilgin, 2008). Anadolu’da yaşayan Ortodoks Rumlar’ın perhiz kuralları oldukça katıdır. Paskalya, Noel ve Meryem’in ‘uykuya dalışı’ öncesi 48, 40 ve 15 gün süren uzun perhiz dönemlerinde ve neredeyse yılın tüm Çarşamba ve Cuma günlerinde et, balık, süt, katı yağ ve yumurta gibi hayvansal besinlerin tüketimi yasaktır. Kilise takviminde belirtilmiş oruç günleri toplandığında, hayvansal gıdadan arınmış katı perhiz döneminin yılda yaklaşık 180 güne tekabül ettiği görülür. Yılın yarısını etsiz geçirmek zorunda olan bir topluluğun yemek kültüründe sebzeler ister istemez hatırı sayılır bir yer tutacaktır ve işte bu çeşitlilikten Türkler de etkilenecek, zamanla genellikle sebze ve bakliyatın oluştuğu bu perhiz yemeklerini mutfaklarına adapte edecekler ve ‘zeytinyağlı yemekler’ olarak sınıflandıracaklardır (Yerasimos, 2008). Sebze yemekleri Osmanlı mutfağının en dikkat çekici özelliklerinden biri olmuştur. Sayıları o kadar fazlaydı ve o kadar itibar görüyordu ki, XIX. yüzyılda bir gözlemciye göre ‘Türk aşçıları tüm sanatını sebze hazırlamaya adıyordu’. Sebze yemeklerinde genellikle et vardı, ama yalnızca sebzeyi zenginleştirmek ve lezzetini artırmak için ikincil bir malzeme olarak kullanılırdı. En çok sevilen ve en çok çeşidi olan yemek türlerinden biri dolma olmuş hemen bütün sebzelerden dolma yapılmıştır. Rumlardan öğrenilen etsiz zeytinyağlı yalancı dolmalarda oldukça sevilmiştir. Aynı şekilde hem evlerde hem turşu dükkanlarında olası her sebze ve meyveden turşu yapılırdı. Bu arada patlıcan gitgide ön plana çıkarak Osmanlı mutfağının gözde sebzesi haline gelmiş ve çok sayıda patlıcan yemeği yapılmıştır (Işın, 2020a).

Türk Mutfağı’nda bulunan vejetaryen beslenme düzenine uygun yemekleri çorbalar, zeytinyağlı sebze yemekleri, zeytinyağlı baklagil yemekleri, pilavlar, salatalar, hamur işleri ve tatlılar olarak sınıflandırmak mümkündür

3.1. Çorbalar

Çorba, Türklerin bütün hayatları boyunca yani çocukluktan ölüncüye kadar vazgeçemedikleri bir gıdadır. Kimi zaman ilaç niyetine içilen çorba, aslında ziyafet sofralarının, iftar sofralarının baş tacı ve sofranın kılavuzudur. Kut (2021) tarafından yapılan çalışmada 11 ciltlik Derleme Sözlüğü'nde yer alan çorba çeşitleri taranmış ve tespit edilen çorbaların genellikle hububat üzerine dayandığı belirlenmiştir. XV. yüzyılda Türkçe'ye Şirvanî tarafından çevrilen yemek kitabındaki çorba çeşitleri 17 tariften ibarettir. Bu çorbaların yapımındaki ana malzemeyi et suyu, ezilmiş püre haline getirilmiş et ve sebze teşkil eder. İçine de muhakkak baharatlar konur. XVIII. yüzyılda yazılan bir yemek risalesinde dört çeşit çorba tarifi verilmiştir (Kut, 2021). Osmanlıca yemek kitaplarında çorbalara ilişkin tarif sayısı oldukça azdır. Bu noktada akla gelen, var olan çorba çeşitlerinin sadece birkaçının, belki de en özel olanlarının yemek kitaplarında yazılmış olduğudur. Çorbalar XIX. yüzyıl İstanbul mutfağında her zaman et veya tavuk suyu ile hazırlanır, pirinç, nohut, mercimek gibi tahıl ve baklagillerin temel malzemeleri oluşturduğu çorbalara kimi zaman kuzu eti parçaları da katılarak lezzet verilirdi. Limon suyu ve yumurta sarısıyla hazırlanan terbiye bazen de un kıvam verme amacıyla son anda ilave edilirdi. Dönemin en çok sevilen baharatı tarçın, sofrada çorbalarla birlikte kullanılan en yaygın baharat türüydü (Samancı & Croxford, 2006).

Tablo 1: Türk Mutfak Tarihinde Vejetaryen Çorba Çeşitleri

Kaynak	Çorba Çeşidi	Yapılışı	Diğer Çeşitler
Yeni Yemek Kitabı (1882-1883) (Samancı, 2017)	Asma kabağı çorbası	Asma kabağını soymalı ve serçe parmağı gibi uzun uzun dilip ufak ufak doğramalı ve suyla birlikte iyice pişirmeli daha sonra üzerine yağda kızarmış ekme koymalı.	
Fenn-i Tabâhat (1921-1923) (Işın, 2018)	Kış çorbası	On beş kepçe sıcak suya dörde bölünmüş bir küçük baş lahana, bir baş şalgam, iki havuç, bir iki tane patates, tuz ve biber koyarak iyice pişirmeli. Bir kevgirde ezerek süzmeli. Bir miktar çorbalık ekmeği yağıyla birlikte kaseye koymalı. Üzerine sebzeli suyu ilave ederek sofraya arz etmeli. Arzu edilirse bir fincan da sirke konulabilir.	

3.2. Zeytinyağlı sebze yemekleri

Osmanlı sarayında imparatorluk coğrafyasında üretilen hayvansal ve bitkisel ürünlerin hemen hemen tamamı tüketime konu oluyordu. Et, buğday, pirinç ve sadeyağ menülerde başat rol oynamakla birlikte, saray halkı elde edebildikleri diğer hayvansal ve bitkisel gıdaların tamamını dengeli bir biçimde tüketebilmişlerdir (Bilgin, 2008). Saray mutfaklarında bahar ve yaz mevsiminde patlıcan, asma kabağı, sakız kabağı, enginar, salatalık, bamyaya, bakla, fasulye, çalı fasulyesi, semizotu, yeşil ve kırmızıbiber, yeşil ve kırmızı domates alınırken yaz sonuna doğru lahana, havuç, kereviz, ıspanak, pırasa gibi kış sebzeleri alınmaya başlanırdı. Sonbahar ve kış mevsimlerinde diğer tüketilen sebze çeşitleri arasında turp, karnabahar, şalgam, kereviz, yer elması, bal kabağı, ıspanak bulunuyordu. Ayrıca Osmanlı saray mutfaklarında kış aylarında da patlıcan, yeşil fasulye, kabak ve domates gibi yaz sebzelerini bulmak mümkündü. Saraya satın alınan kuru sebze çeşitleri arasında en çok kuru bamyaya bulunmaktaydı. XIX. yüzyıl Osmanlı mutfağında domates, patates, taze biber, fasulye, yerelması, sakız kabağı, bal kabağı ve mısır gibi Amerika menşeli yeni sebzelerin yaygın bir şekilde kullanılmaya başlandığı bir dönemdir (Samancı, 2008).

Osmanlılar zeytin ağaçları ile dolu topraklar üzerinde yaşamalarına rağmen yüzyıllar boyu kuyruk yağı ve sadeyağ (tortusu alınmış tereyağı) ile beslenmişlerdir. Zeytinyağı genellikle aydınlatma ve sabun yapımında kullanılmıştır. Osmanlıların sıvı yağ ile pişirilen ve soğuk yenebilen etsiz sebze yemekleri ile geç tanışması zeytinyağının mutfaklarda az kullanımının temel nedenlerinden biridir. Osmanlı saray mutfağında zeytinyağı kullanımının artmasında özellikle Rum ve Yahudi cemaatleri etkili olmuştur. XIX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren İstanbulluların mutfağında zeytinyağı kullanımı artmaya başlamıştır (Doğan, 2008). Bugün Türk mutfağında zeytinyağlılar adını verdiğimiz zeytinyağı ile pişirilen ve soğuk yenen sebze yemekleri tariflerine ilk olarak XIX. yüzyılda yayınlanmaya başlamış yemek kitaplarında rastlanmaktadır. Bu yemekler ayrı başlık adı altında değil sebze yemekleri ile anılmaktaydı. Sebze pişirilirken uygulanan diğer metot bol yağda kızartma tekniğiydi. Patlıcan, kabak veya havuç bol zeytinyağında veya sadeyağda kızartılarak, yoğurt veya sirkeli sarımsaklı, ballı bir sos ile sunulurdu. Zeytinyağlı dolmalar, zeytinyağı, soğan, pirinç, çam fıstığı, kuş üzümü, şeker, tuz, tarçınla hazırlanan için asma yaprağına sarılması veya patlıcan gibi

sebzelere doldurulması ile hazırlanırdı. Zeytinyağlı dolmalar limon suyu, ekşi erik veya vişne ile pişerken tatlandırılırdı (Samancı, 2008).

Tablo 2: Türk Mutfak Tarihinde Vejetaryen Sebze Yemekleri

Kaynak	Sebze Yemekleri	Yapılışı	Diğer Çeşitler
Melceü't-Tabbâhîn (1844) (Taşkın, 2016)	Patlıcan paçası	Patlıcan tekerlek şeklinde ince ince doğranıp tuzlu suda bir miktar bekletildikten sonra has una bulanıp zeytinyağında kızartılır (tarifte sadeyağ alternatifi de bulunmakta) ve sahana dizilir. Birkaç diş sarımsak tuz ile dövülüp sirke ilave edildikten sonra bu karışım dizilmiş patlıcanların üzerine dökülür ve kor üstünde kaynatılır. Suyunu çekince ateşten indirip yenir	İmam bayıldı Sebzevat Yalancı balık dolması Yalancı dolma Vişne yalancı dolması Patlıcan yalancı dolması
Yeni Yemek Kitabı (1882-1883) (Samancı, 2017)	Patlıcan imambayıldı	Bolca soğan kıyıp içine biraz tuz ve domates ilave ederek zeytinyağında öldürmeli. Patlıcanları boyundan birkaç yerden yarmalı ve aralarına koruk sıktıktan sonra soğanın içine atmalı ve biraz su ilavesiyle pişirmeli.	Yalancı dolma Lahana dolması Pırasa dolması Patlıcan dolması Haşlanmış patates
Ev Kadını (1883) (Kut, 2018)	Çerkez fasulyesi	Taze fasulye ayıklanır, suda kaynatılıp yumuşatılır ve kevgirde süzülerek tabağa alınır. Kuru ceviz içi, kırmızıbiber ve tuz havanda macun gibi dövülüp biraz bayat francala veya ekmek içi ıslatılıp, ekmek içi diğerleri ile karıştıncaya kadar dövülüp, sıkılıp, yağı alınır. Fasulyenin pişmiş suyuyla koyu boza gibi yapılıp fasulyeler üzerine dökülüp, ceviz yağı da gezdirilir.	Lisan-ı Sevr (öküzdili) yaprağı tavası Zeytinyağlı enginar Soğanlı enginar İmambayıldı Ekşili patlıcan Asma kabağı bastısı Sakız ve asma kabakları imambayıldıları Ekşili sakız kabağı Zeytinyağlı taze fasulye

Ev Kadını (1883) (Kut, 2018)	Yer elması	Yer elmasının kabuğu soyulup, parça parça doğranıp, tencerede zeytinyağı ile pembece kavrulmuş ve çentilmiş soğanın üzerine konarak su, tuz ve bir miktar şekerle pişirilir.	Ispanak kavurması Ekşili pırasa Zeytinyağlı pırasa Zeytinyağlı havuç
Ev Kadını (1883) (Kut, 2018)	Kuşkonmaz pilakisi	Kuşkonmaz haşlanıp, zeytinyağıyla pembece kavrulup dereotu ve maydanozla karıştırılır. Bu karışım kuşkonmaz ile kat kat tepsiye istif edilip pişirilir.	Mantar pilakisi Toprak mantarı pilakisi Domates pilakisi Türlü sebze pilakisi Pırasa pilakisi
Ev Kadını (1883) (Kut, 2018)	Enginar piyazı	Enginarın yalnız göbekleri soğan suyu, su, limon suyu ve tuzla ilik gibi pişirilip, hamur gibi yoğrulur ve içinde ezilmeyen maddeler varsa çıkarılır. Tabağa yayıp limon ve zeytinyağı gezdirilip yenir.	Patates piyazı
Aşçıbaşı (1900) (Işın, 2019)	Sakız kabağının fırınlanması	Sakız kabağının bıçak ile üzeri çizildikten sonra yuvarlak şekilde doğranır ve tuzu serpilerek yarım saat bekletilir. Yağlanmış tepsiye biri diğerinin kenarını kapatacak şekilde kabaklar dizilir ve üzerine yanmış sade veya zeytinyağı gezdirilerek fırına verilir. Nar gibi kızartıldıktan sonra üzerine ekşi, zeytinyağı ve sarımsak ile yapılmış tarator dökülüp yenir.	Patlıcan tavası Yeşilbiber tavası Yalancı pilaki Zeytinyağlı kuru fasulye Bakla içiyle zeytinyağlı enginar Zeytinyağlı yer elması Zeytinyağıyla yalancı yaprak dolması Zeytinyağlı lahana dolması Zeytinyağlı patlıcan dolması Enginar dolması Mantar ızgarası

Alaturka ve Alafranga Yeni Yemek Kitabı (1907) (Aşçıyan, 2018)	Zeytinyağlı enginar bastısı	Bayrampaşa enginarını temizleyin. Taze soğan ile dereotunu kıyın, zeytinyağında sarartmadan öldürün. Yağını süzdukten sonra bu içle enginarı doldurun. İçin yağı koyun, biraz da su katın, ağzını kapatıp pişirin, soğuduktan sonra tabağa dizin.	Zeytinyağlı yalancı dolma Patlıcan, pırasa, soğan, lahana, fındık yaprağı dolmaları Enginar dolması
Aşçının Kitabı (1914) (Piranyan, 2008)	Yağda kızarmış kabak	Kabak ince, uzun, yassı dilimler haline iki bıçak sırtı kalınlığında kesilir. Una bulanıp zeytinyağına kızartılır.	Yalancı dolma, zeytinyağlı pırasa dolması Yalancı lahana dolması İmambayıldı Kızarmış patates
Mükemmel ve Mufassal Aş Ustası (1918) (Kültürel & Koç, 2019)	Zeytinyağlı enginar tavası	Körpe enginarlar ayıklanıp tuzlanır, bekletilir. İstenilen büyüklükte doğranıp una batırılarak zeytinyağında kızartılır. Tabağa alınıp üzerine kıyılmış maydanoz serpilerek sofraya verilir.	Zeytinyağıyla patlıcan dolması Zeytinyağlı asma yaprağı, lahana, atkestanesi yaprağı, Pırasa dolması İmam bayıldı Zeytinyağlı pırasa Taze bakla içi ile zeytinyağlı enginar Zeytinyağlı hıyar tavası Mantar pilakisi Domates pilakisi Türlü sebze pilakisi Çerkes fasulyesi Salçalı kuşkonmaz Beyaz salçalı enginar, karnabahar İspanyol usulde salçalı kereviz Enginar piyazı

			Patates piyazı
Aşçı Mektebi (1920) (Işın, 2021)	Ekşili patlıcan	Patlıcanları soyup dörder parçaya bölünüz. Una bulayıp zeytinyağında kızartınız. Halka halka doğranan soğanları zeytinyağında kavurup, patlıcanlarla beraber tencereye diziniz. Üstüne tuz, biber, şeker ekip, sirke ve su ilave edip kapağını kapatıp pişiriniz. Piştikten sonra soğutup servis ediniz.	Zeytinyağlı enginar Soğanlı enginar Enginar yalancı dolması Diğer nevi zeytinyağlı taze fasulye Sakız kabağı bayıldı diğer nevi Ekşili sakız kabağı İmam bayıldı Yeşilbiber tavası Lisan-ı sevr yaprağı tavası Domates pilakisi Mantar pilakisi
Fenn-i Tabâhat (1921-1923) (Işın, 2018)	Zeytinyağlı bamyası Yeşilbiber tavası	İki baş soğanı rendeden geçirip nbir kepçe zeytinyağında öldürdükten sonra yıkanmış ve ekşi ile karıştırılmış bamyayı dörde bölünmüş beş altı tane domates ile beraber içine karıştırıp iki kepçe su, tuz, biber koyup pişirmeli. Dolmalık yeşilbiberlerin çekirdeklerini çıkarıp zeytinyağında kızartmalı, üzerine tuz ekip sofraya arz etmeli.	Yalancı yaprak dolması Zeytinyağlı enginar dolması Soğanlı enginar Baklalı enginar Zeytinyağlı enginar Beyaz salçalı enginar İmambayıldı Zeytinyağlı ekşili patlıcan Patlıcan kızartması Zeytinyağlı patlıcan dolması Patates pilakisi Ekşili pırasa Zeytinyağlı pırasa Zeytinyağlı pırasa dolması Zeytinyağlı yeşilbiber dolması Ekşili yeşilbiber Mantar pilakisi Mantar kebabı Zeytinyağlı domates dolması

			Domates pilakisi Bütün domates pilakisi Zeytinyağlı fasulye Taze çerkez fasulyesi Salçalı kuşkonmaz Zeytinyağlı kabak Sakızkabağından imambayıldı Taratorlu kabak Salçalı karnabahar Zeytinyağlı lahanada dolması Zeytinyağlı havuç Havucun imambayıldı Zeytinyağlı yer elması
--	--	--	--

3.3. Zeytinyağlı baklagil yemekleri

Tablo 3: Türk Mutfak Tarihinde Vejetaryen Baklagil Yemekleri

Kaynak	Çeşidi	Yapılışı	Diğer Çeşitler
Ev Kadını (1883) (Kut, 2018)	Zeytinyağlı bakla	Baklalar usulüne göre ayıklanıp, limonlu suya konup, daha sonra limon ve tuzla ovulup çentilmiş soğan, dereotu ve bir miktar şeker ile tencerede yanmış zeytinyağı üzerine doldurulur, suyu ilave edilip pişirilir ve kapağı açılmaz.	Kuru bakla Diğer bir çerkez fasulyesi Zeytinyağlı bezelye Tane bezelye
Ev Kadını (1883) (Kut, 2018)	Kuru fasulye pilakisi	Fasulye suda haşlanır. Çentilmiş soğan, rendelenmiş havuç, kereviz ve maydanozun kazınmış ve ince ince doğranmış kökleri ve birkaç parça olmuş sarımsak dişleri bol zeytinyağında sarartılır. Kıyılmış maydanoz ve halanmış fasulye bunlarla karıştırılıp bir tencereye koyulur. Su, domates püresi, tuz ve biber ilave edilerek ilik gibi oluncaya kadar pişirilir.	
Ev Kadını (1883) (Kut, 2018)	Nohut ezmesi	Nohut akşamdan suya konup, sabahleyin kabukları çıkarılıp,	Fasulye piyazı Bakla piyazı

		kaynatılarak yumuşayınca tuzu serpilip, eze eze helva gibi pişirilir. Tabağa döşenip ekşisi ve yağı gezdirilip karabiber eklenir.	Bezelye piyazı
Aşçıbaşı (1900) (Işın, 2019)	Zeytinyağlı kuru bakla- börülce	Baklanın evvelce baş bölümünde olan siyah kısım kesilip yıkandıktan sonra bir tencereye konur. Üzerine zeytinyağında kavrulmuş soğan dökülür ve kaynar su eklenerek ateşe oturtulur. Hamur gibi pişince ocaktan indirilir, baharatı eklenir yenir, hoş olur.	
Alaturka ve Alafranga Yeni Yemek Kitabı (1907) (Aşçıyan, 2018)	Kuru fasulye pilakisi	Fasulyeyi yarı haşlayın. İnce kıyılmış maydanoz, doğranmış sarımsak, kereviz, havuç, tuz ve biberle karıştırıp kulaklı bir kaba doldurun. Üzerine zeytinyağı, su ve domates suyu katın. Peksimeti dövüp üzerine ekleyin hafif ateşte pişirin. Pişmesine beş dakika kala ateşli saca çekip yüzünü kızartın.	Nohut topu (topik)
Aşçının Kitabı (1914) (Piranyan, 2008)			Fasulye pilakisi
Mükemmel ve Mufassal Aş Ustası (1918) (Kültürel & Koç, 2019)	Bezelye piyazı	Kuru bezelye soğan suyu ve su ile kaynatılıp ezilir. Astardan süzülerek tuz ile koyulaşmıca kadar kaynatılır ve tabağa yerleştirilir. Soğuyunca tekrar ezilir ve üzerine kıyılmış soğan, maydanoz, limon yahut sirke, tuz ve zeytinyağı gezdirilip yenir.	Zeytinyağlı taze bakla Fasulye pilakisi Fasulye piyazı Fasulye piyazının diğer nevi (şekli) Bakla piyazı Nohut ezmesi
Aşçı Mektebi (1920) (Işın, 2021)	Zeytinyağlı kuru fasulye	Kıyılmış soğanlar zeytinyağında kavrulduktan sonra kırmızıbiber, tuz ve önceden ıslatılmış fasulye ilave edilir. Üzerini geçecek kadar su eklenir, aheste pişmeye bırakılır. Pişince ocaktan alınır soğumaya bırakılır.	Kuru çerkes fasulyesi Kuru fasulye piyazı ve diğer nevi Kuru bakla ezmesi Kuru bakla piyazı Nohut piyazı Humus
Fenn-i Tabâhat (1921-1923) (Işın, 2018)	Zeytinyağlı börülce	Bir kepçe zeytinyağında rendelenmiş iki baş soğan kavrulduktan sonra haşlanmış börülce ilave edilmeli, üç kepçe	Kuru bezelye ezmesi Taze iç bakla bastısı Kuru bakla piyazı Kuru bakla ezmesi

		su, tuz, biber ve yarım kepçe zeytinyağı koyup pişirmeli.	Zeytinyağlı kuru fasulye Kuru fasulye pilakisi Tahinli nohut ezmesi Topik
--	--	---	--

3.4. Pilavlar

Pilav XIX. yüzyıl seçkin mutfağında önemli bir yere sahipti. Genellikle yemeğin sonunda hoşafı birlikte tüketilen pilavlar sadece pirinçle yapılırdı. Anadolu mutfak kültüründe ise pilav yapımında pirinç yerine daha çok bulgur kullanılırdı. Bugün vejetaryenler için önemli bir karbonhidrat kaynağı olan makarna, XIX. yüzyıl İstanbul mutfağında özellikle seçkinlerin sofralarında yeni yeni benimsenmeye başlayan bir yemek çeşidiydi (Samancı & Croxford, 2006).

Tablo 4: Türk Mutfak Tarihinde Vejetaryen Pilav Çeşitleri

Kaynak	Pilav çeşidi	Yapılışı	Diğer çeşitler
Ev kadını (1883) (Kut, 2018)	Enginarlı pilav	Enginarların tazesinden ufak ufak doğranır. Bol zeytinyağı ile kavrulmuş ve çentilmiş soğanın içine enginarlar atılıp bir miktar daha kavrulduktan sonra su ve tuz ilavesiyle bir süre daha kaynatılıp enginarlar yumuşayınca yıkanmış pirinç konup pişirilir. Tabığa kubbeleniş soğuduktan sonra yenir.	Patlıcanlı pilav Kuskus pilavı
Aşçıbaşı (1900) (Işın, 2019)	Zeytinyağıyla patlıcanlı pilav	Kuşbaşı doğranmış patlıcan ve kuru soğan zeytinyağında kavrulur. Tuz atılmış kaynar su ilave edilir. Pirinç de eklenir. Suyunu çekince kıvılcımlı köz ateşe yarım saat	

		oturtulur. Kevgirle karıştırılarak tabağa boşaltılır. Üzerine baharat serpilip yenir.	
Mükemmel ve Mufassal Aş Ustası (1918) (Kültürel & Koç, 2019)			Enginarlı pilav Patlıcanlı pilav
Aşçı Mektebi (1920) (Işın, 2021)			Enginarlı pilav Patlıcanlı pilav
Fenn-i Tabâhat (1921-1923) (Işın, 2018)			Patlıcanlı pilav Enginarlı pilav

3.5. Salatalar ve turşular

Yemek kitaplarında salatalar marul, karnabahar, domates, salatalık, yeşil fasulye, bakla filizi, Frenk teresi gibi malzemelerle tek başlarına hazırlanır ve zeytinyağı-limon ya da sirke karışımı gibi yalın bir sosla tatlandırılırdı. Maydanoz, taze nane, dereotu ve hatta erguvan çiçeği, gül yaprağı gibi yenilebilir çiçekler salataları süslerdi. Osmanlı mutfağında sebze ve meyve ile hazırlanan turşular özellikle kış aylarında tüketilirdi. Yemek kitaplarında hemen hemen tüm sebze türlerinin, kavun, karpuz, ham elma, üzüm gibi bazı meyvelerin de turşu tarifleri yer almaktadır (Samancı, 2008). Salata ve turşuların yanı sıra Türk mutfağında meze sınıfına giren vejetaryen tarator çeşitleri de bulunmaktadır. Türk mutfağında ceviz içi, badem, fındık, çam fıstığı gibi yağlı tohumların bayat ekmeği içi, limon suyu, tuz ve zeytinyağı ile karışımı tarator olarak adlandırılmaktadır. Rum-Ermeni cemaatlerinin etkisi ile tanınan bu lezzet çeşitli varyasyonlarla Türk mutfağında yer edinmiştir. Bu tarator sos çeşitli bitkiler ile birleştirilerek çeşitlendirilmiştir. Karnabahar, hıyar ve marul kökü, semizotu, ıspanak, kuşkonmaz, bakla filizi, patates ve yeşil fasulye taratoru XIX. yüzyıl sofralarında yer alan tarator çeşitleridir (Kut, 2018).

Tablo 5: Türk Mutfak Tarihinde Vejetaryen Salata Çeşitleri

Kaynak	Salata Çeşidi	Yapılışı	Diğer Çeşitler
Ağdiye Risalesi (1764) (Esiner Özen, 2015)	Marul salatası	Körpe salata yaprakları ikiye üçer parçaya bölünür. Nane, maydanoz saplarından temizlenir iri doğranır. Dereotu ve kereviz ince doğranır. Tüm malzeme karıştırılır. Sirke, tuz ve zeytinyağı sos dökülür iyice alt üst edilir. Süzülür. Yeniden sos dökülür karıştırılır ve süzülür. Bu işlen sirke ve yağ salatanın her yaprağına işleyene dek tekrarlanır. Bulunur ise gül, erguvan ve ayva çiçekleri de konulur.	
Melcū't-Tabbāhin (1844) (Taşkın, 2016)	Domates salatası	Domates ufak ve tekerlek şeklinde doğranıp üzerine maydanoz, nane ve yeşilbiber ince ince kıyılıp konur. Zeytinyağı ve limon ilave edilirse pek güzel ve iştah açıcı bir salata olur.	Yeşil salata Karnabahar salatası Dövme hıyar salatası Çerkez salatası Hıyar ve semizotu taratoru Rosbi salatası Bakla filizi salatası Marul salatası Frenk teresi salatası Hindiba salatası
Ev Kadını (1883) (Kut, 2018)	Bakla filizi salatası	Baklanın filizleri haşlanıp, soğuduktan sonra doğranmış maydanozla karıştırılarak tabağa yerleştirilip üzerine sirkeli zeytinyağı gezdirilir.	Yeşil salata Karışık salata Domates salatası Karnabahar salatası Hıyar salatası Marul salatası Hindiba salatası Kabak salatası Turp salatası
Ev Kadını (1883) (Kut, 2018)	Papatya salatası	İlkbaharda kırlarda papatyalar yeni görülmeye başlayınca bunların çok körpe yaprakları toplanır. Tabağa düzgünce	Patlıcan salatası Kereviz salatası Patates salatası Ayva salatası

	Erguvan salatası	konup üzerine limon ya da sirke karıştırılmış zeytinyağı gezdirilir. Bu salatanın lezzetinin yanı sıra bedene de yararları vardır. Erguvan çiçeği tabağa konup üzerine sirke ya da limon karıştırılmış zeytinyağı gezdirilir.	Zater salatası Frenkteresi salatası Kazayağı salatası Kuşkonmaz salatası
Aşçıbaşı (1900) (Işın, 2019)	Lahana ve karnabahar salatası	Lahananın pek de yaprağı olmayıp o ara damarlarından ve karnabaharın da o beyaz çiçeğinden hemen bir iki kaynar suda haşlandıktan sonra suyu süzülüp kuşbaşı doğranmalı. Tabağa konularak üzerine biraz tuz, zeytinyağı ve sirke dökülüp, birazda kırmızı Arnavut biberi serpidikten sonra hemen yenir, pek hoş olur.	Hindiba ve gelincik salatası Marul salatası Domates-frenk patlıcanı salatası Rusbi-taratorlu hıyar salatası Turp salatası Patates salatası Kuru fasulye-piyaz Çerkes salatası Fukarâ salatası Kuru bakla-börülce salatası Semizotu ve taze fasulye salatası İspanak kökü-pazı salatası Patlıcan salatası
Alaturka ve Alafranga Yeni Yemek Kitabı (1907) (Aşçıyan, 2018)	Kuru fasulye salatası	Kuru fasulyeyi iyice süzün, tabağa çekip tuzunu biberini ekin ve biraz da ince maydanoz katın. Bu fasulyeden iki çorba kaşığı ezin, tel elekten geçirip yağ ve bir limon katarak alıştırın ve salatanın üzerine döküp iyice karıştırın. Bir diş dövülmüş sarımsak da eklemek gerekir.	Yaz salatası Taze fasulye salatası Nohut piyazı Fasulye piyazı Pancar salatası
Mükemmel ve Mufassal Aş Ustası (1918)	Hindiba salatası	Hindibaları tuz ile ovarak suyunu sıkıp silke silke tabağa	Yeşil salatalar Mahlût salata Domates salatası

(Kültürel & Koç, 2019)	Çerkes salatası	yığmalı, üzerine zeytinyağı ile sirke ilavesiyle servis edilmeli. Su teresinin tazeleri temizlenip yıkanarak tabağa dizilir. Domates ve yeşilbiber doğranarak terenin üzerine serpilir. Zeytinyağı ve limon gezdirilerek servis edilir.	Karnabahar salatası Hıyar salatası Marul salatası Turp salatası Patlıcan salatası Kereviz salatası Patates salatası Tane zeytin salatası Fukara salatası
Aşçı Mektebi (1920) (Işın, 2021)	Hıyar salatası	Hıyarı soyduktan sonra ince doğrayıp hıyarın şeklini bozmayarak tabağa koyunuz. Sırk domatesini dilim dilim doğradıktan sonra çekirdeklerini çıkarıp hıyarın iki tarafına garni yapıp üzerlerine ince tuz serpin. Maydanozun körpe yapraklarını koparıp üzerine dağıtın. Sirke ve zeytinyağı gezdirip sofraya verin.	Patlıcan salatası Domates salatası Yeşil salata Mahlut salata Marul salatası
Fenn-i Tabâhat (1921-1923) (Işın, 2018)	Ispanak kökü salatası	Ispanak köklerini ayıklayıp tuzlu suda haşladıktan sonra süzüp tabağa dizmeli. Üzerine ekşi ve zeytinyağı gezdirmeli.	Yeşil salata Hardallı yeşil salata Marul salatası Hıyar salatası Patates salatası Patates ezmesi salatası Hindiba salatası Havuç salatası Karnabahar salatası Soğan salatası Turp salatası Domates salatası Patlıcan salatası Köylü salatası Tarator

Tablo 6: Türk Mutfak Tarihinde Vejetaryen Turşu Çeşitleri

Kaynak	Turşu Çeşidi	Yapılışı	Diğer Çeşitler
15. Yüzyıl Osmanlı Mutfağı (Argunşah & Çakır, 2018)	Nane turşusu	Yaş nanenin büyük yaprakları yıkandıktan sonra süzülene kadar gölge bir yere serilir. Üzerine faydalı ve kokulu baharatlarla biraz kereviz yaprağı ve birkaç diş sarımsak bırakılır ve karıştırılır. Daha sonra şişeye konulur ve malzemelerin içine batacağı kadar keskin sirke eklenir. Biraz safran ile boyanır. Sirkenin ekşiliği yapraklara sininceye ve keskinlikleri gidinceye kadar bekletildikten sonra yenir.	Patlıcan turşusu Tatlı şalgam turşusu Ekşi patlıcan turşusu Hıyar ve acur turşusu Şalgam turşusu
Ağdiye Risalesi (1764) (Esiner Özen, 2015) Ali Eşref Dede'nin Yemek Risalesi (1858-59) (Halıcı, 1992)	Kumbusta	Lahana yıkanır, dörder parça kesildikten sonra kaynar suda haşlanıp süzülür. Bir kapa üstüne ve altına dövülmüş hardal keseleri yerleştirilerek dizilir. Üzeri örtülünceye kadar sirke eklenir. Birkaç gün sonra yenir.	Urus turşusu Hıyar turşusu Kabak turşusu Şalgam turşusu Sarımsak turşusu Biber turşusu Badıncan turşusu Turşu-yu mahlût
Melceü't-Tabbâhîn (1844) (Taşkın, 2016)	Turşu-yı Mahlût (Karışık turşu)	Arzu edilen miktarda küçük ve körpe hıyar, asma kabağı, ufak kavun, karpuz haşlanır ve suyu süzildükten sonra her biri üç beş yerinden delinip sırlı bir kavanoza koyulur. Üstü örtülünceye kadar sirke ilave edilip beş on gün sonra yenir. Eğer çok uzun süre durması gerekirse on gün geçince sirkesi değiştirilir. Sirkesini üç beş defa olsun değiştirmek gerekir. Uzun süre bozulmaz.	Patlıcan turşusu Hıyar turşusu Adi hıyar turşusu Çağla turşusu Mayalı lahana turşusu Havuç turşusu Biber turşusu Urus (rus) turşusu Pancar turşusu Kabak turşusu Diğer kabak turşusu Üzüm turşusu Şalgam turşusu Hardal tertibi

Yeni Yemek Kitabı (1882-1883) (Samancı, 2017)	Yeşil domates turşusu	Domatesleri ortalarından çizip bir gece tuzda yatırmalı, ertesi gün suyunu iyice süzerek kavanoza koyup sirkeyi kavanozun ağzına kadar doldurmalı. Şöyle ki koyduğunuz sirke turşuyu örtmeli, böylece turşu kehribar gibi olur. Biber turşusu da bu usulde hazırlanır.	Hıyar turşusu tertibi Mayasız lahana turşusu Lahana turşusu mayasız Patlıcan turşusu Havuç turşusu Kabak turşusu Üzüm turşusu
Ev Kadını (1883) (Kut, 2018)	Enginar ve bakla turşuları	Enginarın ceviz kadar ufak, körpe çiçekleri sapından kesilip limon kabuğuyla birlikte haşlanır. Sonra kavanoza istif edilip baskı tahtasının üzerine hafif bir taş konarak az tuzlu sirke üzerini örtecek kadar doldurulur. On beş gün sonra sirkese değiştirilmelidir. Eğer çok ufak ve körpe baklanın kenar sapları çıkarılıp tuzla ovularak limon kabuğuyla haşlanıp karıştırılırsa bu da güzel olur. Eğer istenirse sirkesine bir miktar sarımsak karıştırılır.	Lahana turşuları Patlıcan turşusu Hıyar turşuları Biber turşuları Havuç turşusu Pancar turşusu Kabak turşusu Şalgam turşusu Kavata turşusu Üzüm turşusu Taze fasulye turşusu Limon turşusu Taze soğan turşusu Dam kuruğu turşusu Kızılıcak turşusu Karnabahar turşusu
Aşçıbaşı (1900) (Işın, 2019)	Semizotu ve bakla filizi turşusu	Körpe semizotu ve bakla filizi birlikte tuzluca kaynar suda haşlanarak suyu süzildikten sonra hemen üzüm sirkesine atılmalı. On gün bu şekilde kaldıktan sonra yenir. Buna dövülmüş sarımsak da eklenir ise hoş olur.	Mahlût-türlü turşu Hıyar turşusu Çağla turşusu Mayalı lahana turşusu Havuç-pörçüklü turşusu Yeşilbiber turşusu Ruspi-hıyar turşusu Pancar turşusu Kabak turşusu Şalgam turşusu Üzüm turşusu Armut ve elma turşusu Patlıcan turşusu

			Fasulye-karnabahar turşusu Ispanak kökü-pazı kökü turşusu
Alaturka ve Alafranga Yeni Yemek Kitabı (1907) (Aşçıyan, 2018)	Yağlı zeytin	Sirkede terbiye olmuş zeytini süzün. Kavanoza dört parmak zeytin ve üzerine ince dilimlenmiş limon koyun. Tekrar dörder parmak zeytin ve arasına birer sıra limonla kavanozu doldurduktan sonra üzerine halis zeytinyağı dökün. İki ay sonra kavanozu açın.	Enginar turşusu Çilek turşusu Türlü turşu
Aşçının Kitabı (1914) (Piranyan, 2008)	Ayva turşusu	Küpün dibine bir avuç arpa ve tuz konur. Ayvalar yıkanıp üstüne dizilir. Asma filizleri haşlanır, süzülür, çıkan su soğutulup ayvaların üstüne doldurulur. Üzeri asma filiziyle kapatılır.	Lahana, patlıcan, biber, armut, elma, kelek, salatalık, pancar, sap (kök), domates, üzüm, çilek, zeytin turşuları Türlü turşu
Mükemmel ve Mufassal Aş Ustası (1918) (Kültürel & Koç, 2019)	Taze soğan turşusu	Taze ve körpe soğanların beyaz kısımlarını ayırıp ikişer parmak boyunda doğrayıp haşlamalı. Kavanoza istif edip baskı taşını koyup üzerine tuzlu sirke doldurup turşu kıvamına gelinceye kadar bekletilir.	Biberli lahana turşusu Mayalı lahana turşusu Kırılmış lahana turşusu Sirkeli lahana turşusu Patlıcan turşusu Râziyâneli hıyar turşusu Âdi hıyar turşusu Sirkeli hıyar turşusu Biber turşusu Âdi biber turşusu Pişmiş biber turşusu Salkım biberi turşusu Havuç turşusu Pancar turşusu Kabak turşusu

			Üzüm turşusu
Aşçı Mektebi (1920) (Işın, 2021)	Karnabahar turşusu	Karnabaharın çiçeklerini muntazam ayırıp haşladıktan sonra süzüp soğutup kavanoza istifleyiniz. Üzerine bir miktar kırmızıbiber ve tuzlu sirkeyi doldurup baskı tahta ve taşını koyup olunca yiyiniz.	Havuç turşusu Şalgam turşusu Taze fasulye turşusu Biberli lahana turşusu Mayalı lahana turşusu Kıyılmış lahana turşusu Sirkeli lahana turşusu Patlıcan turşusu Mahlut patlıcan turşusu Hıyar turşusu Rezeneli hıyar turşusu Sirkeli hıyar turşusu Biber turşusu Âdi biber turşusu Sarımsaklı biber turşusu Sarımsaklı zeytin turşusu Yeşil domates turşusu Sakız kabağı turşusu Asma kabağı turşusu Kavata turşusu Enginar turşusu Pancar turşusu
	Kavun turşusu	Kavunun kelek denilen henüz olmaya yüz tutmuşunun kabuğunu soyup büyük ise dört parça edip çekirdeklerini ayıklayınız. Bir şişe kavanoza bir sıra kavun koyup arasına nane dalı ve ayıklanmış sarımsak dişleri ve bir kırmızı biberi birkaç parça edip ilave ederek kavunları diziniz. Diğer tarafta sarımsağı tuzla ezip su ile karıştırdıktan sonra bir miktar sirke ilave edip karıştırıp kavanozu ağzına kadar doldurunuz. Kapağını kapatıp arada bir çalkalayarak bir hafta sonra yiyiniz.	
Fenn-i Tabâhat (1921-1923) (Işın, 2018)	Biber dolması turşusu	Dolmalık biberlerin kapakları bir miktar kesilerek biber çekirdekleri temizlenir. Lahananın göbeğindeki körpe yapraklarını kırmızı biber ile gayet ince doğramalı ve kabuğu soyulmuş ve doğranmış domates ile karıştırmalı, tuzlayıp biberin içine	Hıyar turşusu Sirkeli hıyar turşusu Lahana turşusu Patlıcan turşusu Biber turşusu Kavata, yeşil domates turşusu Ayva turşusu

		doldurmalı. Ağzını kapayıp bir kavanoza istif edilmeli, üzerine sirke doldurup onun üzerine bir parmak zeytinyağı ilave etmeli.	Mahlut turşusu	Avrupa
--	--	---	----------------	--------

3.6. Hamur işleri ve tatlılar

Tatlı ve tuzlu hamur işleri dönemin yemek kitaplarında önemli bir yer tutmaktadır. Temelde un, tuz ve su ile yoğrulan hamurun bezelere bölünerek tek tek ince yufkalar şeklinde açılarak hazırlanan börekler geçmişte olduğu gibi XIX. yüzyılda da çok çeşitliydi. Un, tuz, su ve bazen yumurta ile hazırlanan basit börek hamurları ve yaprak hamurları da vardı. Börek geniş yufkaların farklı malzemelerle doldurulması ile yapılırdı. Börekler fırında, kısık ateş üstünde, sac üstünde, kızartarak veya suda haşlanarak pişirilirdi. Tatlı ve şekerli yiyecekler Osmanlı saray mutfak kültürünün her zaman önemli bir parçası olmuştur. Şeker tatlı yapımında kullanılan lüks ve pahalı bir malzemeydi. Dolayısıyla zengin zümrenin tüketimi ile sınırlıydı. Bal, pekmez ve kuru-yaş meyveler özellikle halk mutfağında tatlı yapımında kullanılan tatlandırıcılardı. Şeker, bal ve diğer tatlandırıcılar sadece tatlı yapımında değil şerbet, hoşaf, gibi içecekler ve bazı yemeklerde de kullanılırdı. XIX. yüzyıl Türk mutfağında hazırlanan tatlılar temel olarak, şerbetli hamur tatlıları, helvalar, süt ile hazırlanan muhallebi, sütlaç türü tatlılar, aşure, elmasiyeler, meyve tatlıları, kurabiyeler, reçeller, şekerleme ve lokumlar olarak birkaç ana grupta toplanabilir. Bunlara ek olarak hemen hemen her türlü kuru ve yaş meyve çeşitleri ile hazırlanan hoşaf, şerbet ve şuruplar da tatlılar arasında yer alır. Kuru baklagillerin kaynatılarak su ve şeker ilavesiyle hazırlandığı soğuk servis edilen tatlı çeşitleri içinde, pirinç, su, safran ve şekerle hazırlanan zerde, buğday, nohut, fasulye, su, şekerin kaynatılması ve kuru meyveler ile süslenecek hazırlanması sonucu elde edilen aşure en önemli çeşitlerdi. Osmanlı mutfağında ve günümüzde aşure dini bakımdan sembolik anlama sahip bir tatlıdır. Özellikle Muharrem ayında aşure pişirilmesi ve dağıtılması bir gelenektir. Aşurenin süzülerek yapılan çeşidi ise ‘süzme saray aşuresi’ olarak anılmaktadır (Samancı & Croxford, 2006; Samancı, 2008).

Tablo 7: Türk Mutfak Tarihinde Vejetaryen Hamurışı ve Tatlılar

Kaynak	Hamurışı ve Tatlı Çeşidi	Yapılışı	Diğer Çeşitler
15. Yüzyıl Osmanlı Mutfığı (Argunşah & Çakır, 2018)	Habise	Susam yağı kalaylanmış tavaya konur. Simit ekmeğinin yumuşak içi azar azar susam yağının üzerine dökülür karıştırılır. Biraz kavrulunca üzerine dövülmüş elenmiş arı şeker unu ekilir, karıştırılır, indirilip sahana yerleştirilir ve üzerine yine biraz şeker kııntısı ekilip yenir.	Badem habisesi Kabak habisesi Havuç habisesi Unsuz helvası Halka helva Levzine Paluze Mükeffen Huşknan
15. Yüzyıl Osmanlı Mutfığı (Argunşah & Çakır, 2018)	Şekerli kuru helva	Kalaylanmış tencerede şeker ve su kaynatılır. Sakız kıvamına geldiğinde mermer üzerine dökülür. Kabuğu çıkmış ve dövülmüş badem katılır, yoğrulur, yayılır ve soğuyup kıvama gelinceye kadar beklenir. Kesilip yenir.	Mutbaka Arnin Ebazir kurabiyesi Akras-ı mükellele Kadayıf Akras-ı mükerrere Fetayir Mübahser Kadı lokması Heys Şekerli levzine helvası Şekerli müşkife helvası Kabak keşkülü
Ağdiye Risalesi (1764) (Esiner Özen, 2015)	Pelsesin (peltesin)	Salep gibi son derece lezzetlidir. Nişastayı su ile ezip kıl elekten süzdükten sonra şeker ile kaynatıp, limon suyu eklenir karıştırılır. Salep fincanlarında sunulur.	Badem heriresi
Kitâb-ı Me'külât (Kut & Dağdeviren, 2017)	Gâribiyye	Kayısı ya da bardak eriği çok yumuşak olmayacak şekilde ıslatılır. Bir miktar şeker (ya da bal) bir tencerede kaynatılıp köpüğü alınır. İçine kayısılar atılıp pişirilir. Gül suyu ve misk de koyulur. İndirip servis edilir. Üzerine şeker dökülür çok tercih edilir bir yemek olur.	Cevâriş Şeker cevârişi Elma tatlısı Ayva tatlısı

Melceü't-Tabbâhîn (1844) (Taşkın, 2016)	Şeftali tatlısı	Yarma şeftalinin ham olanları ikiye bölünür. Kabuğu soyulur ve çekirdeği ayıklanır. Genişçe bir kaba dizilir. Üzerine kıvamlıca şeker konur bir miktar kaynatılır. Tam ezilme derecesine gelince indirilip tabaklara konur. Geri kalan şeker de üzerine konup soğuyunca yenir.	Aşure Süzme saray aşuresi Ayva tatlısı Gülleç paludesi Nazlı aş Paluzec (palude-pelte) Elma ve armut tatlısı Kaba koruk tatlısı Frenk üzümü tatlısı Vişne tatlısı Karadut peltesi Badem hariresi Pelteşinöçç
Yeni Yemek Kitabı (1882-1883) (Samancı, 2017)	Nazlı aş	Pirinci havanda kabaca dövüp bulgur gibi olduktan sonra tencere içine süt veya su (diğer kaynaklarda su olarak geçer) doldurup dövülmüş pirinci atıp karıştırmalı ve koyulaşırken içine şekerini ekleyip beş on dakika daha kaynatıp üzerine dövülmüş baden veya ceviz ekmeli	Aşure Vişne tertibi Ayva tatlısı Gül tatlısı Vişne tatlısı Ağaççileği çevirmesi Bergamot çevirmesi Lokum
Ev Kadını (1883) (Kut, 2018)	Lokma	Bir miktar maya, tuz, çörekotu, sakız ve ılık su ile bir lokma hamuru tutulup dinlendirilir. Hamur göz göz olunca elle tekrar çarpılıp sakız gibi yapılır. Derin bir tavada susam veya zeytinyağı kızdırılır. Kızgın yağa ceviz şeklinde hamur parçaları atılıp kızartılır. Kevgire alınıp yağı süzülür. Üzerine şerbet veya bal gezdirilir.	Saray lokması Kabak tatlısı Karışık aşure Adi aşure Süzme aşure Nazlıaş Paluze Ayva, Şeftali, Armut tatlısı Yağsız vişne, kayısı veya erikli ekmekek tatlısı Bademli çiğ kurabiye Lokum çeşitleri
Aşçıbaşı (1900) (Işın, 2019)	Zerde	Bir tencerede su, pirinç ve şeker pişirilir. Sarı safran atılıp tencere ocaktan indirilir. Kaselere dökülüp üzerine pirinç kadar	Frenk üzümü-böğürtlen tatlısı Su muhallebisi Nazlı aş

		ufaltılmış kırmızı şerbetlik şeker dökülür.	Lokum Aşure Süzme saray aşuresi Ağaç kavunu tatlısı
Alaturka ve Alafranga Yeni Yemek Kitabı (1907) (Aşçıyan, 2018)	Badem helvası	Tatlı bademi kaynar suya bırakın, kabuklarını çıkarın, soğuk sudan geçirin, bezde kurutun. Her bademi enine altışar parça edin, temiz bir tavada ya da fırında kurutun. Derin bir tavada şekeri susuz eritin, sıcakken bademleri içine atıp karıştırın. Bir miktarını helva kabının altına yayın, bir miktarını kenarına çevirin. Kalıp doluncaya dek kat kat dizin, hızlıca üst üste yayın. Soğuyunca kalıptan çıkarın.	Aşure
Aşçının Kitabı (1914) (Piranyan, 2008)	Armut tatlısı	Armut ayıklanır, ince bir bıçakla, alt tarafından içinin çekirdeği çıkarılır. 24 saat soğuk suda bekletilir. Şeker suyla karıştırılarak bal kıvamına getirilir. Armutlar içine atılır, yumuşayana kadar pişirilir.	Lokum tertibi Gül tatlısı Ceviz tatlısı Vanilyalı ve pirinçli armut
Mükemmel ve Mufassal Aş Ustası (1918) (Kültürel & Koç, 2019)	Keşkül-i fukara	Çam fıstık, şam fıstık, fındık ve bademin kabuklarını çıkarıp havanda toz şeker ile dövülerek macun kıvamına getirilir. Su ve nişasta eklenerek karıştırılarak pişirilir. Tabığa veya kaseye dökülüp soğuduktan sonra üzerine yine yağlı tohumlardan serpilip sofraya verilir.	Güllaç baklavası Lokma tatlısı Saray lokması Âdi aşure Süzme aşure Saray aşuresi Su muhallebisi Pekmezli su muhallebisi Fındıklı, bademli, cevizli güllaç Nazlı aş Paluze Vişne paluzesi Pelte Karadut, çilek, nar, ayva, frenküzümü pelteleri

			Kızılıcak, portakal, erik, kayısı vb. meyve pelteleri Ayva, şeftali, kayısı, armut tatlısı Zerde
Aşçı Mektebi (1920) (Işın, 2021)	Bal kabağı tatlısı	Kabağı kesip soyduktan sonra dilim dilim doğrayıp tencereye koyunuz. Yarısına kadar su doldurup ateşe sürünüz. Kendi suyunu koyuvermezse bir miktar su daha ilave ediniz. Üzerine toz şeker serpip tamamen piştikten sonra tabağa alıp üzerine dövülmüş ceviz ekip sofraya veriniz.	Lokma Saray lokması Su muhallebisi Nazlı aş Paluze Aşure Zerde Tokaloğlu (kayısı) Hurma Diğer nevi hurma Badem ezme ayva tatlısı Susamlı lokum Elma, armut, şeftali, ayva tatlısı Hafif kabak tatlısı Kayıslı tirit
Fenn-i Tabâhat (1921-1923) (Işın, 2018)	Frenk arpası sütlaç	Frenk arpası yıkandıktan sonra biraz ile iyice yumuşayana kadar pişirilir. Kaynar su dökülerek helmeleninceye kadar karıştırılarak kaynatmalı. Şeker eklenip eriyince ocaktan alınmalı. Frenk arpasına biraz pirinç veya pirinç unu karıştırılırsa o da nefis olur.	Lokma Saray lokması Su muhallebisi Aşure Süzme aşure Zırva Zerde Paluze Şuruplu paluze Mandalinalı paluze Badem tatlısı Nazlaç

Sonuç

Günümüzde bilimsel gelişmeler, et tüketiminin azaltılmasının sağlığa olan faydalarına yönelik kanıtlar sunmaktadır ve bilim insanları, diyetisyenler sebze, zeytinyağı ve balık tüketimine dayalı Akdeniz tipi beslenme tarzını

önermektedir. Kısıtlı et ve hayvansal ürün tüketiminin sağlığa ve çevreye olan faydalarına yönelik görüşler, popüler kültür ve yeni medya araçlarının etkisi, toplumda görünür olan kişilerin ve şeflerin vejetaryenliği desteklemesi gibi faktörler dünya çapında vejetaryen beslenme biçiminin yaygınlaşmasına ve giderek daha fazla takipçi çekmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla vejetaryen mutfak kültürleri ile ön plana çıkan destinasyonlar vejetaryen gastronomi turistlerini de çekmektedir. Ayrıca vejetaryen mutfak kültürlerinin tüm dünyada bilinirlikleri artmaktadır. Orta Asya'dan Cumhuriyet dönemine kadar Türk mutfak tarihinde vejetaryen yemek çeşitlerinin ele alındığı bu çalışmada şüphesiz eksiklikler olacaktır. Ulaşılan kaynaklar çerçevesinde Türk mutfağında vejetaryen özellikte çorba çeşitlerinin oldukça az sayıda olduğu görülmektedir. Bunun sebebi, Türk mutfağında çorba çeşitleri çok olmakla birlikte besleyiciliğini ve lezzetini arttırmak amacıyla et ve tavuk sularının, çeşitli hayvan etlerinin, tereyağının ve yoğurtlu, yumurtalı meyane kullanımının yaygın olması şeklinde açıklanabilir. Özellikle sebze çorbalarında tereyağı yerine zeytinyağı, et suyu yerine sebze suyu kullanıldığında çoğu çorba çeşidinin vejetaryen dostu olduğu söylenebilir. Aynı durum pilav çeşitleri için de geçerlidir. Sebze yemekleri değerlendirildiğinde ete ve tahıla dayanan Orta Asya ve Selçuklu mutfak kültüründe sebzeler genellikle et ile pişirilmiştir. Zeytinyağlı sebze yemekleri XIX. yüzyıl itibari ile tariflere girmeye başlamış, XX. yüzyılda giderek çeşitlenmiştir. XIX. yüzyılda etsiz dolma (yalancı) çeşitleri, türlü sebzelerden pilakiler, sebze kızartmaları, imam bayıldı çeşitleri ön plana çıkmaktadır. Özellikle patlıcan, kabak, enginar, pırasa yemekleri ön plana çıkmaktadır. Zeytinyağlı baklagil yemekleri de yine aynı yüzyılda ortaya çıkmış, bakla, bezelye, fasulye, börülce ve nohut sıklıkla kullanılmıştır. Şüphesiz salata çeşitlerinde en dikkat çeken papatya ve erguvan salatası gibi çiçek salatalarıdır. Yine marul salatası gül, erguvan ve ayva çiçekleri ile süslenmektedir. O dönemde salatalarda yenilebilir çiçek kullanımı dikkat çekicidir. Salatalarda sos olarak sirke, zeytinyağı ve limon kullanımı yaygındır. Tarator çeşitleri de salatalarda sos olarak kullanılmaktadır. Türkler tarihin her döneminde hemen hemen her çeşit sebze ve meyveden turşu kurmuşlardır. Bu nedenle tarihsel süreç boyunca gelişen turşu çeşitliliği şaşırtıcı değildir. Bu çalışmada börek ve şerbetli tatlıların kapsam dışı bırakılmasının sebebi, hamur tariflerinde yeterli bilgiye ulaşılamaması, ulaşılan tariflerde genellikle yumurta, süt, sadeyağ kullanımının yaygın olmasıdır. Ayrıca börek içlerinde de peynir, süt,

yağ, yumurta kullanımı yaygındır. Ancak bu Türk mutfağında vejetaryen börek ya da şerbetli tatlı bulunmadığı anlamına gelmez. Pek tabii basit hamurdan yapılan bir gözlemeye, zeytinyağında kavrulmuş sebzeli bir iç konulduğunda vejetaryen bir börek olabilir ya da basit bir hamurla yapılan cevizli bir baklavaya zeytinyağı ve şerbet dökülerek vejetaryen bir tatlı yapılabilir. Tablo 7’de görüleceği üzere özellikle aşure çeşitleri, pelteler, muhallebiler, meyve tatlıları, lokma, zerde ve su ile yapılan bir sütlaç olan nazlı aşın ön plana çıktığı görülmektedir. Yine su ve pirinç ile yapılan Zerde, Türk mutfağında özellikle düğün, bayram ve kutlamalarda sunulan bir tatlı çeşididir. Sarı renk Türkler için coşkuyu ve mutluluğu ifade ettiği için zerde tatlısına sarı renk vermek amacıyla safran eklenmektedir.

Özetle belli bir dönemi kapsayan ve sistematik bir literatür sunan bu çalışmanın bulgularından hareketle; Türk mutfağında vejetaryen özellik gösteren yemeklerin çeşitlilik arz ettiği, besleyici, sağlıklı ve lezzetli olduğu düşünülmektedir. Gelecekte Cumhuriyet döneminden itibaren vejetaryen Türk mutfağına ve Anadolu halk mutfağına ilişkin yapılacak çalışmaların Türk mutfağındaki vejetaryen yemeklerin zenginliğini daha açıkça ortaya koyacağı şüphesizdir. Bu nedenle ilgili literatürde vejetaryen Türk mutfağına ilişkin yapılacak çalışmalara ihtiyaç olduğu düşünülmektedir.

Kaynakça

- Alpargu, M. (2008). 12. Yüzyıla Kadar İç Asya'da Türk Mutfak Kültürü. Bilgin, A. ve Samancı, Ö. (Ed.), *Türk Mutfağı*, Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Argunşah, M., & Çakır, M. (2018). 15. Yüzyıl Osmanlı Mutfağı Muhammed Bin Mahmud Şirvani (3. Basım), *İstanbul: Gökkubbe*.
- Aşçıyan, O. (2018). Alaturka ve Alafranga Yeni Yemek Kitabı 1907., *İstanbul: Aras Yayıncılık*.
- Beig, B.B. (2008). A Prática Vegetariana em Rio Claro: Corpo, Espírito e Natureza. Master's Thesis, Universidade Estadual Paulista, São Paulo, Brazil.
- Bijlefeld, M., Zoumbaris, S. (2014). *Encyclopedia of Diet Fads: Understanding Science and Society*, Greenwood.
- Bilgin, A. (2008). Klasik Dönem Osmanlı Saray Mutfağı. Bilgin, A. ve Samancı, Ö. (Ed.), *Türk Mutfağı*, Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Ceyhun Sezgin A., Ayyıldız, S. (2019). Gastronomi Alanında Vejetaryen/Vegan Yaklaşımı; Giresun Yöre Mutfağı'nın Vejetaryen Mutfak Kapsamında İncelenmesi. Siyasi Sosyal ve Kültürel Yönleriyle Türkiye ve Rusya CİLT-1(1), 505-533.
- Choose Veganism (t.y.). Can You Be a Part-Time Vegan? Chooseveganism.org. <https://www.chooseveganism.org/can-you-be-a-part-time-vegan/>
- Cunbur, M. (1982). Mevlana'nın Mesnevisi'nde ve Divan-ı Kebiri'nde Yemekler. Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri, Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Derbyshire, E. J. (2017). Flexitarian Diets and Health: A Review of the Evidence-Based Literature. *Front. Nutr.* 3:55. doi: 10.3389/fnut.2016.00055
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5216044/>
- Dietitians of Canada (t.y.). Eating Guidelines for Lacto-Ovo Vegetarians. <https://www.mountsinai.on.ca/care/fammed/patientresources/nutrition/vegetarian.pdf>
- Doğan, F. (2008). Osmanlı Devletinde Zeytinyağı Üretimi ve Tüketimi. Bilgin, A. ve Samancı, Ö. (Ed.), *Türk Mutfağı*, Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Esiner Özen, M. (2015). Ağdiye Risalesi., *İstanbul: İşaret Yayınları*.
- Halıcı, F. (1992). Ali Eşref Dede'nin Yemek Risalesi. *Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu. Atatürk Kültür Merkezi Yayını, Sayı:62, Türk Kültüründen Görüntüler Dizisi sayı: 17.*

- Harvard Medical School (2020) Becoming a vegetarian. <https://www.health.harvard.edu/staying-healthy/becoming-a-vegetarian>
- Hill, A., (2019). Ovo-Vegetarian Diet: A Complete Guide and Meal Plan. Healthline. <https://www.healthline.com/nutrition/ovo-vegetarian-diet#what-it-is>
- India Times (2019). What is Lacto-Vegetarian Diet and What Are Its Benefits?. <https://timesofindia.indiatimes.com/life-style/food-news/what-is-lacto-vegetarian-diet-and-what-are-its-benefits/articleshow/70327113.cms>
- Işın, M. P. (2019). Mahmud Nedim bin Tosun Aşçıbaşı Bir Osmanlı Subayının Yemek Kitabı (4. Basım)., *İstanbul: YKY.*
- Işın, M. P. (2018). Fenn-i Tabâhat 1340-41 (Aşçılık Bilimi 1921-1923)., *İstanbul: Kitap Yayınevi.*
- Işın, M. P. (2020). Avcılıktan Gurmeliğe Yemeğin Kültürel Tarihi (3. Basım). *İstanbul: YKY.*
- Işın, M. P. (2020a). Bereketli İmparatorluk: Osmanlı Mutfağı Tarihi. VakıfBank Kültür Yayınları. *İstanbul: Ofset Yapımevi.*
- Işın, M. P. (2021). Aşçı Mektebi İstanbul'un Birinci Sınıf Aşçıbaşılarının Muavenetiyle, 1920. *İstanbul: Kitap Yayınevi.*
- Jacimovic, D.(2022). Global Vegetarian Statistics. <https://dealsonhealth.net/vegetarian-statistics/#:~:text=There%20are%20an%20estimated%201.5%20billion%20vegetarians%20globally.&text=According%20to%20the%20latest%20survey,world%20is%20estimated%20at%2022%25>.
- Jones, T., (2017). The Raw Food Diet: A Beginner's Guide and Review. Healthline. <https://www.healthline.com/nutrition/raw-food-diet>
- Kaşgarlı Mahmud, (1986). Divânü Lugâti't-Türk Tercümesi, 4. Cilt, (Çev: Besim Atalay), Türk Dil Kurumu Yayınları 523, Ankara.
- Key, T., Davey, G., & Appleby, P. (1999). Health Benefits of a Vegetarian Diet. *Proceedings of the Nutrition Society*, 58(2), 271-275.
- Kut, G. (2021). Ağız Tadı Türklerde Yemek Kültürü. Büyükkarcı Yılmaz, F. (Haz). *İstanbul: Simurg Kitapçılık.*
- Kut, G., & Dağdeviren, M. (2017). Kitâb-ı Me'külât Bilinmeyen bir Osmanlı Yemek Kitabı., *İstanbul: Ruhun Gıdası Kitaplar.*
- Kut, T. (2018). Ev Kadını Ayşe Fahriye., *İstanbul: Çiya Yayınları.*
- Kültürel, Z., & Koç, A. (2019). Mükemmel ve Mufassal Aş Ustası., *Konya: Palet Yayınları.*
- McGrane, K., (2019). Do Some Vegetarians Eat Chicken? The Pollotarian Diet Explained. Healthline. <https://www.healthline.com/nutrition/pollotarian#:~:text=A%20pollotarian%20diet%20is%20a,seafood%20are%20considered%20pesce%2Dpollotarians>

- Olfert, M. D., Wattick, R. A. (2018). Vegetarian Diets and the Risk of Diabetes. Lifestyle Management To Reduce Diabetes/Cardiovascular Risk. <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s11892-018-10709.pdf?pdf=button>
- Piranyan, B. (2008). Aşçının Kitabı. Tovmasyan, T. (Çev .). *İstanbul: Aras Yayıncılık.*
- Samancı, Ö. (2008). İmparatorluğun Son Döneminde İstanbul ve Osmanlı Saray Mutfak Kültürü. Bilgin, A. ve Samancı, Ö. (Ed.), *Türk Mutfağı., Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.*
- Samancı, Ö. (2017). Yeni Yemek Kitabı., *İstanbul: Çiya Yayınları.*
- Samancı, Ö. ve Croxford, S. (2006). XIX. Yüzyıl İstanbul Mutfağı., *İstanbul: Medyatik Yayınları.*
- Smith, A. F. (2013). The Oxford Encyclopedia of Food and Drink in America. Oxford University Press.
- Şahin, H. (2008). Türkiye Selçuklu ve Beylikler Dönemi Mutfağı. Bilgin, A. ve Samancı, Ö. (Ed.), *Türk Mutfağı., Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.*
- Taşkın, G. (2016). Melceü't-Tabbahin (Aşçıların Sığınağı) 1844., *İstanbul: Çiya Yayınları.*
- The Vegan Society (t.y). What is Veganism?. Vegan Society. <https://www.vegansociety.com/go-vegan/definition-veganism>
- The Vegetarian Resource Group, (t.y.). Vegetarianism in a Nutshell. <https://www.vrg.org/nutshell/nutshell.htm>
- Yerasimos, M. (2008). Osmanlı Döneminde Rum Mutfakları. Bilgin, A. ve Samancı, Ö. (Ed.), *Türk Mutfağı., Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.*

BÖLÜM 16

MODADA HAZIR GİYİM TASARIMI VE ÜRETİMİNDE DİJİTAL TEKNOLOJİ KULLANIMI

Prof. Dr. Ziyet ÖNDOĞAN*

Dr. Öğr. Üyesi Ece Nüket ÖNDOĞAN*

* Ege Üniversitesi Moda ve Tasarım Yüksekokulu, Orcid: 0000-0002-8597-2727,
ziynet.ondogan@ege.edu.tr

* Ege Üniversitesi Moda ve Tasarım Yüksekokulu, Orcid: 0000-0002-8949-4611,
ece.nuket.ondogan@ege.edu.tr

GİRİŞ

Günümüzde serbest piyasa ekonomisi, özellikle küresel pazarlarda rekabetin çok artmasına neden olmuştur. Ekonomik sistem içerisinde kaynakların en verimli şekilde kullanılması rekabet edebilirlik açısından çok önemlidir. Ekonomi kıt kaynakların en doğru şekilde yönetimini içermektedir. Verimlilik kavramı ise, ürün elde edebilmek için kullanılan girdinin elde edilen çıktıdan daha az olmasını ifade etmektedir. Verimlilik hazır giyim sektörü için olduğu kadar ekonominin bütünü için de önemlidir. Kaynak kullanımı ve verimlilik konusunda en önemli faktör insan ve teknolojidir. Tüm bu değerlendirmeler emek yoğun bir üretim sektörü olan hazır giyimde, verimlilik kavramının neden bu kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Diğer yandan rekabet gücünü etkileyen en önemli etkenlerin başında da tüketici taleplerinin en kısa sürede, en iyi şekilde karşılanarak, istenilen kalitenin müşteriye sunulması gelmektedir. Üretim teknolojilerinin geliştirilmesinde ürün tasarım süreci ile, proses analizinde uygulanan üretim teknikleri önem taşımaktadır. Üretim ve üretimi destekleyen araçların hızla dijitalleşmesi, kontrol ve analiz fonksiyonlarını destekleyebilen artan miktarda etken ve sensör verilerinin kaydedilmesiyle sonuçlanmaktadır (Lasi et al., 2014). Ancak burada önemli olan bu sistemlerin birbirleri ile uyum içinde olması gerekmektedir.

Moda kavramı komün hayatın başlaması ile birlikte insanların hayatında yerini almıştır. Aslında moda bütün sektörleri içermesine rağmen, moda dendiğinde ilk akla gelen hazır giyim olmaktadır. Giyim insanların en temel ihtiyaçları arasında yer almasına rağmen, hazır giyim tüketiminde moda ve istekler ön plana çıkmaktadır. Markalar tüketicilerin değişen ve artan taleplerini karşılamak için moda kavramı içerisinde üretimlerini ve pazarlama stratejilerini sürekli olarak değiştirmektedirler. İnsanların en temel ihtiyaçlarından giyinme ihtiyacına yönelik hazır giyim üretimi gerçekleştiren konfeksiyon sektörünün diğer sektörler gibi gelişerek sanayi dalına dönüşmesi İngiltere’de, endüstriyel uygarlığın başlangıcı kabul edilmiştir (McClellan III ve Dorn, 2008). Günümüzde gelişen teknolojinin getirisi olarak artan rekabet ile birlikte markalar endüstri 4.0 sürecinde giderek üretim ve proses yönetimi süreçlerini dijitalleştirmektedirler. Özellikle dünyanın 2019 yılından beri yaşadığı pandemi süreci markaların da hızla dijitalleşmesine neden olmuştur.

Dünya giderek küresel bir pazara dönüşürken, dijitalleşme ile birlikte sürekli ve hızlı bir teknoloji evrimi yaşanmaktadır. Dijital bilgi çağında

kullanılan teknolojiler ile elde edilen yapılandırılmış ve yapılandırılmamış veriler, işletmeleri ve ülkeleri tamamen etkisi altına almış durumdadır. Bu teknolojiler, tasarımdan, üretime, pazarlamadan yönetim stratejilerine kadar bütünün parçası olarak işlemleri kolaylaştırıp, verimliliği arttıracak şekilde ürün veya hizmetlerin tasarımının gerçekleştirilmesinde, yapısal modellerin entegrasyonlarının bulut uygulamalarıyla nasıl bağlantılı hale getirileceğinde önemli işlevlere sahiptirler.

Endüstri 4.0 sürecinin getirisi olarak tüketicilerin yaşam tarzlarının ve taleplerinin değişmesi, pazardaki yoğun rekabet, rekabet ile birlikte pazara giriş hızının artması, teknoloji ve rekabet sonucu ürün yaşam süreçlerinin kısılması dijital teknolojilerin diğer sektörler gibi hızla hazır giyim sektörüne de girmesine neden olmuştur. Endüstri 4.0, küresel ağlarda rekabet gücünü artırmayı ve değer yaratmayı yeniden dengelemeyi amaçlayan önemli bir süreçtir. Ürün ve üretimin dijitalleştirilmesi yoluyla ürün kalitesini ve üretim ölçeklenebilirliğini ve bireyselleştirmeyi geliştirirken üretim maliyetlerinin düşürülmesini hedeflemektedir. Ürünler ve üretimleri dijitalleşme ile bilişsel hale gelmekte ve müşteri ihtiyaçlarına veya üretim varyasyonlarına daha iyi uyum sağlayabilmektedir (Armengaud et al., 2017). Diğer sektörler ile paralel olarak hazır giyim sektöründe de bilgisayar kullanımında son 30-40 yılda büyük bir artış görülmüştür. Bu gelişme bilgisayar sektörünün hiçbir alanında CAD/CAM'de olduğundan daha hızlı gerçekleşmemiştir. Modada hazır giyim sektörü, gelişen teknolojilerin getirisi olarak gelen dijitalleşme ile üretim geliştirme, planlama, pazarlama, yönetimi içeren birçok süreçte verimlilik, kârlılık ve ekonomikliği sağlamak için sürekli yenilikçi çözümleri tasarlama üzerine yoğunlaşmaktadır. Hazır giyim sektörü, "bilgi teknolojisi" söz konusu olduğunda en az diğer sektörler kadar iddialı ve modernidir. Bu durum, fotoğraf gerçekliğinde fikir tasarımları için uzman sistemlerden başlayarak fabrikadaki sayısal kontrol makineleri, iplik makineleri, örgü–dokuma makineleri, kalıp ve kesim planı hazırlama sistemleri, otomatik kesiciler ve taşıyıcı sistemlere kadar çeşitlilik göstermektedir.

Üretim süreçlerinin dijitalleşmesi maliyet ve süre gibi kriterleri olumlu yönde etkilerken, pazarda da rekabet gücünü arttırmaya yardımcı olmaktadır. Endüstri 4.0 ile birlikte tasarım, üretim ve tedarik zincirinde önemli bir rol oynayan dijital teknolojiler hazır giyim sektöründe de tasarımdan üretime, tedarikten, lojistiğe, satın almadan satışa kadar artık üretim ve proses yönetimi

sürecinin her aşamasında kullanılmaktadır. Bu tür sistemlerin amacı, ürünleri daha etkin bir şekilde üretmek için gerekli olan sistemleri ve işlevleri elektronik olarak birleştirmektir.

Dijitalleşen çağda günümüzde artık küresel pazarda rekabet üstünlüğü sağlamak isteyen birçok şirket, üretim, pazarlama ve işletme içerisindeki birimlerinin neredeyse bütün alanlarında bilgisayar teknolojilerini kullanmaktadırlar. Kullanılan dijital teknolojiler, bilgisayar destekli tasarım CAD, CAM, bilgisayarla tümleşik üretim (Computer Integrated Manufacturing-CIM), PDM ve PLM, 3 boyutlu (3D) yazıcılarla tasarım ve üretim, elektronik devreler, sunucular, dijital muhasebe sistemleri, dijital personel sistemleri, dijital arşivleme, giysi simülasyonu, sanal vitrinler, sanal defileler, tasarım yazılımları, yapay zekâ, bulut teknolojisi, IoT, RFID teknolojisi gibi birçok bileşeni içermektedir (Fernandez, 2021).

CIM; manuel gerçekleştirilen insan sistemleri ile bilgi sistemlerini ve üretim sistemlerini entegre ederek üretim operasyonlarının entegrasyonunu gerçekleştirmektedir. CIM; en basit tanımı ile bilgisayarların kullanımı yoluyla üretim süreçlerinin birbirine bağlanması anlamına gelmektedir. Dijital tasarımda kullanılan ve bilgisayar destekli tasarım (CAD) olarak adlandırılan dijital tasarım programları, desenlendirme, 2B ile 3B kalıp hazırlama, renklendirme, 3B sanal giydirmeye, dijital giyim, tedarik zincirine kadar artık birçok alanda kullanılmaktadır (Öndoğan, 1994). Son yıllarda kullanılan CAD sistemleri üretimde, pazarlamada ve işletmenin bütününde ekonomikliği ve verimliliği de arttırmaktadır (Liu ve Gang, 2003).

CAD; tasarımların bilgisayar ortamında hazırlanması için bilgisayar yazılımlarının kullanılması tasarımların iyileştirilmesine olanak sağlar. Böylece üretim sürecini hızlandırıp verimliliğini artırırken, pazarlama çalışmalarını da hızlandırır ve daha etkin hale getirir (Meng et al., 2010). Bilgisayar destekli tasarım genel olarak, yazılımlar ile endüstriyel veya sanatsal tasarımların oluşturulması, düzenlenmesi, hatalarının en aza indirgenmesi için bilgisayarlar olanaklarını kullanmak olarak tanımlanabilir. Bilgisayar destekli üretim (CAM) sistemleri, üretim hazırlığı ve üretimin kalıcı optimizasyonu için gerekli olan sistemin ve makinelerin hızlı kurulumu, veri depolama ve veri tabanlarının arşivlenmesine olanak tanımaktadır (Kovačević et al., 2019).

Bu çalışmada, hazır giyim işletmelerinde tasarımdan üretime, tedarikten, lojistiğe, satın almadan satışa kadar tüm proseslerde kullanılan dijital teknolojiler irdelenmiş ve konuya ışık tutulmaya çalışılmıştır.

1. DİJİTALLEŞME

Dijitalleşme, işletmelerin pazarda veya işletmede olmayan bir iş modelini geliştirmek ya da mevcut modeli değiştirmek, pazarda rekabet gücünü arttırabilmek için marjinal gelir ve değer yaratan fırsatları yakalayabilmek için dijital teknolojileri kullanılırken; işletmelerin her türlü çalışmasında dijital bir işletmeye dönüşüm sürecidir. Dijitalleşme, yazılı ve sözlü iletişimin herkesin anlayabileceği elektronik iletilere dönüştürülmesidir (Grundsell, 2019). Dijitalleşme, dijital olsun veya olmasın gerekli olan bütün verileri, iş akışlarını kolaylaştırmak ve daha etkin yapmak için otomasyona adapte ederek bilgisayarlar tarafından kullanılabilecek dijital formata dönüştürme sürecini içermektedir. Dijitalleşme, mevcut bir iş ya da üretim modelini değiştirip, kazandırdığı değer ile marjinal gelir yaratma sureti ile fırsatlar sağlamak amacı ile dijital teknolojilerin sistemde kullanılması; sonuç olarak geleneksel bir işletmeden sistemleri dijitalleştirilmiş işletmeye geçiş sürecini ifade etmektedir (Gray, & Rumpe, 2015). Basit bir ifade ile fiziksel verilerin dijital dosyalara dönüştürülmesidir.

Dijitalleşmenin amacı; işletmelerin daha iyi ve akıllı yazılımlar gibi ileri teknolojileri uygulayabilmeleri için otomasyonu sağlamak, veri işlemeyi ve değerlendirmeyi etkinleştirerek veri kalitesini arttırmak ve tüm bu verileri toplayıp yapılandırmaktır. Dijitalleşmede, dijitalleştirilmiş veriler, harekete geçmek ve değişim yaratmak için kullanılabilir bilginin temelini oluşturmaktadır (Gooble, 2018).

Teknolojideki gelişmeler ile hem iş hayatına hem de özel hayata giren bilgisayarlar ve dijital teknolojilerin hayata geçmesi, yaygın olarak Üçüncü Sanayi Devrimi olarak kabul edilir. Çoğu, dijital inovasyonlar üzerine kurulu ve yapay zekâdan (AI), otomasyona, nesnelerin interneti (IoT), yapay zekâ (AI), ve 3D baskı gibi unsurları içeren Dördüncü Sanayi Devrimi'nde ise dijitalleşme, işletmeleri tamamen etkisi altına almıştır. Sonuç olarak; dijitalleşme, gelişmekte olan birçok teknoloji ve dijital altyapıdan yararlanarak geleneksel hazır giyim tedarik zinciri (CSC) kavramları, modelleri ve uygulamalarını geliştirmiştir.

Günümüz küresel pazarında bir üretim biriminin temel gereksinimi; pazarın trendlerini karşılamak ve potansiyel müşterilerini memnun etmek için her açıdan rekabetçi pazara ayak uydurmaktır. Moda endüstrisinde hazır giyim sektörü, diğer sektörler gibi dijitalleşme ile otomasyonun her aşamaya dahil edildiği bir sistemde çok daha hızlı bir büyüme göstermektedir. Hızla gelişen rekabetçi endüstriyel ortama bilgisayarların müdahalesi verimlilik, maliyet-etkinlik ve zamandan tasarruf yaklaşımı açısından avantaj sağlamaktadır. Söz konusu sistemlerde, üretim yöntemlerinin düzenlenmesi, iki boyutlu model tasarım yazılımları, model oluşturma, giysi kalıplarının serilendirilmesi ve gelecekte tekrar kullanım için arşivleme amacıyla yazılım içinde model kitaplıkları oluşturma için işlevler yerine getirilmektedir. Ayrıca özellikle günümüzde ön plana çıkan sanal ortamda geliştirilen modelleri 3B olarak sanal avatara ya da sanal mankene giydiren böylece kapsamlı fiziksel numune oluşturma sürecini ortadan kaldıran üç boyutlu (3B) yazılımlar kullanılmaktadır (Tama, Şen Kılıç, Öndoğan, Nizamoğlu, 2016). Bu sistemlerde yapılan belli başlı eylemler; 3B tarama, haritalama, belirli antropometrik verileri kullanarak vücut ve yüz özelliklerine göre özelleştirilmiş avatarlar ve özelleştirilmiş giysiler, CAD/CAM yazılımlarının yenilikçi yollarından bazılarıdır.

2. HAZIR GİYİMDE DİJİTALLEŞME

Günümüz çağının getirdiği teknoloji devrimleri ile birlikte günlük ve ticari hayata giren dijitalleşme kavramı artık her alanda insan yaşamını, iletişimi, üretimi, pazarlamayı, tedarik zincirlerini, lojistiği ve birçok alanı etkilemektedir. Dijitalleşme, diğer sektörlerde olduğu gibi hazır giyim sektöründe de daha verimli kumaş siparişi, ürün tasarımı, üretim yönetimi, stok yönetimi, lojistik yönetimi, pazarlama yönetimi gibi birçok alanda kullanılmaktadır. Dijitalleşme esneklik, hız, verimlilik, ekonomiklik gibi birçok konuda işletmelere kolaylıklar sağlamaktadır. Özellikle dünyanın 2019 yılından beri yaşadığı pandemi süreci birçok alanda dijitalleşmenin hızla etkin hale gelmesine ve işletmelerin dijitalleşmeye yönelmesine neden olmuştur.

İşletmelerde üretim verimliliğini arttırmak için birçok etken söz konusudur. Verimlilik, bu ana etkenler ve kullanım şekilleri ile doğrudan ilişkilidir. Verimliliği etkileyen temel etkenler arasında yer alan “teknoloji” etkeni rekabette çok önemli bir role sahiptir ve itici görev üstlenmektedir. Üretim sürecinde dijitalleşmenin uygulanması, süreçler genelinde daha iyi

izleme sağlarken verimliliği, kaliteyi, şeffaflığı ve esnekliği arttırmaktadır (Müller et all., 2018). Hala emek yoğun bir sektör olan hazır giyimde, küreselleşen pazarda özellikle günümüz pandemisinin de etkisi ile işletmeler hızla dijitalleşmektedir. Artan teknoloji ile birlikte gelen uzmanlaşma da hazır giyim işletmelerinde dijitalleşmeye uyum sağlayan nitelikli eleman istihdamını arttırmaktadır. Dijitalleşen küresel pazarda işletmeler açısından rekabet gücünü belirlemede temel etkenler: Tasarım, Üretim yönetimi, Tedarik zinciri yönetimi, Yenilikçi yaklaşımlar, Marka imajı, Sermaye, Nitelikli işgücü, Hammadde, Teknoloji, Güvenilirlik, Uzmanlaşma, Kalite, Standardizasyon, Kapasite esnekliği, Ar-Ge, Yatırım yapabilme gücü, Maliyetler, Satış sonrası hizmetler, Müşteri ilişkileri, Stok yönetimi olmak üzere sıralanabilir. Bu etkenlere işletmenin hedefleri, içinde bulunduğu pazar, hedef kitlesi, dijitalleşme çalışmaları, sürdürülebilirlik çalışmalarına göre birçok etken daha eklenebilir.

Ülkeler küresel pazarda rekabet güçlerinin artması için genel olarak aşağıdaki yöntemleri izlemektedirler:

- Yeni teknolojiler ile maliyetleri indirgeme
- Yenilikçi ürün politikaları geliştirme
- Uluslararası pazarda koruma önlemleri alma
- Pazarda teknoloji destekli etkin iletişim sistemleri kurma
- Dijitalleşmeyi sağlama
- Nitelikli kaynak kullanımını artırma
- Sosyal yapı, fiziki koşullar ve ekonomik yapıyı iyileştirme
- Girişimciliği teşvik etme
- Üniversite ve sanayi işbirliğini artırma
- Patent ve fikri mülkiyet haklarını koruma

Pazardaki değişen tüketici yapısı, maliyetler, talepteki değişimler, dijitalleşme süreci hazır giyimdeki rekabet gücünü doğrudan etkilemektedir. Günümüzde dijitalleşen pazarda hazır giyim işletmeleri pazarda söz sahibi olabilmek için tasarıma daha çok önem vermektedirler. Çünkü değişen rekabet koşullarında tasarım ürünün satılmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Güçlü tasarımlarda dijitalleşme de önemli bir yere sahiptir. Dijitalleşme ile gelen teknolojiler tasarımdan, üretime, lojistiğe, depolamaya, pazarlamaya kadar her aşamada hazır giyim işletmelerine aşağıdaki yararları sunmaktadır:

- İş gücü verimliliğini artırma

- Üretim maliyetlerini azaltma
- Hammadde maliyetini azaltma
- Talebe göre üretim yöntemlerinin hızla düzenlenebilmesi
- Model çeşitlendirme sağlayıp, koleksiyonları çeşitlendirme
- Ürün tasarımı ve üretimde verimlilik sağlama
- Sürekli kalite sağlama
- Sarfiyatı minimize etme

Hazır giyim üretiminde üretim öncesi hazırlık aşaması ve üretim aşaması olmak üzere iki temel aşama yer almaktadır. Her iki aşamada da dijital sistemler kullanılmaktadır. Üretim öncesi hazırlık aşamasında tasarım ve Ar-Ge çalışmaları ön plandadır. İşgücünün yoğun olduğu bu aşamada günümüzde teknoloji de önemli yere sahiptir. Üretim öncesi aşamalarda kullanılan işgücü fazlalığı maliyet ve zaman kaybına yol açarken, insan kaynaklı hatalar ürünün müşteriye ulaştıktan sonra bile sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Dijital teknolojiler ile özellikle, ürün tasarımı, giysi kalıbı hazırlama ve serilendirme, kumaşların kesimi gibi aşamalarda ortaya çıkan işgücünden kaynaklı hatalar ve yüksek kumaş fireleri en aza indirgenirken sağlanan maksimizasyon ile üretimde de verimlilik arttırılmaktadır. Üretim öncesi hazırlık döneminde kullanılan CAD sistemleri, işletmeye ve amaca uygun seçilip, kullanıldıklarında, olası sorunlara yönelik en uygun çözümlerin üretilmesini sağlamaktadır. Böylece en kısa sürede kendi yatırım maliyetlerini karşıladıkları gibi, üretimde de standardizasyonu, kaliteyi ve verimliliği arttırırken, maliyetleri ve üretim zamanlarını da azaltmaktadırlar.

Üretim aşaması ve sonrasında ise programlama özelliklerine sahip dijital dikiş makineleri, serim sistemleri, kesim makineleri, üretim sırası ve sonrası aşamada otonom robotların kullanıldığı taşıma sistemleri, kontrol edilebilir tedarik zincirleri işletmelere sağladığı yüksek teknoloji ile hataları en aza indirgerken, verimliliği arttırmakta ve maliyet avantajı sağlamaktadır.

Hazır giyimde dijitalleşme anlamında kullanılan sistemler temel olarak; CAD, CAM, CIM, PLM ve PDM olarak yazılabilir. Bu sistemlerin getirdiği bir çok kullanım kolaylığı ve işlevselliği ile hazır giyim işletmelerinde tasarımdan, üretime, tedarige, pazarlamaya kadar bir çok eylem gerçekleştirilebilir. Bu da hazır giyim işletmelerine önemli bir işgücü, zaman, maliyet ve verimlilik avantajı sağlar.

2.1. Bilgisayar Destekli Tasarım (CAD)

CAD sistemi, tasarımcının tasarladığı giysilerin sanal olarak tasarlanmasına yardımcı olmak için bilgisayar uygulamalarında kullanılan bir dizi yazılım aracıdır. Herhangi bir tasarıma boyut kazandırmaya, üzerinde değişiklikler denemeye, renklendirmeye, tasarımı talebe göre yeniden düzenlemeye, arşivlemeye, farklı birimler, ekipler ve işletme arasında tasarımı ilgili veri ve bilgi alışverişine, gelecekteki analizler için tasarımların ilerlemesini eklemeye yardımcı olmaktadır (Öndoğan ve Erdoğan, 2006).

CAD, bir ürün, hizmet veya sistem tasarımının bilgisayar destekli olarak biçimlendirilmesini ifade etmektedir. Bir ürünün geometrik tasarımı, resimlenmesi ve bütün analizlerinin yapımını gerçekleştiren bir bilgisayar donanım ve yazılım sistemidir. Üretimi planlanan ürünün zihinde canlandırılmasına yardım eder. Tasarımcı CAD yardımı ile zihninde tasarladığı fikirlerin görüntüsü elde edebilmektedir. CAD sistemleri; hazır giyim sektöründe renk ve desen açısından, dokuma, örme ve kumaş yüzeylerinin tasarımı ile giyside model tasarımı, giysi kalıbı hazırlama ve düzeltme, dijital olarak serileme ve dijital kesim planı hazırlanmasında kullanılır. Hazır giyim tasarımında CAD sistemleri ile giysilerin iki veya üç boyutlu tasarımları yapılabilmektedir (Öndoğan, 1994). CAD sistemleri içerisinde; renklendirme, dokuma veya örme kumaş üretimi, baskı ve nakış deseni oluşturma, giysi modelinin tasarımı, kalıp tasarımı, dijital serileme, kesim planını oluşturma ve üretim takibi sistemleri yer almaktadır.

CAD yazılımları hazır giyim sektöründe giysi tasarımı ve sunumunda önemli görevler üstlenmektedir. Gelişen teknoloji ile birlikte dijitalleşmenin sonuçları olarak hazır giyim sektöründe özellikle son 30-40 yılda çok ciddi değişimler ve gelişmeler olmuştur. Hazır giyim işletmelerinin müşteri taleplerine göre, coğrafik, ekonomik, demografik ve vücut özelliklerini dikkate alarak hazırladıkları kreasyonlar “hazır giyim koleksiyonu” olarak adlandırılmaktadır. Özellikle küresel pazarda hazır giyim markaları ürün tasarımlarında, koleksiyon hazırlamada ve üretim yöntemlerinde CAD yazılımlarına çok daha fazla yer ayırırken, dijital tasarım ile geleneksel tasarımları, üretimle de birleştirmektedirler. Çünkü CAD sistemleri birçok kolaylık sağlarken, bütün bunların da entegrasyonunu gerektirmektedir (Lee, 2014). Özellikle 2000’li yılların başlarından itibaren büyük bir gelişme

kaydeden CAD sistemleri günümüze geldiğinde çok hızlı bir gelişim göstermiştir (Ashdown, 2013).

Dijitalleşme hazır giyim işletmelerini de müşteri odaklı çalışmaya daha çok yönlendirmektedir. Müşterilerin artık her ürüne çok daha kolay erişebilmesi pazardaki rekabeti de çok arttırmıştır. Özellikle pandemi sürecinde tüm dünyada yaşanan kriz sonucu, dijitalleşme tamamen ön plana çıkmıştır. Bu süreçte dijitalleşen işletmeler pazarda büyük üstünlük sağlamışlardır. İşletmeler sadık müşterilerini ve pazardaki rekabet güçlerini arttırabilmek adına giderek müşterilerin birbirinden farklı isteklerine cevap verebilmek için kişiye ya da kitlelere özel üretim (mass customization) stratejisini daha çok benimsemeye başlamışlardır. Kişiye ya da kitlelere özel tasarlanmış ve üretilmiş hazır giysileri tasarlamak ve üretmek için de Bilgisayar destekli tasarım (CAD) yazılımları hazır giyim sektöründe tasarım ve üretim verimliliğinde büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Bu nedenle hazır giyim markaları özellikle 2000'li yıllara doğru CAD sistemlerini yaygın olarak kullanmaya başlamışlardır. CAD yazılımları ile 2B ve 3B tasarımlar gerçekleştirilip, talebe göre renklendirilip desenlendirilirken, giysi simülasyon programları ile de daha ürün üretilmeden sanal mankenlere (demi) giydirilerek giysinin kalıbının ve görüntüsünün sanal olarak kontrolü sağlanmaktadır (Wang et al., 2005).

CAD sistemleri hazır giyim sektöründe farklı alanlarda kullanılmaktadır;

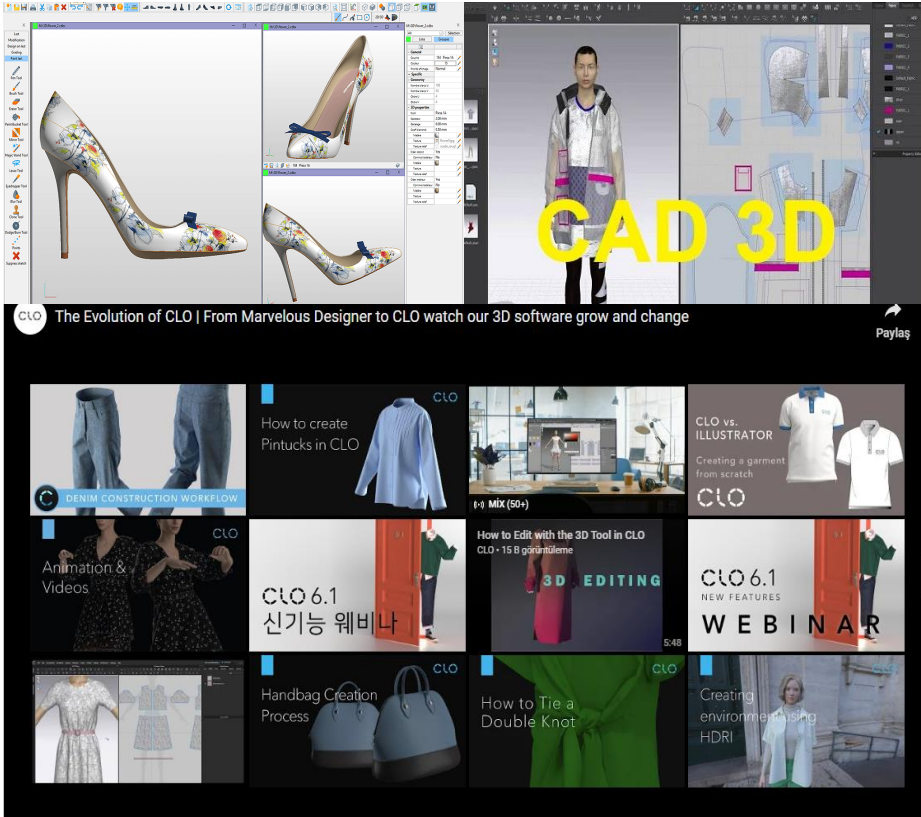
- Moda stillerinin tasarımında, yaratıcı tasarımların gerçekleştirilmesi
- Kalıpların çıkartılması, düzenlenmesi, serileme ve pastal hazırlığında teknik açıdan giysi kalıplarının tasarımının yapılması
- Ürün bilgileri ile üretim hattındaki ürünün iş akışının içinde bulunduğu iş akışını (work flow) kontrol etmek için, ürün bilgi yönetimi (Product Data Management – PDM) kullanımı.

CAD; CIM'in mühendislik ve tasarım alt sistemlerinden biridir. CAD sistemleri, üç elemanın birleşiminden oluşur. Bunlar; sayısallaştırıcı (digitizer), çalışma istasyonu (workstation) ve çizici (plotter)'dir. Tasarım ve üretimde kullanılan CAD sistemlerinin; grafik etkileşimler, geometrik modelleme, analiz, test ve çizim olmak üzere beş temel işlevi bulunmaktadır. Grafik etkileşimler; veri giriş-çıkış ortamlarıyla ilgili iken, diğerleri; yazıcılar, çiziciler ve sayısallaştırıcılardır. CAD sistemleri modada hazır giyim sektöründe; kumaş tasarımı, giysi tasarımı, aksesuar tasarımı, kalıp tasarımı, serilendirme,

renklendirme, kesimhane çalışmaları gibi farklı alanlarda kullanılmaktadır (Şen Kılıç, 2019).

CAD sistemleri, moda illüstrasyonları yaratmak üzere bir dizi fonksiyonla donatılmıştır. Bu fonksiyonlardan bazıları; Elle çizim; dijital çizim; Farklı boyama teknikleri; çeşitli boyama yöntemleri ve araçları; hazır desen şablonları; yüzeyler için raporlama teknikleri; Desen boyutlandırma; Desen özelliklerini oluşturma; Desen renklendirme; Desende ve modelde gölgelendirme; Hazırlanan deseni modele yerleştirme; Manuel çizimleri, tarayıcı yardımı ile bilgisayar ekranına aktarmadır (Resim 1.).

Resim 1. CAD sisteminde giyim tasarımı örnekleri



www.sculpteo.com/en/3d-learning-hub/3d-printing-software/best-cad-fashion-design-software/
www.clo3d.com/zh/resources/notices/304

2.2. Bilgisayar Destekli Üretim (CAM)

CAM, işletmelerde her türlü malzemenin ve iş akışlarının düzenlenmesi, üretim planlaması, üretim yönetimi ve kontrolündeki her aşamada bilgisayarların kullanımınıdır. Genel bir tanımla CAM; işletmelerde ürünün üretim süreci aşamalarına yardımcı olmak, aşamaları kolaylaştırmak, otomasyona dönüştürmek için bilgisayar yazılımı kullanan bir üretim sürecidir. CAM; insan kaynaklı hata payının en aza indirilmesini sağlamak için Bilgisayar destekli olarak gerçekleştirilen üretimi ifade etmektedir. CAM programlarında üretim, bilgisayar sistemlerinin direkt makineleri veya parçaları kontrol etmesi ile sağlanmaktadır. CAD sistemi ile koleksiyonda kullanılacak kumaşların yüzey ve desen tasarımı yapıldıktan sonra, CAM sistemleri ile de istenilen tasarım özelliklerine uygun olarak kumaşların veya hazır giysilerin makine tarafından gerçekleştirilen üretimi kontrol edilebilmektedir. Hazır giyim sektöründe de kumaşların kesiminden, dikimine, üretim hattındaki üretim istasyonlarına iş gönderilmesine, üretim özelliklerine göre dijital dikiş makinelerinin işlevlerinin düzenlenmesinde CAM sistemlerinden yararlanılmaktadır. CAM sistemleri; bilgisayarlı dikiş makinelerini, kumaş serim ve kesim sistemlerini, bilgisayarlı otomasyon üretimlerini, bilgisayarlı iplik, nakış makinelerini ve üretimde gerçekleştirilen birçok otomasyon sistemini içermektedir.

Bilgisayar destekli üretimin işlevleri iki gruba ayrılabilir:

- İzleme ve kontrol işlevi: Bilgisayar donanım ve yazılımlarının doğrudan üretim içinde kullanılması
- Destekli üretim işlevi: Bilgisayarların üretim içerisinde yer almadan, üretime destek vermesidir.

2.3. Bilgisayarla Tümüleşik Üretim (CIM)

CIM, en basit tanımı ile bilgisayarların kullanımı yoluyla üretim süreçlerinin birbirine bağlanması anlamına gelmektedir. Söz konusu, bilgisayarlar aracılığı ile üretim süreçlerinin birbirine bağlanması, üretim verilerinin değiş tokuşu için bir iletişim bağlantısıdır. Bu bağlantı tam entegrasyon için, tüm süreçlerin birbirine bağlanması demektir. Uygulamada, bağlama yalnızca aşamalar halinde gerçekleştirilir, bu nedenle entegrasyon her zaman yalnızca parça parça gerçekleştirilir. CIM, tanımı gereği bilgisayar tabanlı olduğundan, CIM'in ne ölçüde gerçekleştirilebileceği bilgisayar

kullanımına bağlıdır. Veriler, üretim verimliliği ile şirketin kârlılığını artırmak için hedefe ulaşmada proses/makine kontrolü veya yönetim bilgileri için kullanılabilir. Bu kavram normalde süreçlerin otomasyonu ile ilişkilendirilir ve ama bu yine de, CIM'in uygulanabilmesi için üretimin otomasyona dönüştürülmesini gerektirmez. CIM kavramı söz konusu olduğunda, üretim kavramı en geniş hali ile ele alınır. Hazır giysi üretimi için giysinin tasarımından başlayarak tüketiciye ulaşıncaya kadarki her aşamayı içerir. Burada önemli olan bu süreçlerin sonunda çıkan hazır giysiyi hedef tüketicinin kabul etmesidir.

Hazır giyim sektöründe kullanılan CAD/CAM sistemleri; hazır giyim koleksiyonlarının tasarım, üretim ve üretim sonrası aşamalarında, bütünleşmeyi sağlarken sistemin de otomasyonunu sağlarlar. Böylece işletmede, tasarımda, üretimde ve üretim sonrasında verimliliği, ekonomikliği, kârlılığı dolaylı olarak artırırlar. CAD/CAM sistemleri birlikte dijitalleşme sürecinde geleceğin fabrikası olarak gösterilen "CIM" kavramının teknolojik alt yapısını oluşturmaktadır.

Dijitalleşen küresel pazarda rekabet üstünlüğü sağlamak isteyen işletmelerin önünde iki seçenek bulunmaktadır: ya dijitalleşme ile otomasyona geçme ve verimliliği artırma ama yatırım maliyetlerine katlanma ya da yatırım maliyetlerinden kaçınmak için dijitalleşmeyerek pazar ve zaman kaybını yaşamak. Her iki durumda da işletmelerin karşılıklarına birçok karmaşa çıkmaktadır. Önemli olan bu karmaşıklıklar içerisinde işletmeler kendilerine uzun vadede kazandıracak olan kararı birisini vermek durumundadır. İşletmeler verdikleri kararlarla tasarımdan, üretime bir çok karmaşıklığın artmasını üç şekilde önleyebilirler:

- Ar-Ge ve yenilikçi çalışmalara önem verme ve üretim sürecini artırma
- Kaliteden ödün verirken ürün geliştirme ve üretim sürecini koruma
- Zaman veya kaliteden ödün vermeden Ar-Ge, tasarım ve üretim sürelerini kısaltmayı sağlayacak yöntemleri ve teknolojiyi belirleme

Pazarda rekabet üstünlüğü sağlamak, pazar yön verebilmek ve pazar hakimiyetini korumak için üçüncü seçeneğin seçilmesi çok önemlidir. Ar-Ge, tasarım, kalite kontrol, üretim ve uygulama bu seçenek açısından çözüm çalışmalarını arttırmaktadır. Her müşterinin hazır giyim ürünlerinde kalite beklentisi değişkenlik göstermektedir. Beklentileri karşılamanın yolu ise, iyi tasarım ve iyi kalite kontrol uygulamalarını içeren üretimden geçmektedir.

Günümüzde müşteriler; kullanım açısından fazla seçenek içermeyen ürünler yerine kişisel beğenilerine hitap eden kişiye özel üretimleri tercih etmektedirler. Geleneksel tasarım ve üretim yöntemleri ile çok zor karşılanabilen bu talepler ancak CIM sistemleri ile sağlanabilmektedir.

2.4. Ürün Yaşam Döngüsü Yönetimi/Ürün Veri Yönetimi (PLM/PDM)

Günümüzde markalar PLM/PDM yazılımını üretim yönetiminde, ürün teslim tarihlerinin belirlenmesinde, tasarım dosyaları yönetiminde, tasarım merkezleri ile üretim arasındaki iletişimi ve etkileşimi kolaylaştırmak için kullanmaktadır. Bu yazılımlarla, tasarım süreci daha basit hale getirilerek, teknik bilgisi olmayan kişilerin bile rahatlıkla kullanması sağlanmaktadır. Ancak PLM/PDM yazılımından istenilen verimliliği alabilmek için tasarım, üretim ve proses yönetimi süreçleri dikkatli takip edilmelidir, böylece standardizasyon sağlanırken, ürün tasarımında ve ürün geliştirmede de daha fazla çözüm üretilebilir.

Ürün veri yönetimi (PDM), bir ürünle ilgili elektronik bilgilerin tasarım, üretim, dağıtım ve pazarlama gibi iş süreçlerinde yeniden kullanılabilmesi için yakalanması ve yönetilmesi sürecidir. Genellikle özel bir yazılım uygulaması ve merkezi bir veri tabanının kullanımını içermektedir. PDM, ürün bilgilerini yönetmek ve işbirliği yapmak için daha geniş bir strateji olan PLM öncüsü ve ana bileşenidir. PDM, CAD çizimlerini ve bilgilerini izlemenin bir yolu olarak CAD endüstrisinden çıkmıştır.

PDM birden çok ürünün teknik özelliklerini, mühendislik modellerini, tasarım çizimlerini, malzeme listelerini ve ilgili belgeleri içerir. PDM, verileri yönetmek ve iş akışlarını ve mühendislik süreçlerini otomatikleştirmek için tasarım ve iş araçları ile entegre olarak giysi tasarımlarının sürecin başından sonuna kadar olan gelişimini yakalar. PDM yazılımı, merkezi havuzda depolanan bilgilerin doğru ve güncel olmasını sağlamak için sürüm kontrolü ve güvenlik sağlar, bu da veri işlemeyi azaltabilir ve üretim gibi operasyonları daha verimli hale getirebilir. PDM’i en yoğun mühendisler kullansa da, PDM aynı zamanda operasyon yöneticileri, satış görevlileri, pazarlamacılar ve bir ürünle yaşam döngüsü boyunca çalışan diğer kişiler tarafından da kullanılmaktadır (Essex, 2021).

PLM, bir ürün veya hizmetin tasarımından başlayarak tüketiciye ulaşınca kadar tüm yaşam döngüsünün yönetimi için gerçekleştirilen iş çözümüleme aracıdır (Fani, Bandinelli, & Bindi, 2020). PLM, son yıllarda moda endüstrisinde de çok daha fazla kullanılmaya başlamıştır. Pazardaki artan rekabet sonucu tüketici talepleri de giderek daha değişken ve karmaşık hale gelmiştir. Bunun sonucu olarak hazır giyim sektöründe de kişiye özel tasarımlar ön plana çıkmaya başlamıştır.

Kişiselleştirilmiş ürünlere olan talep, müşteri tercihlerindeki hızlı değişimler ve buna bağlı olarak daha kısa ürün yaşam döngüleri, moda ortamını çok karmaşık hale getirmiştir. Kişiselleştirilmiş ürün pazarında ürün yaşam süreci açısından PLM, hazır giyim ürünlerinin pazara çıkış süresini kısaltmasında ve küresel pazarda rekabet gücünü artırmasında büyük kolaylık sağlamaktadır. PLM sistemleri, ilk olarak 1990'lı yıllarda, tedarikçileri ve yeni sistemin önceki ürünü tamamladığı sektörlerdeki ortakları da dahil olmak üzere şirketler için yeni ürün geliştirme (New Product Development–NPD) sürecini kapsayan ürünle ilgili ürün veri yönetimi PDM sisteminin verilerini birleştirmek için bir şirket tarafından tanıtılmıştır (Cantamessa et. all, 2012).

Küresel pazarda, özellikle küresel hazır giyim markalarının Ar-Ge, tasarım, üretim, tedarik birimleri pazarda hakimiyeti sağlama ve maliyetleri düşürme amacı ile dünya üzerinde farklı coğrafi bölgelerde yer almaktadırlar. Bu nedenle tasarımdan üretime, tedarige, lojistiğe kadar bütün aşamaları entegre edebilmeye ve süreci yönetebilmeye gereksinim duymaktadırlar (Luh, Pan ve Chu, 2011).

Hazır giyim sektöründe maliyetleri düşürmek ve daha kısa pazar-giriş döngüsü elde etmek için küresel tedarik zinciri yoluyla Yeni Ürün Geliştirme NPD'yi destekleme konusunda yenilikçi teknolojiler olan ihtiyaç artmaktadır (Jin, 2013). PLM sistemleri de yeni ürün geliştirme (NPD) için olanak sağlayan önemli teknolojilerden biri kabul edilmektedir (Gecevska et. all, 2011). Yoğun rekabet ortamında hazır giyim sektöründe hızla değişen moda ve karmaşık pazar ortamı nedeniyle PLM sisteminin işletmelere sağladığı esneklik ve hız yetenekleri önemlidir. Hazır giyim sektöründe kullanılan PLM sistemleri genellikle yeni ürün geliştirmede hazırlık sürelerini ve maliyetleri azaltma amaçlı kullanılmaktadır. Hazır giyim sektörünü ifade eden moda endüstrisinde kullanılan PLM yazılımı; hazır giyim koleksiyonunda yer alacak her bir ürün için yaratıcı fikrin geliştirilmesinden başlayarak, tedarik, tasarım, üretim,

lojistik, pazarlama çalışmalarından mağazalarda tüketicilere sunulmalarına kadar uzanan makro süreçlerde önemli rol oynar. Moda endüstrisi, geleneksel maliyet azaltma ve kâr maksimizasyonu ilkelerinden farklı olarak, genellikle yaratıcılık, özgünlük ve diğer niteliksel kriterlerin öncülük ettiği kabul edilen, tekrarlanmayan ve standartlaştırılmış süreçlerle karakterize edilir (Brun et all., 2008). “Dijital devrim” olarak adlandırılan PLM sistemleri, moda endüstrisinde hazır giyim numuneleri ile hazır giyim koleksiyonunun detaylarının tanımlanmasından perakende düzeyine kadar 2D ve 3D yazılımlarla entegre, ürün yaşam döngüsünün başlangıcından itibaren kullanılabilir (Liu et all., 2010). Tasarım, Üretim yönetimi ve Pazarlama yönetimi açısından sağladığı olumlu etkiler göz önüne alındığında PLM, üretim sektörü gibi geleneksel endüstrilere uyarlanmış iyi bilinen ve pazarda rekabet gücünün artmasında olumlu etkisi olan bir yazılımdır.

Birçok hazır giyim ve spor markası Ürün Tasarım Yönetimi ve Ürün Yaşam Döngüsü Yönetimi (PDM/PLM) yazılımını kullanarak ürün tasarımında ve üretim yönetiminde karmaşık iletişim ve veri yönetimlerini çok daha kolay yönetip veri üretim maliyetlerini en aza indirmektedirler. Böyle moda markalarının tasarımda, üretimde ve tedarik zinciri yönetiminde maliyetleri düşerken, pazarda esneklikleri de artmaktadır.

SONUÇ

Yeni teknolojiler sayesinde iş gücü maliyetlerinden doğan dezavantajların malzeme tasarrufu, tasarım olanakları ve verimlilik ile telafi edilmeleri, dijitalleşen işletmelerin birim maliyetlerini düşürürken, rekabet güçlerini de arttıracaktır. Ayrıca yeni teknolojilerin fiyatları da ucuzlayıp, bu teknolojilere uygun insan gücü nitelikleri de sağlandığı takdirde, Türkiye gibi sanayileşme sürecinde olan ülkelerin perakendeci talebine yakın olmalarından yararlandıkları üstünlük daha da artacaktır. Dijitalleşmeye önem veren ve doğru uygulayan hazır giyim işletmelerinin küresel pazarda rekabet gücü tasarımdan, üretime, ihracata kadar, üstün nitelikli, tasarım, moda ve marka değeri yüksek ürünlerin, ileri teknoloji kullanımı gerektiren esnek üretim sistemleri ile desteklenerek çok kısa sürelerde üretilip tüketiciye gönderilmesi ile artacaktır.

Küresel pazarda rekabette yaşanan eğilim teknoloji yatırımlarını da etkilemiştir. Tarihi süreç içinde teknoloji yatırımlarında gözlenen eğilim, emek yoğun teknolojilerden, sermaye yoğun teknolojilere doğrudur. Hazır giyim

sektöründe kullanılan sermaye yoğun teknolojiler; standart ürün üretiminde toplam üretim miktarını artırarak birim maliyetleri düşürmede yararlı olmaktadır. Bunun yanında girdilerin daha verimli kullanımı, firma üretkenliğinin ve ürün kalitesinin artmasında da yararlar sağlamaktadır.

Bugünün rekabetçi ortamında firmalar, iş geliştirmenin maliyete etki eden yollarının avantajlarını yakalamak zorundadır. Sabit duran, dijitalleşemeyen işletmeler rakiplerine göre gerilemektedir. Yatırım yaparken önemli olan, yapılacak üretim için doğru zamanda, hangi dijitalleşmenin yapılacağına karar vermektir. Öncelikle iş hedefleri konusunda açık olmak gerekir. Daha sonra CAD/CAM yatırımı için uygun bir değerlendirme yapılabilir. Genellikle ilgili ana gideri karşılamanın tek yolu birim maliyetleri düşürerek verimin artırılmasıdır.

Hazır giyim şirketlerinin, küresel pazarda rakiplerine karşı rekabet üstünlüğü elde etmeleri, pazara yön vermeleri için zaman ve maliyet faydası elde etme, talebe yönelik fiyat performans ilişkisi en iyi ürünleri tasarlamak ve üretmek için yetkinlikler edinmeleri ve doğru dijital sistemlerini kurmaları ve uygulamaları gerekmektedir. Bu nedenle, hazır giyim şirketlerinin, CAD/CAM sistemlerini, PLM/PDM sistemleri gibi entegre ürün veri yönetimlerini kullanmaları, yeni ürün geliştirmelerinin arttırılmasını sağlama ve işletmelerin yaşam ömrünü uzatmaları açısından önemlidir.

Özellikle pandemi sürecinde Türk hazır giyim işletmelerinin çok hızlı dijitalleşerek küresel pazarda yerlerini almaları, hazır giyim ihracatında önemli başarılar elde etmelerini sağlamıştır. Bu kriterler de dikkate alındığında dijitalleşmenin doğru kullanımı işletmelerin rekabet edebilirliklerini olumlu etkilemektedir. Hazır giyim işletmelerinin hedef pazarlarını ve stratejilerini belirlerken, tasarımda ve üretim yöntemlerinde verimliliği arttırmak, iş gücünü düşürmek, maliyeti azaltmak için bu konulara dikkat etmeleri gerekmektedir. Diğer sektörlerde olduğu gibi dijitalleşmeye önem veren hazır giyim sektöründe de tasarım, üretim ve proses yönetimi süreçlerinde dijitalleşmeyi en başarılı uygulayan ülkeler ve işletmeler, diğer ülkelere göre küresel pazarda çok daha fazla rekabet gücüne sahip olmaktadır.

KAYNAKÇA

- Armengaud E., Sams C., Falck G.von, List G., Kreiner C., Riel A., (2017). *Industry 4.0 as Digitalization over the Entire Product Lifecycle: Opportunities in the Automotive Domain*, Systems, Software and Services Process Improvement, 24th European Conference, EuroSPI 2017, Ostrava, Czech Republic, September 6–8, 2017, Proceedings, https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-64218-5_28
- Ashdown, S. (2013). Not craft, not couture, not “home sewing”: teaching creative patternmaking to the ipod generation. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 6(2), 112–120, <https://doi.org/10.1080/17543266.2013.793747>
- Brun A., Caniato F., Caridi M., & Castelli C., (2008). Logistics and supply chain management in luxury fashion retail: empirical investigation of italian firms, *International Journal of Production Economics*, 114(2), 554–570. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2008.02.003>
- Cadence (2022). The Differences Between PDM and PLM Software, <https://resources.pcb.cadence.com/blog/2022-the-differences-between-pdm-and-plm-software>, Erişim Tarihi: 07.10.2022
- Cantamessa, M., Montagna, F., & Neirotti. P., (2012). Understanding the organizational impact of plm systems: evidence from an aerospace company, *International Journal of Operations & Production Management*, 32(2), 191-215, DOI:10.1108/01443571211208623
- Essex D., (2021). Product Data Management (PDM), <https://www.techtarget.com/searcherp/definition/product-data-management-PDM>, Erişim Tarihi: 05.09.2022
- Fani V., Falchi C., Bandinelli R., & Bindi B., (2020). *PLM Functionalities in The Fashion Industry. Preliminary Results of A Classification Framework*, in Book: *Product Lifecycle Management Enabling Smart X*, Edited by: Nyffenegger F., Rios J., Rivest L., & Bouras A., pp. 527-537, IFIP AICT 594, 17th IFIP WG 5.1 International Conference, PLM 2020, Rapperswill, Switzerland, July 5-8, 2020., ISSN: 1868-4238 doi: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-62807-9>
- Fernandez, R. P., (2021). What the shipbuilding future holds in terms of CAD/CAM/CIM systems, SNAME 7th International Symposium on Ship Operations, *Management and Economics*, April 6–7 2021, <https://doi.org/10.5957/SOME-2021-004>
- Gecevaska, V., Cus, F., Polenakovic., R., & Chabert, P., (2011). Process of innovation in product lifecycle management business strategy. perspectives of innovations, *Economics and Business*, 9(3), 53-56. e-ISSN: 1804-0527
- Gobble M.A.M., (2018). Digitalization, Digitization, and Innovation, *Research-Technology Management*, 61(4), 56-59, <https://doi.or/10.1080 /08956308.2018.1471280>
- Gray J., Rumpe B., (2015). Models for digitalization, *Software System Modelling*, 14(4), 1319-1320, doi: 10.1007/s10270-015-0494-9
- Grundsell A., (2019). Digitalization: Why you should digitalize your business and how to succeed, *PAGERO*, December, 13, 2019. <https://www.pagero.com/blog/digitalisation-why-digitalise-your-busine>

- ss/#:~:text=The%20purpose%20of%20digitalization%20is,as%20better%20and%20smarter%20software, Erişim Tarihi: 12.08.2022
- Jin, S. (2013). Strategic sourcing in the textile and apparel industry, *Industrial Management & Data Systems*, 113(1), 23-38.
- Kovačević, S., Brnada, S., Šabarić, I., Karin F., (2021). Limitations of the CAD-CAM system in the process of weaving, *Autex Research Journal*, 21(3), 225-233, doi: <https://doi.org/10.2478/aut-2019-0077>
- Lasi H., Kemper H.G., Fettke P., Feld T., Hoffmann M., (2014). Industry 4.0, *WIRTSCHAFTSINFORMATIK*, Springer Fachmedien Wiesbaden, doi: 10.1007/s11576-014-0424-4.
- Lee, Y.A. (2014). *Computer Design and Digital Fit of Clothing*, Chapter in Book: Anthropometry, Apparel Sizing and Design, Elsevier Science and Technology, Woodhead Publishing, Woodhead Publishing Series in Textiles: Number 148, pp. 305-318, Edited by: Gupta, D. and Zakaria, N., doi: <https://doi.org/10.1533/9780857096890.2.305>, Cambridge, UK, 305-318, e-ISBN: 978-0-85709-689-0.
- Liu, Y., and Geng, Z. F., (2003). Three-dimensional garment computer aided intelligent design, *Journal of Industrial Textiles*, 33(1), 43-54, <https://doi.org/10.1177/1528083703035505>
- Liu, Y.-J., Zhang, D.-L., Yuen, M.M.-F., (2010). A Survey on CAD methods in 3D garment design, *Computers in Industry*, 61(6), 576-593 (2010). <https://doi.org/10.1016/j.compind.2010.03.007>
- Luh, Y. P., Pan, C. C., Chu, C. H., (2011). A Hierarchical deployment of distributed product lifecycle management system in collaborative product development, *International Journal of Computer Integrated Manufacturing*, 24(5), 471-483, <https://doi.org/10.1080/0951192X.2011.552529>
- Meng, Y., Mok, P. Y., and Jin, X., (2010). Interactive virtual try-on clothing design systems, *Computer-Aided Design*, 42(4), 310-321, <https://doi.org/10.1016/j.cad.2009.12.004>.
- Müller, J.M., Kiel, D. & Voigt, K.-I., (2018). What Drives the Implementation of Industry 4.0? The Role of Opportunities and Challenges in the Context of Sustainability. *Sustainability*, 10(1), p.247. Available at: <http://www.mdpi.com/2071-1050/10/1/247>
- Ondogan, Z., (1994). Konfeksiyon Sanayiinde CAD/CAM Sistemleri, *Tekstil ve Konfeksiyon*, 406-413, Yıl. 4, Sayı. 5
- Ondogan, Z., Erdoğan, C. (2006), The Comparison of The Manual and CAD Systems For Pattern Making, Grading And Marker Making Processes, *Fibres & Textiles In Eastern Europe*; 14(1), s:62-67
- Şen Kılıç, A., (2019). Comparison of CAD and manual system efficiency in pre-production preparation process, *Tekstil ve Konfeksiyon*, 29(1), 67-77, doi: 10.32710/tektstilvekonfeksiyon.437799
- Tama, D., Şen Kılıç, A., Öndoğan, Z., Nizamoglu, S., (2016). The usability of 3D flattening in design and pattern preparation of tight-fit garments, *Çukurova University Journal of the Faculty of Engineering and Architecture*, 31(SI2), 169-173, doi: [//doi.org/10.21605/cukurovaummfd.316750](https://doi.org/10.21605/cukurovaummfd.316750)
- Trimble.com, (2018). What is CAM Computer Aided Manufacturing, <https://constructible.trimble.com/construction-industry/what-is-cam-computer-aided-manufacturing>, Erişim Tarihi: 19.10.2022

Wang, C. C. L., Wang, Y., and Yuen, M. M. F., (2005). Design automation for customized apparel products, *Computer-Aided Design*, 37(/), 675-691, <https://doi.org/10.1016/j.cad.2004.08.007>

BÖLÜM 17

ERGANİ İLÇESİNDE TARIMSAL ARAZİ KULLANIMI VE COĞRAFİ PLANLAMAYA DAİR ÖNERİLER¹

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ÖZCANLI²

¹ Bu çalışma 2022 TUCAUM sempozyumunda “Ergani İlçesi Tarımsal Arazi Kullanımı” başlığı altında çalışmanın kısa bir bölümü bildiri olarak sunulmuştur.

² Harran Üniversitesi, Osmanbey Kampüsü, Fen-Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Şanlıurfa Orcid:0000 0003 2228 8298

1. GİRİŞ

Endüstri devrimiyle beraber sanayi kollarının çeşitlenmesine bağlı olarak tarım ürünlerine olan ihtiyaç her geçen gün artmaktadır. Tarım ürünlerinin sanayinin hammaddesi haline dönüşmesi tarım arazilerinin önemini de artırmıştır. Bu nedenle zaten kısıtlı olan tarım alanları daha yoğun ve verimli şekilde kullanılmasının yolları aranmıştır. Bu bağlamda tarımsal arazi kullanımı ve planlamasının önemini her geçen gün artmaktadır. İnsanların, üzerinde yaşadıkları ve ekonomik faaliyetlerini sürdürdükleri arazi, insan yaşamı açısından çok önemli bir doğal kaynaktır. İnsanların yerleşik hayata geçmesiyle birlikte tarımsal faaliyetler başlamış; giderek kalabalıklaşan dünyada, toprak üzerindeki baskı daha da artmıştır. Küreselleşen dünyada hızlı nüfus artışı yanında insanların bilinçsizce, aşırı bir şekilde doğal kaynakları tüketmesi, azalan hammaddelerin planlı şekilde kullanılması gerektiğini açıkça ortaya koymuştur (Karabacak ve Özçağlar, 2013).

Gelişmiş ülkelerde arazi kullanımı ve doğal kaynakların sürdürülebilir bir şekilde kullanımı için pek çok önlem alınmıştır. Arazi kullanımı ve Tarımsal arazi kullanımı alanında yapılan ve yapılacak olan çalışmaları özellikle desteklemektedirler. Çünkü mevcut arazi kullanımı şeklinin devam etmesi durumunda çoğu Avrupa ülkesinde tarım alanlarının 2080 yılına kadar giderek azalacağı ve nüfusun ihtiyaçlarını karşılayamayacak düzeye geleceğinin farkına varmışlardır (Taş, 2011)

İnsanların toprağı işleyerek tarımsal ürün elde etmek için yaptığı tüm faaliyetlere tarım denilmektedir. Diğer ekonomik faaliyetler gibi tarım faaliyetlerinin de çeşitli doğal ve beşeri sınırlayıcı unsurları bulunmaktadır. Tarımsal faaliyetin yapısı gereği doğal koşullarla olan ilişkiler daima temel olmuştur. Özellikle beşeri koşulların ağırlığı son yüzyılda, yeni metot ve yöntemlerin gelişmesiyle ilerleme kat etmiştir. Tarımsal planlama bir alandaki doğal coğrafya faktörlerinin (yer şekilleri, toprak, iklim, su, vb) belirlenmesi, bu özelliklere sahip bir alanda yetiştirilebilecek tarım ürünlerinin veya ekonomik faaliyetin tespit edilmesi, belirlenen ekonomik aktivitenin hangi yöntem ve tekniklerle yapılacağına karar verilmesi içermektedir. Karar vermede de dikkat edilmesi gereken, verimlilik, kalite, maliyet, süreklilik ve pazar gibi kriterlerdir (Karakuyu ve Özçağlar, 2005).

Bilimsel ve teknolojik ilerlemelere rağmen günümüzde de coğrafi faktörlerin tarımsal faaliyetler üzerindeki etkisi sürmektedir. Özellikle

teknolojik ilerlemeye bağılı olarak beşeri faktörler de tarımsal faaliyetler üzerinde olumlu ve olumsuz belirleyici bir rol oynamaktadır. Küresel ısınma sonucu iklimde görülen değişiklikler özellikle sanayileşme, kentleşme etkileri gibi sorunlar buna bağılı olarak meydana gelen kuraklık ile toprak, bitki örtüsü ve su kaynaklarının yanlış kullanımı sonucu arazide meydana gelen bozulmalar arazi kullanımında yeniden planlamaların yapılmasını gündeme getirmektedir (Elmastaş, 2009).

Ergani İlçesi, farklı arazi kullanım türlerine sahip bir görünüm sergilemektedir. Arazi kullanım desenleri ve özellikleri mekânsal olarak insan ile doğal ortam arasındaki ilişkilerin en önemli göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Ergani ilçesinde kırsal mahallerde yaşayan köylülerin önemli bir kısmı, tarım ve mera arazilerinden elde edilen çeşitli ürün ve hizmetlere bağılı olarak hayatını idame ettirdiği görülmektedir (Esen ve Yiğit. 2018).

Ergani İlçesi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin Dicle bölümünün kuzey kesiminde yer almaktadır. İlçe idari alanının kuzeyindeki araziler Güneydoğu Toros Dağları'nı içine aldığından kuzey kesimi Doğu Anadolu Bölgesi coğrafi bölge sınırları içinde kalmaktadır. İlçenin yüzölçümü 148900 hektar olup, deniz seviyesinden 758 metre ile 1700 metre arasında arazileri bulunmaktadır. İlçe yer şekilleri ve jeolojik açıdan çeşitliliği sahiptir. İlçede bulunan bu çeşitlilik İlçe merkezi dışında bulunan 90 kırsal mahalledeki ekonomik faaliyeti doğrudan etkilemiştir. İlçenin kırsal kesiminde hakim ekonomik faaliyet tarımdır. İlçenin tarım dışında herhangi bir ekonomik faaliyetin çok fazla gelişmemesi nedeniyle ilçenin ülkemizin diğer şehirlerine verdiği göç devam etmektedir. İlçede yetiştirilen tarım ürünleri; buğday, arpa, mercimek, nohut, ayçiçeği, çeltik, pamuk vb. dir. İlçede seracılık Değirmendere köyünde yapılmaktadır. Son yıllarda ilçede GAP kapsamına bağılı olarak tamamlanan barajlar ve sulama kanallarına bağılı olarak susuz olan arazilerde sulu tarıma geçilmiştir. Üzüm ve meyve bahçeleri de önemli bir gelir kaynağı olmuştur. 2008 yılından itibaren sebzeçilikte ve tünel seracılıkta önemli bir ilerleme kaydedilmiştir. Kuru tarım alanlarında badem bahçeleri mevcut olup bu bahçelerde ara tarım olarak buğday yetiştirilmektedir. Bağcılık çok eski tarihlere dayanmakta ve özellikle güneşe bakan yerler tercih edilmektedir. Bu çalışmada Ergani ilçesinin tarımsal arazi kullanımını 1990 yılından 2018 yılına kadar değişimi belli dönemler halinde ortaya konacaktır. Çalışmada uzaktan algılama teknikleri ile 1/20000 ölçeğinde güncel tarımsal arazi kullanımı

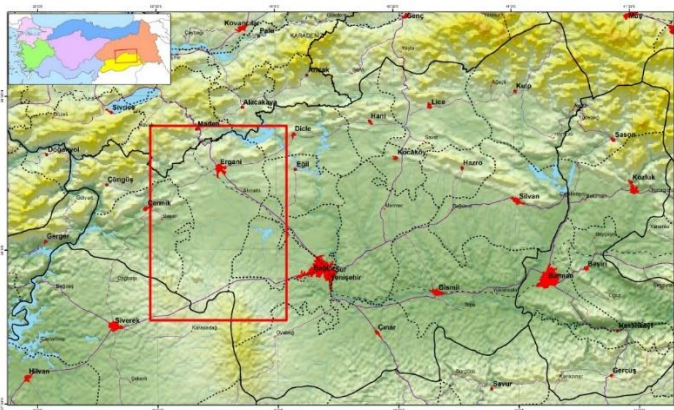
belirlendikten sonra tarımsal arazi kullanımına yönelik planlamalarda bulunulacaktır. Böylelikle ilçenin geliştirilebilir yönleri belirlenerek uygulamaya yönelik planlama ve önerilerde bulunulacaktır.

1.1. Ergani ilçesinin coğrafi konumu ve sınırları

Ergani ilçesi, idari olarak Diyarbakır iline bağlı bir ilçedir. İlçe idari alanının büyük bir kısmı Güneydoğu Anadolu bölgesinin Dicle bölümünde, bir kısmı ise Doğu Anadolu bölgesinde yer almaktadır. Ergani ilçesini, kuzeyden Maden, Alacakaya (Elazığ), kuzeydoğudan Dicle, doğudan Eğil, Yenişehir ve Kayapınar, güneydoğudan Bağlar, güneyden Siverek (Şanlıurfa), batıdan da Çermik ilçesi idari alanları kuşatmaktadır (Şekil: 1).

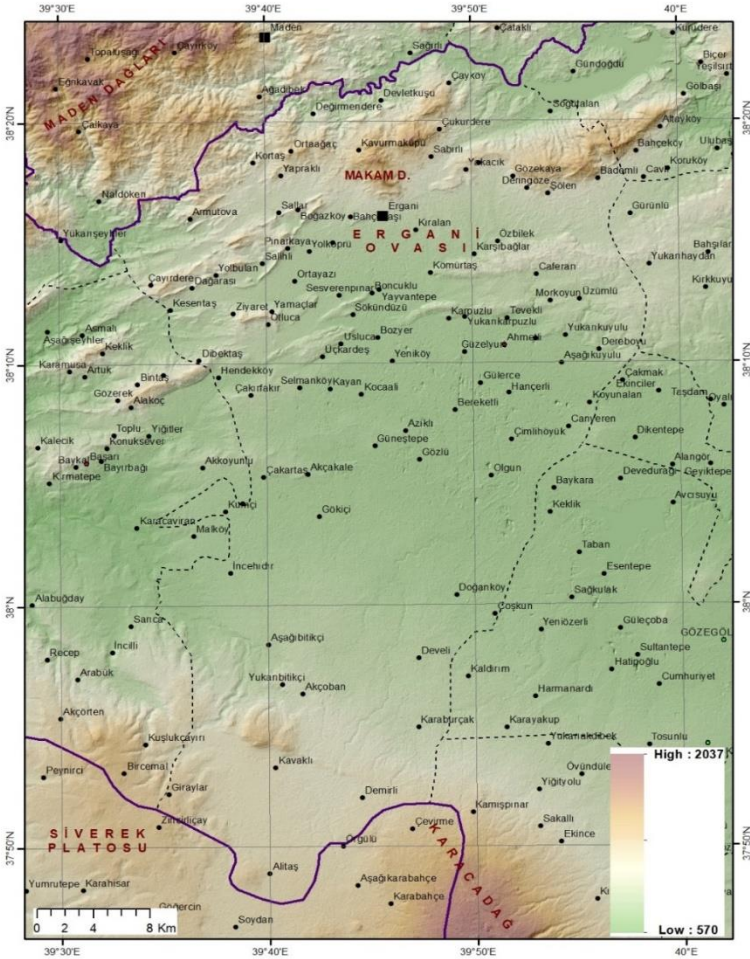
Ergani ilçesi yer şekilleri bakımından kuzeyden güneye doğru bir sadeleşme göstermektedir. İlçe idari alanı içinde yükselti farkı yaklaşık olarak 800 m'ye kadar çıkmaktadır. İlçe sınırı içinde kuzeyde Güneydoğu Toros Dağları içinde yer alan Maden Dağlarının güney uzantılarına kadar uzanır.

İlçenin güneyinde Karacadağ volkanik dağının bir uzantısı olan Diyarbakır Bazalt Platosu yer alır. Bu plato, Dicle Nehri ve kolları tarafından (Devegeçidi Çayı) aşındırılmaktadır. İlçe idari alanının orta ve güney kesimlerinde ilçe tarımsal üretiminde önemli olan (Ergani ve Bereketli ovaları) düzlüklerle kaplı olup ortalama yükseltisi 820 m civarındadır. Ancak araştırma alanının kuzeyi oldukça engebeli bir yapıya sahiptir. Bu kesimde Maden Dağlarının güneyinde uzanan yer yer yükseltileri 1600 m'yi aşan tepelere sahiptir (Şekil: 2).



Şekil 1 Ergani ilçesi lokasyon haritası.

Ergani ilçesi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin Dicle bölümünün yukarı kesimi ile Doğu Anadolu Bölgesi'nin Yukarı Fırat bölümü sınırları içinde yer aldığından, ilçenin sahip olduğu doğal ve beşeri özellikler, tam anlamıyla ilçe idari alanının büyük bir kısmının kaldığı Güneydoğu Anadolu Bölgesinin karakteristik özelliklerini yansıtmaz. İlçenin idari alanı içerisinde kimi yerlerde özellikle kuzey kesimlerde Yukarı Fırat bölümüne ait özellikler gözlenir. İlçenin çok büyük bir bölümü (kuzey kesimi hariç) iklim, yüzey şekilleri, bitki örtüsü, hâkim ekonomik faaliyetler, tarım ve kültürel yapı gibi birçok doğal ve beşeri özellikler bakımından Güneydoğu Anadolu bölgesinin özelliklerine sahiptir (Esen, 2009).



Şekil 2 Ergani ilçesinin fiziki haritası

1.2. Amaç

Araştırma alanı olarak belirlenen Ergani ilçesi idari alanı, çeşitli arazi kullanım türlerine sahip bir görünümündedir. Arazi kullanımı desenleri ve özellikleri mekânsal olarak insan ile doğal ortam arasındaki ilişkilerin en önemli göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca kırsal alanların sürdürülebilir kalkınma kapsamında yeniden yapılandırılmasında ele alınan sahaların doğal ve beşeri kaynak potansiyelleri ile mevcut arazi bölünüşünün ve kullanım durumunun tespit edilmesi büyük önem taşımaktadır (Özçağlar vd., 2006). Yaptığımız çalışmada temel amaç;

- Ergani ilçesinde kırsal arazi kullanımı içinde önemli bir ekonomik faaliyet olan tarımsal arazi kullanımını Coğrafi bağlamında analiz etmek.
- Ergani ilçesinde, arazi kullanım planlamasına yönelik kırsal alanlarından en iyi şekilde yararlanabilmesi amacıyla yapılması gereken eylemleri coğrafi bakış açısıyla ortaya koymaktır.

1.3. Materyal ve Yöntem

Araştırmanın amacına uygun olarak bir dizi uygulama gerçekleştirilmiştir. Önce çalışmayı yönlendirebilecek teorik bilgilerin ortaya konulması için envanter araştırması yapılmıştır. Genel ve yerel ölçekte kamu ve özel kuruluşlardan çalışmanın içerik ve amacına yönelik istatistiksel veriler temin edilmiştir. Bu çalışmada üç aşamalı bir veri kullanımı gerçekleştirilmiştir.

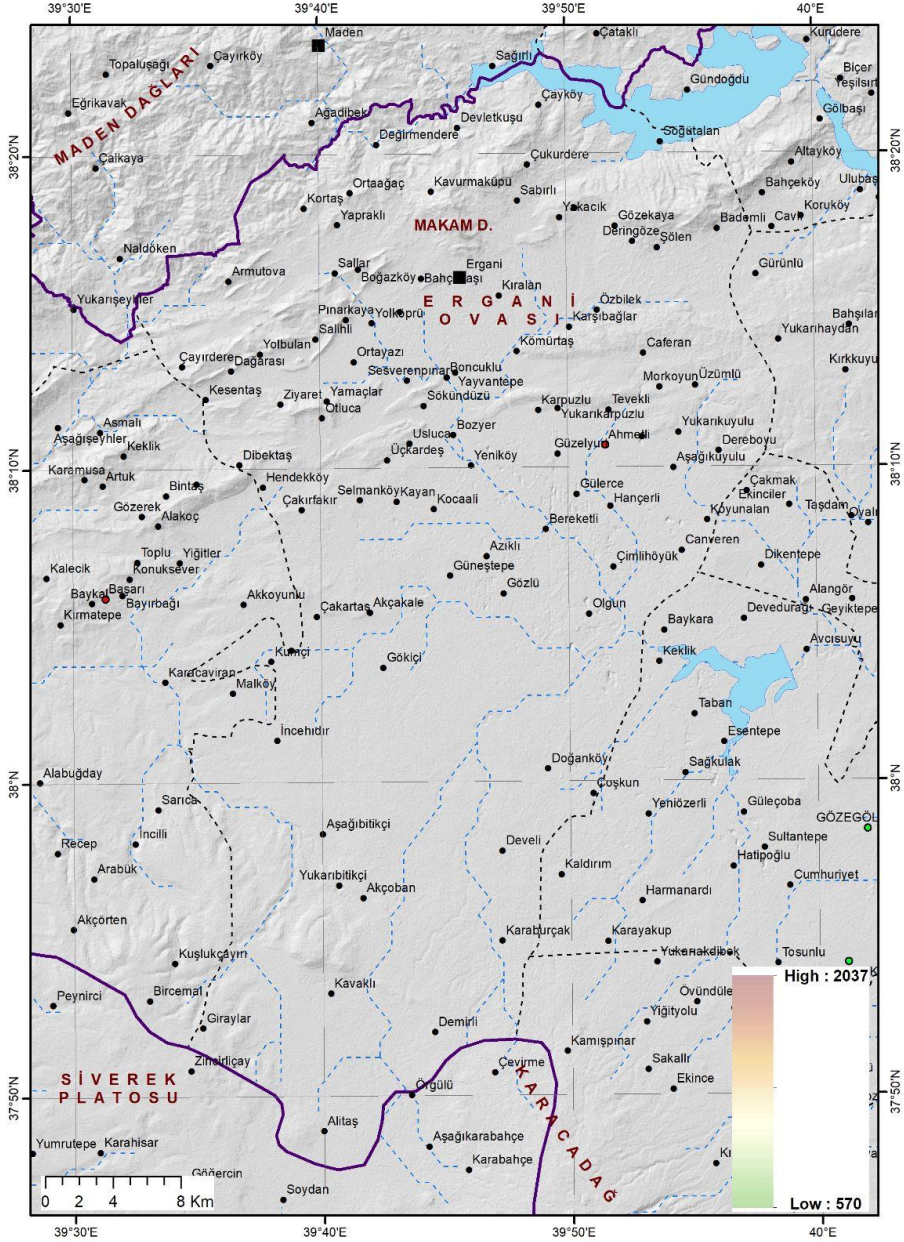
- İlçenin genel arazi kullanım değişimini ortaya koyabilmek için CORİNE görüntülerinin 1990- 2000- 2006 – 2012 ve 2018 yılı değişimi ve alansal miktarları tespit edilmiş.
- TÜİK bitkisel üretim istatistiklerinden tarımsal üretim deseni belirlemiş
- Arazi gezileri ile eldeki veriler karşılaştırılmaya tabi tutulmuştur.

2. Genel Coğrafi Özellikleri

Ergani ilçesinin kuzey kesimi dağlık olup, güneyi ise genel itibari ile düzlüklerden ibarettir. Bu düzlükler genel manada bir plato yüzeyini teşkil edip akarsularca dar ve derin vadilerce çevrelenmiştir (Şekil 1). Kuzeydeki engebeli yapı, Güneydoğu Torosların uzantısı olan Maden dağlarıdır (Şekil 1). Dicle

Irmağı ve kollarının suladığı ilçe topraklarının en önemli düzlüğü Ergani (Gevran) Ovasıdır. İlçede Devegeçidi baraj Gölünün bir bölümü de ilçenin sınırları içerisinde olduğundan ilçede su yüzey alanları da geniş yer kaplamaktadır. Güneydoğu Anadolu Projesi'nin (GAP) Kralkızı Barajının göl

alanı da ilçenin kuzey kesiminde yer almakta olup bu proje sayesinde ilçede birçok kuru tarım alanı sulu tarım alanına dönüşmüştür (Şekil 3).



Şekil 3 Ergani ilçesinin hidrografya haritası

İlçe akarsu drenaj karakteri Dicle nehrinin gelişimiyle yakından ilgilidir. Çünkü Kesentaş depresyonunun batısından itibaren Fırat havzasına giren çok küçük bir alan dışında inceleme alanımızı Dicle nehri ve kolları drene etmektedir. Dolayısıyla Güneydoğu Torosları sisteminden Dicle havzası akış karakterinden dolayı inceleme alanı akarsularının asli eğimi Kuzeybatı-Güneydoğu doğrultusundadır (Şekil 3).

Ergani ilçesinin akarsu drenajı genel itibari ile Dicle Nehri ve kolları tarafından kurulmuştur. Maden çayı (Dicle Nehri), Dicle Nehri meydana getiren kaynak kollarından en büyüğüdür. Ergani ilçe merkezinin 10 km kadar kuzeyinde Değirmendere Köyünden itibaren doğuya doğru keskin bir dirsek çizerek Sakız Dağı'na paralel akışını sürdürür. Zülküf (Makam) Dağını geçtikten sonra Şingirik Çayı ile birleşir ve Kral Kızı Barajı gölünü oluşturur (Şekil 3). Boğaz Çayı, Ergani'nin batısındaki Boğaz Köyünde çıkan fay kaynağından başlar Ergani ve Bereketli ovalarını boydan boya geçerek Devegeçidi barajına dökülür. Aldığı başka kaynaklarla büyür, Diyarbakır topraklarında Devegeçidi Suyu adını alır. Devegeçidi Barajının en büyük çayı, Boğaz Çayı'dır. İlkbaharda bol su taşır, yazın ise suları kurur. Şehgür çayı, Karacadağ'ın kuzey yamacından akan sulardan oluşur. Bazalt platodan kuzeydoğuya doğru akar. Diyarbakır topraklarında Gevrikiri çayı ile birlikte Boğaz Çayı ile birleşir. Bundan sonra Devegeçidi suyu adını alır. Devegeçidi Barajı da bu iki çayın önünde kurulmuştur (Şekil 3), (Haspolat, 2014).

Ergani'deki sürekli akarsulardan Yaygın dere Ergani ovasının en önemli akarsuyudur. Kırtaş köyü yakınlarından doğarak Sallar ve Yolbulan köyü arasındaki boğazdan geçerek güneyde Sesverenpınar köyü yakınlarında Kuru dere ile birleşerek Hilar deresi adını alır. Diğer sürekli akarsu olan Haydarpaşa deresi ise Makam dağının doğu yamaçlarından doğarak kuzey güney yönünde akar. Bu iki akarsu ve mevsimlik akarsular birleşerek ova tabanını terk eder (Haspolat, 2014).

Ergani'nin kuzeyi Arabistan bloğunun Anadolu levhası altına daldığı, kıta-kıta girftinin meydana geldiği ve Türkiye deprenselliğinde önemli etkileri olan aktif bir tektonizma kuşağındadır. Kuvaterner'de de devam eden bu tektonik hareketliliğe bağlı olarak başta volkanik faaliyetler olmak üzere birçok süreç bölgenin jeomorfolojik yapısının gelişiminde ve bu günkü durumunu almasında etkili olmuştur. Bunlardan biri Kuvaterner' de ortaya çıkan ve gelişen akarsu ağ değişimleridir. Eski jeolojik dönemde Ergani batısından

Ergani ve Bereketli ovalarını alüvyonlarıyla doldurarak akan Maden Çayı, Bugünkü Dicle Barajının olduğu senklinelede akan Dicle nehrinin bir kolu tarafından kapılarak yönünü doğuya çevirmiştir.

İlçenin kuzeyini teşkil eden Ergani-Çermik arasında kalan saha ve çevresi Türkiye'nin en genç tektonik birliklerinden olan kenar kıvrımları üzerinde olması açısından önemlidir. Çevredeki jeomorfolojik oluşumlar oldukça gençtir. Yerçekilleri, bilinenin aksine erime süreçlerinden çok tektonik, fluvial ve volkanik süreçlerin etkisinde gelişmiştir. Ergani kuzeybatısındaki Sallar çevresi boşaltılmış bir depresyon (antiklinal) Ergani ovası ise birikim havzası oluşturmuştur ki, bu birimler günümüzde Ergani'nin en önemli tarımsal faaliyet alanıdır (MTA. 2008 1/100.000 L43 Jeoloji raporu).

Ergani ilçesinde çok çeşitli jeolojik arazi ile her soydan kaya ve toprak bulunur. Ancak çoğunluğu 2. ve 3. zamanların rüsubu arazisi ile ilk kayalar teşkil eder. Havzayı kuşatan dağlar, 1. Zaman'ın bitimine doğru yükselen dağlardır. Doruklarını yıllarca süren yağmur ve donlarla kaybederek ya Zülküf Dağı gibi kamburlaşmış bir hal almışlar, ya da Diyarbakır Platosu gibi ince dalgalı bir yayla görünümüne kavuşmuştur (MTA. 2008 1/100.000 L43 Jeoloji raporu), (Şekil 4).

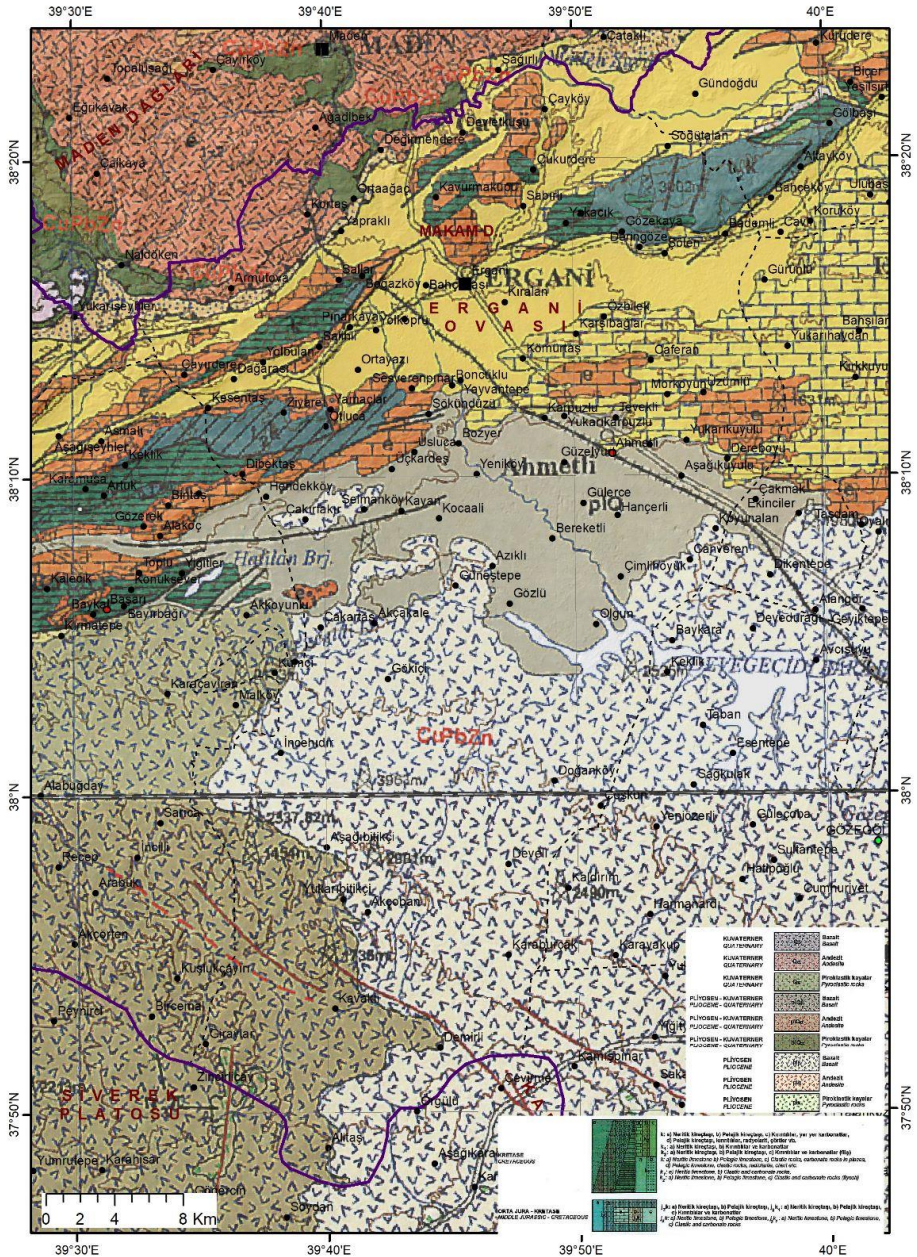
İlçedeki en eski birim bir bindirme ile kuzeyden güneye Miyosen birimler üzerine doğru hareket eden alloktan kütlede ibarettir. Üst Kretase'den Miyosene dönemlere ait yapılar görülmüş olup, hat boyunca birçok bindirmenin olduğu bir kuşak ortaya çıkmıştır. Jeoloji haritasında bir çizgi halinde gösterilen bu kuşak Çermik-Ergani, Dicle-Lice-Kulp hattı boyunca görülebilir (Şekil 4). Bu alloktan kütlede en önemli iki üyesi ofiyolitler ve metamorfik kayaçlar. Ofiyolitler Kampaniyen-Alt Mestrihtiyen yaşta olup genellikle serpantinleşmiş ultrabazik kayaçlardan oluşmaktadır. Metamorfik kayaçlar egemen olarak mermerlerden oluşmaktadır. Kretase yaşlı kayaçlar genel olarak ince tabakalı pelajik kireçtaşları ile temsil edilir. Eosende bölge geniş bir karbonat platformuna dönüşmüş ve bu arada çok kalın kireçtaşı düzeyleri çökelmiştir. Miyosende bölgenin doğu kesiminde sığ şelf karbonatları ve resifal kireçtaşları çöklerken, batı kesiminde derin şelfte yer yer kireçtaşı düzeyleri içeren kil-marn, tebeşirli killi kireçtaşı aralanmasından oluşan bir istif çökelmiştir (Şekil 4).

Bu kireçtaşı düzeyleri çok iyi blok verdiklerinden, yapı taşı olarak en olumlu kireçtaşı seviyelerini oluşturmaktadırlar Diyarbakır, Hazro, Hani,

Ergani, Çermik, Çüngüş ve Adıyaman yöresinde bu seviyelerde açılmış pek çok taş ocağı bulunmaktadır. Karacadağ volkanizması Üst Miyosende başlayarak tarihsel zamanlara değin etkin olmuştur. Genellikle bazik lavlarla temsil edilen tipik kalkan şeklinde bir volkandır. Karacadağ volkanizmasında üç ana püskürme dönemi saptanmıştır. Diyarbakır'ın kuzeybatısında yer alan bazaltlar, masif, düzgün kırık sistemleriyle kesilmiş, yüzeyde yarı köşeli ve çeşitli boyutlarda sağlam bloklar halindedir Kırık yüzeylerinde, koyu gri tonlarında ve afanitik doku gösterir (MTA. 2008 1/100.000 L43 Jeoloji raporu).

Orta miyosen döneminde başlayan hareketlenme sıkışma ya neden olmuş bu tektonik sıkışma döneminde Alt Miyosen'de oluşan çökelim çanaklarının genel olarak örtülmesine neden olmuş, böylece, Güneydoğu Anadolu'nun günümüzdeki tektonik durumunu oluşturan sürtünme gelişmeye başlamıştır. Bölgede sıkışma enerjisinin artmasıyla Üst Miyosen döneminde K-G yönlü açılma çatlakları gelişmiş ve bunun sonucunda Karacadağ volkanitleri bölgedeki daha yaşlı birimleri örtmüştür (Şaroğlu ve Emre 1987). Literatürde Karacadağ volkanitleri olarak belirtilen volkanik alanın kuzey bölümde Dicle ve Fırat nehirleri ile yine volkanitlerin dokanağından gelişmiş olan bu iki büyük akarsuyun kolları mevcuttur. Güneyde belirli bir topoğrafik sınırı çizilemeyen volkanitler Urfa-Mardin karayoluna kadar ulaşmaktadır. Söz konusu volkanitlerde hava fotoğrafları ve arazi gözlemlerine göre üç ana etkinlik dönemi saptanmış ve bu özellik göz önüne alınarak volkanitler üç bölümde incelenmiştir. Bu ayırmda ilksel volkan morfolojisinin korunma şekli, drenajla yarıma oranı, aşınma derecesi, toprak örtüsü ve en önemlisi olarak da stratigrafik ilişkiler ölçüt olarak kullanılmıştır. Ayırtlanan her evre volkanitleri farklı alanlardaki çıkış merkezlerinden yüzeleşmiş olmasına rağmen volkanitlerin tümü yörenin en büyük volkan konisi durumunda olması

nedeniyle Karacadağ volkanitleri olarak tanımlanmıştır (İmamoğlu, M.Ş., Kavak, O., Kaya, M. 2014: 268), (Şekil 4).



Şekil 4 Ergani İlçesi'nin jeoloji haritası

Dünya’da arazi sınıflaması, ilk olarak 1961 yılında A.B.D. Tarım Departmanı Toprak Koruma Servisi tarafından yapılmıştır. Türkiye’de ise ilk arazi sınıflaması (1978) TOPRAKSU Genel Müdürlüğü tarafından A.B.D.’de kullanılan sistem doğrultusunda yapılarak Türkiye Arazi Varlığı Raporu olarak yayımlanmıştır (Atalay ve Gökçe Gündüzoğlu, 2015 aktaran Takeş, 2017). Bu rapora göre araziler I. sınıftan VIII. sınıfa kadar sekiz kabiliyet sınıfına ayrılmıştır. Bu kapsamda Ergani ilçesinde arazi sınıfları haritasına göre yapılan Ergani ilçesinin arazi kabiliyet sınıflaması sonuçları ele alınacaktır.

I. sınıf araziler ilçe sınırları içinde sahada genellikle Ergani ve Bereketli ovalarında Yolköprü, Ortayazı, Boncuklu, Sökündüzü, Bozyer Yeniköy bu arazi sınıfı üzerinde kurulu köylerdir (Şekil 5).

II. sınıf araziler ilçede 1. Sınıf arazilerin çevrelemiş olan arazilerdir.

Bu arazi sınıfında İncehıdır, Develi, Gökçi, Karaburkaç köyleri yer almaktadır (Şekil 5).

III. sınıf araziler ilçede çok az yer kaplamaktadır. Bu araziler genel olarak

Ergani ilesinin kuzeyindeki dağlık silsilenin ara kısımlarındaki düzlüklerde bulunmaktadır (Şekil 5).

IV. sınıf araziler ilçede Baykara köyü ve çevresinde ve Ergani ilçesinin batı

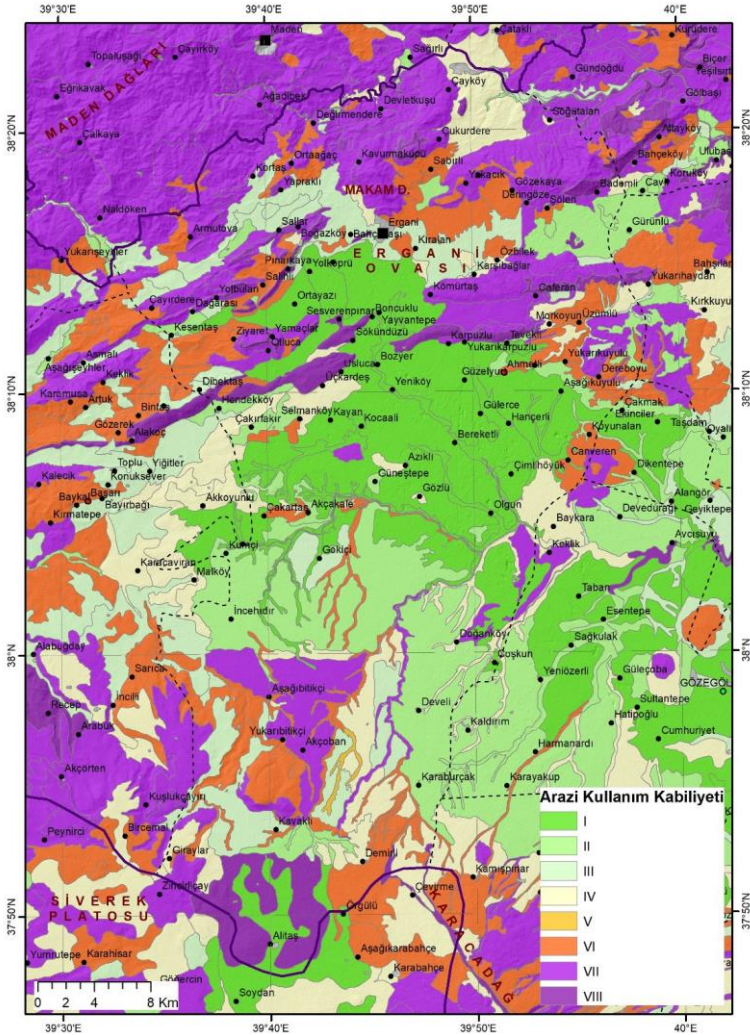
kesiminde bulunmaktadır (Şekil 5).

VII. sınıf araziler sahada %13 ile üçüncü en fazla alan kaplayan birimdir

V. sınıf araziler ilçe sınırları içinde bulunmamaktadır (Şekil 5).

VI. Ergani ilçesi kuzeyinde bulunan dağlık sahada bu sınıf araziler egemendir.

VIII. sınıf araziler Ergani ilçesi kuzeyinde bulunan dağlık sahada bu sınıf araziler egemendir (Şekil 5).



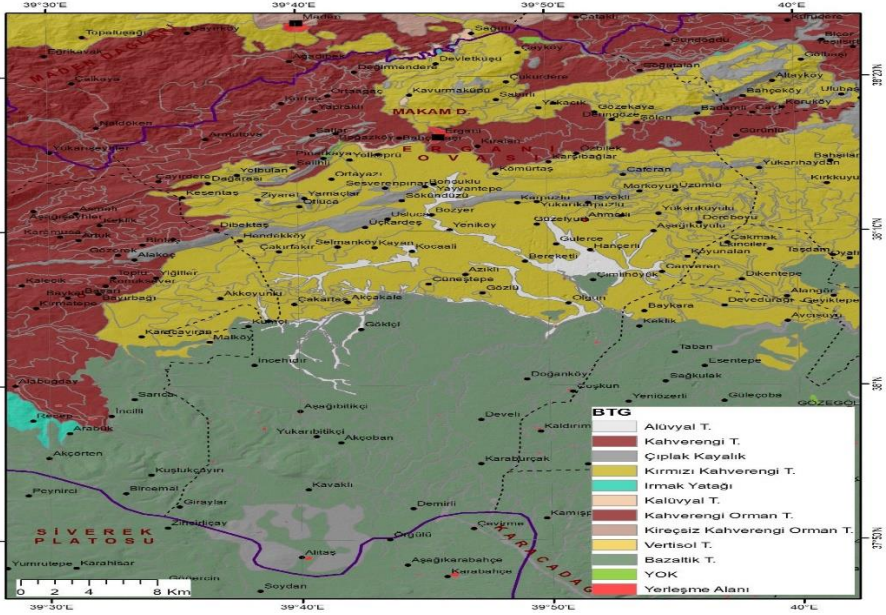
Şekil 5 Ergani İlçesi arazi kullanım kabiliyeti haritası

Ergani'nin kırmızı-kahverengi toprakları tarımsal potansiyeli artırmaktadır. Toprak yapısı iki önemli kaynaktan gelmektedir; alüvyon-larla, volkanik oluşumlar. Parçalanmış bazalt ve marn'lerden oluşan toprak, elverişli topoğrafik yapı ile birleşince, tarımsal olarak genişlemektedir. Ergani'de oluşumlarına göre şu toprak çeşitleri görülmektedir (Şekil 6).

- I. a-Klimatik Topraklar: Kırmızı renklidir. Sıcak kuşak koşullarda oluşmuştur. Az yağış nedeniyle üst toprakta yıkanan karbonlar,

toprağın hemen altındaki Bhorizonunda yumrular halinde birikmiştir. Kireç ve diğer alkaninlerden dolayı, alkalen reaksiyon gösterir (Şekil 6).

- II. b-Vertisoller Toprak: Dönen toprak özelliğini sergiler. Kil içerir ve yazın çatlaklar oluşur. Üst toprak bu çatlaklardan dibe iner. Kışın su alarak şiştiğinde çatlaklar kapanmakta, alttan üste doğru meydana gelen basınçla, alt toprak üste doğru hareket etmektedir. Böylece dikey yönde dönmektedir (Şekil 6).
- III. c-İntrazonal Toprak: Dağlık ve eğimli kesimde, toprakların sürekli aşınması nedeniyle, toprak sürekli olarak toprak oluşum sürecinin başlangıç aşamasında kalmaktadır. Toprakta ana materyalin etkileri vardır.
- IV. d-Volkanik Toprak: Karacadağ'ın etki alanındaki topraklar bu gruba girer.
- V. e-Alüvyal Topraklar: Çay kenarında yer alan topraklardır (Şekil 6).



Şekil 6 Ergani ilçesinin büyük toprak grupları haritası

2. Ergani İlçesi Genel Arazi Kullanımı

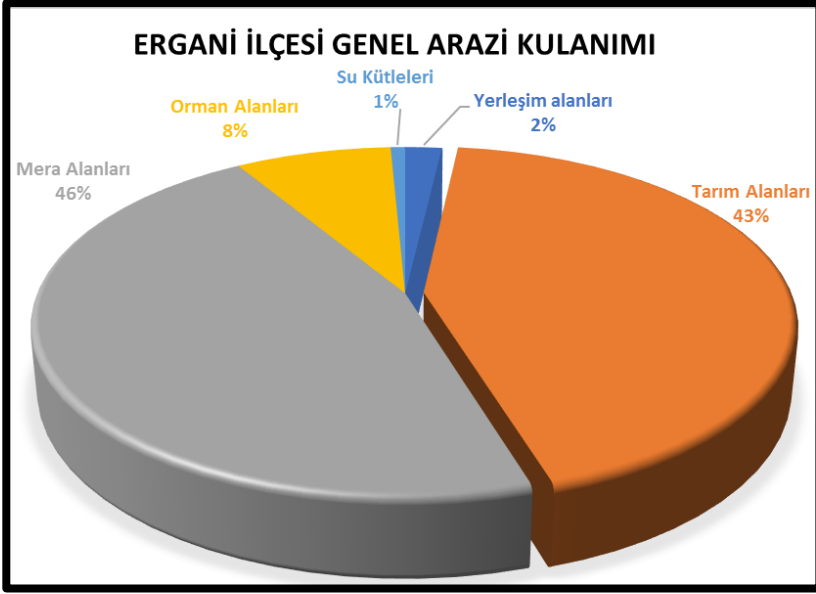
Ergani ilçesi genel itibari ile yer şekilleri sade bir görünüme sahip olmasına rağmen tarımsal alanlar oldukça sınırlıdır. İlçede tarımsal üretim doğal koşulların etkisi altındadır. İlçede tarımsal üretimin ana lokasyonları Ergani ve Bereketi ovalarıdır. Bu alanlarda yoğun bir şekilde kuru ve sulu tarım yapılmaktadır. Bu ovalarda bulunana verimli topraklar, uygun sıcaklık şartları tarımsal verimi artırmış bu durum ilçedeki kırsal yerleşmelerinde bu alanlarda yoğunlaşmasına neden olmuştur. İlçenin kuzeyi topoğrafya bakımından engebeli bir alan teşkil ettiğinden yerleşmelerde yoğunluk olamamıştır (Şekil 2). 2018 yılı CORİNE arazi kullanım verilerine göre yapılan arazi sınıflandırmasında ilçenin ana arazi kullanımına bakıldığında Mera alanlarının oldukça fazla alan kapladığı ilçede en büyü arazi sınıfı olduğu görülmektedir. Bunun ana nedeni Karacadağ volkanik dağının bir uzantısı olan ve Ergani ilçe sınırı içinde oldukça geniş sahaları kaplayan bu ünitelerde Çıplak ve taşlık alanların egemen olması tarım yapılabilecek kadar toprak kalınlığına sahip olmaması bu alanların mera olarak kullanılmasına neden olmuştur. Mera alanı olarak kullanılan diğer bir büyük alan ise ilçenin kuzeyinde yer olan Maden dağları güney kısımlarını oluşturan dağlık kütlelerin yamaçları olup bu alanın önemli bir kısmı orman örtüsünden mahrum olup bitki örtüsünün çok cılız olduğu alanlara tekabül etmektedir. Bu alanlarda ilçe Kırsal kesiminde yaşayan kişiler tarafından mera olarak kullanılmaktadır.

Ergani ilçesi genel arazi kullanım guruplarında en büyük ikinci kurup tarım alanları oluşturmaktadır. İlçede 621,56 km karelik bir alan kaplayan tarım alanları ilçenin %42'sini oluşturmaktadır. İlçenin diğer arazi gurupları Yerleşme alanları ilçenin %2'si, orman alanları ilçenin %8'ini, Su kütleleri veya su yüzey alanları ise ilçenin %1'ini teşkil etmektedir (Çizelge 1- Şekil 3).

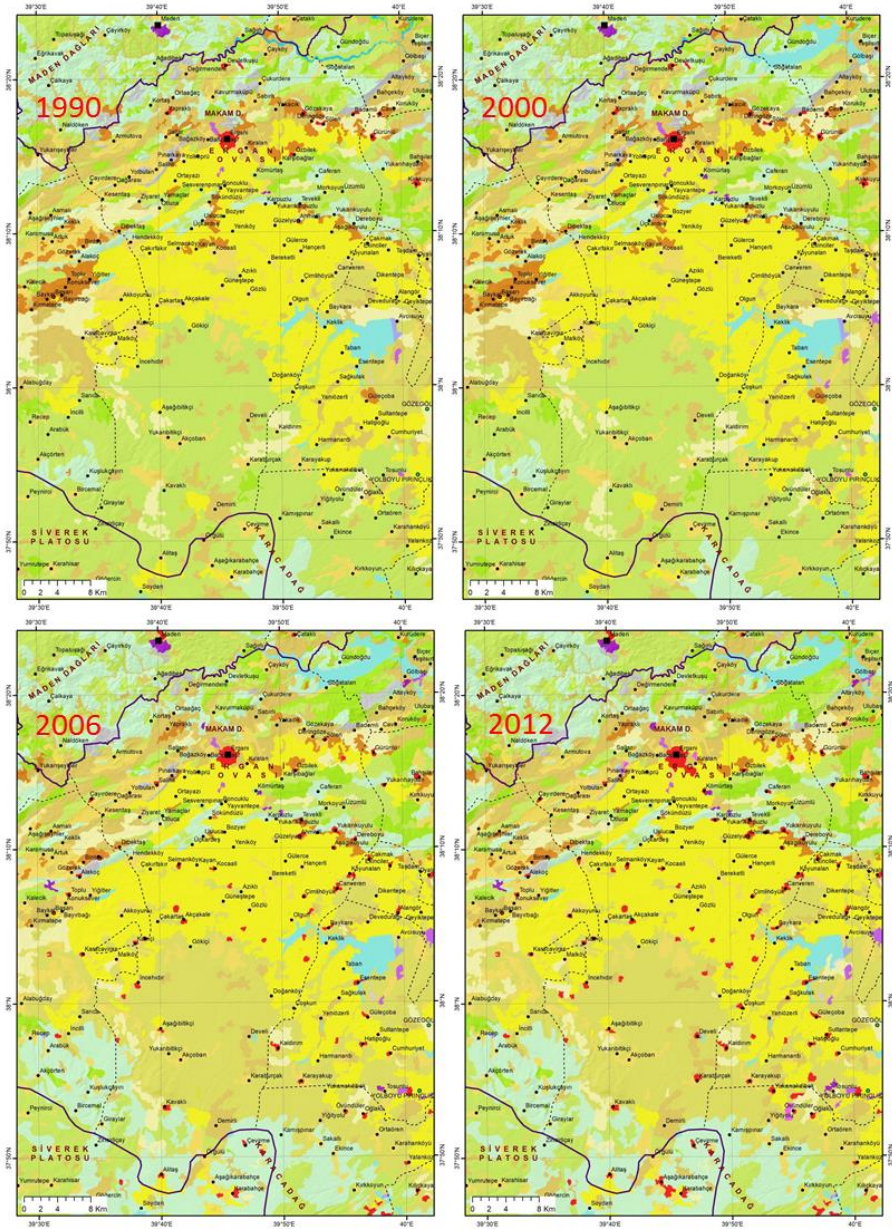
Çizelge 1 Çalışma alanındaki arazi varlığının dağılımı.

Yıl 2018	Alan (km2)	Yüzde
Yerleşim alanları	27,33	2%
Tarım Alanları	621,56	43%
Mera Alanları	684,27	46%
Orman Alanları	124,69	8%
Su Kütleleri	10,81	1%
Toplam	1468,66	100%

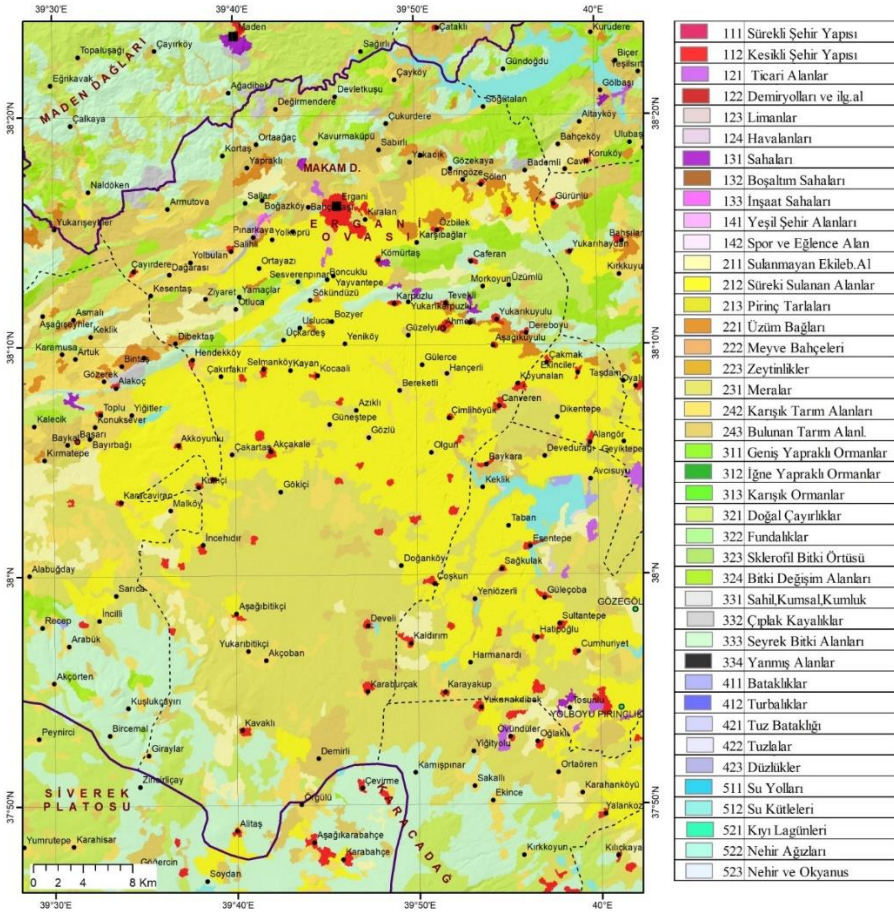
Kaynak: 1 Corine Land Cover 2018 (<http://www.eea.europa.eu/data-and-maps/data/clc-2006-vector-data-version-2>)



Şekil 7 Çalışma alanındaki arazi varlığının dağılımını gösteren grafik.



Şekil 8 Ergani ilçesinin 1990, 2000, 2006, 2012 yıllarına ait genel arazi kullanımı.



Şekil 9 Ergani ilçesinin 2018 yılına ait genel arazi kullanımı.

Kaynak: 2 Corine Land Cover 1990, 2000, 2006,2012, 2018

(http://www.eea.europa.eu/data-and-maps/data/clc-2006-vector-data-version-2)

Çizelge 2 Ergani ilçesinin 1990,2000, 2006, 2012, 2018 yıllarına ait genel arazi kullanım alanları (km2)

Yıllar	1990	2000	2006	2012	2018
Yerleşim alanları	8	9,1	17,48	25,38	27,33
Tarım Alanları	617,2	622,74	626,07	631,41	637,56
Mera Alanları	723,39	742,92	737,96	698,06	676,27
Orman Alanları	112,41	80,41	72,28	103	116,69
Su Kütleleri	7,66	13,49	14,87	10,81	10,81
Toplam	1468,66	1468,66	1468,66	1468,66	1468,66

Kaynak: 3 Corine Land Cover 1990, 2000, 2006, 2012, 2018 (<http://www.eea.europa.eu/data-and-maps/data/clc-2006-vector-data-version-2>)

CORİNE görüntülerine elde edilen çizelgeye bakıldığında Ergani ilçesinde 1990 yılından 2018 yılına kadar yerleşme alanlarının (yapay alan) 3 kattan fazla artığı görülmektedir.

İlçede kırsal yerleşme sayısının artışına paralel olarak 1990 yılından 2018 yılına kadar 20 kilometre karelik bir alan tarım alanlarına dönüştürülmüştür. Mera alanları ve özellikle ilçenin kuzeyinde bazı engebeli mera alanların dikili tarıma (bağ alanları) dönüştürülmesi ve Karacadağ bazalt platosu üzerinde bazı alanların taştan arındırılarak kuru tarım alanlarına dönüştürülmesi ile ilçenin tarım alanlarında bir genişleme söz konusudur.

İlçedeki mera alanlarında 1990 yılından 2000 yılına kadar bir artış görülürken 2000 yılından sonra bir azalma ivmesi görülmektedir. Burada ilçede mera alanlarının başta tarım, orman, yerleşme gibi alanlara dönüşmesi söz konusudur.

Orman alanlarının 1990'dan 2006'ya kadar önemli bir gerilemesi görülürken bu alanlarda 2012 ve 2018 de yeniden önemli artışlar olduğu görülmüştür.

2.1. Ergani İlçesi Tarımsal Arazi Kullanımı

Tarım arazisi; tarım ürünlerin yetiştirilip hasat edildiği alanlara denir. Bu üretim alanları arazi kullanımı bakımından ekili ve dikili alanlar olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

• Ekili Alanlar

- Sulu Ekili Alan
- Kuru Ekili alan

Dikili Alan

- Sulu Dikili Alan
- Kuru Dikili Alan

İlçede toplam 1468660 dekarlık arazinin %45,15'i Tarım alanlarından oluşmaktadır. TÜİK'ten alınan

Verilere göre ilçede toplam 663139 dekar arazinin % 68,08'i kuru tarım alanlarından oluşmaktadır. Geriye kalan tarım arazilerinin %25,98'i sulu tarım alanlarından, %5,94'ü ise dikili tarım alanlarından olmaktadır. Sulu tarım alanı 172310 dekar, dikili tarım alanı ise 39359 dekadır (Çizelge 3).

Bu alanların ilçe toplam alanını içindeki payına bakıldığında ilçenin %30,74 kuru tarım alanlarından oluşmakta, %11,73 sulu tarım alanları ve %2,68'i ise kuru tarım alanlarından oluştuğu görülmüştür (Çizelge 3).

Çizelge 3 Ergani ilçesinin tarımsal arazi kullanımının alansal dağılımı-2018 (da)

Ergani İlçe tarımsal arazi türü	Alan (da)	İlçe tarım alanına oranı	İlçe alanına oranı
Kuru Tarım	451470	68,08%	30,74%
Sulu Tarım	172310	25,98%	11,73%
Dikili tarım	39359	5,94%	2,68%
Tarımsal Alan Toplam	663139	100,00%	45,15%
İlçe alanı	1468660		100,00%

Kaynak: 4 <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?locale=tr> (erişim:11.08.2022)

2.1.1. Kuru Tarım Alanları

İlçede hakim tarım alanı genel olarak kuru tarım alanlarından oluşmaktadır. İlçenin %30,64'ünü kaplayan kuru tarım alanları toplam tarım alanlarının %67,87'sini oluşturmaktadır. Toplam 450070 dekar olan kuru tarım alanlarının %49,40'ında buğday, %26,83'ünde arpa, %12,00'ında mercimek %6,67'sinde nohut, % 1,89,'unda ise darı ekimi yapılmaktadır (Çizelge 4).

İlçede sebze sınıfında kaydı tutulan ama kuru tarım usullerine bağlı olarak yetiştirilen karpuz ve kavun tarımının ilçedeki alansal payı toplamda %3,22'dir. İlçe Diyarbakır ilinin önemli bir karpuz ve kavun tedarikçisi konumundadır (Çizelge 4).

Çizelge 4 Ergani ilçesinin kuru tarım alanlarında yetiştirilen ürünler ve alanları-2018 (da)

Tarım ürünü	Alan (da)	Toplam kuru tarım alanına oranı	Toplam tarım alanına oranı	İlçe alanına oranı
Buğday, Kuru	222320	49,40%	33,53%	15,14%
Arpa (Diğer)	120750	26,83%	18,21%	8,22%
Darı	8500	1,89%	1,28%	0,58%
Nohut, Kuru	30000	6,67%	4,52%	2,04%
Mercimek, Kuru (Kırmızı)	54000	12,00%	8,14%	3,68%
Karpuz	10800	2,40%	1,63%	0,74%
Kavun	3700	0,82%	0,56%	0,25%
Kuru tarım alanı toplamı	450070	100,00%	67,87%	30,64%
İlçe toplam tarım alanı	663139	-----	100,00%	45,15%
İlçe Alanı	1468660	----	-----	100,00%

Kaynak: 5 <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?locale=tr> (erişim:11.08.2022)

2.1.2. Sulu Tarım Alanları

Ergani ilçesinin yaklaşık %11'i sulu tarım alanlarından oluşmaktadır. Özellikle GAP'ın ilçe kısmında bulunan baraj ve sulama kanalı projelerinin önemli bir kısmının tamamlanmasına bağlı olarak ilçede sulu tarım alanlarında geçmiş yıllara oranla önemli bir artış olmuştur. Bu artışa rağmen ilçe çiftçisinin alışkanlıkları yani atadan kalma ürün çeşidinden vaz geçilmemiş sulu tarım alanlarında getirisi yüksek ve sanayinin hammaddesi olarak kullanıldığında ilçe istihdamına önemli katkıları olacak olan tarım ürünleri ekilmemeye devam etmiştir. İlçenin 158160 dekar olan sulu tarım alanlarının %67'sinde buğday ekilmektedir. Buğday yerine pamuk, mısır, ayçiçeği gibi katma değeri yüksek olan ürünler ekildiğinde ilçenin refah seviyesi daha iyi olacaktır (Çizelge 5).

İlçede sulu tarım alanlarında ekilen pamuk sulu tarım alanlarının ancak %9,44'ünde ekilmektedir. Sulu buğday alanlarından tam altı kat daha küçük

olan pamuk ekim alanlarından elde edilen ürün ilçe ekonomisine önemli bir katkı sağlamaktadır (Çizelge 5).

İlçede Ayçiçeği tarımı buğday ve pamuk ekim alanlarından sonra sulu tarım alanlarında en çok ekilen üçüncü tarımsal faaliyet olarak karşımıza çıkmaktadır. İlçede 9100 dekarlık alanda ekilen ayçiçeği çerezlik değil genel olarak yağlık üretmek için ekimi yapılmaktadır. İlçenin sulu tarım alanlarının %5,75'i ayçiçeği tarım alanlarından oluşmaktadır (Çizelge 5).

Mısır ilçede iki amaçla ekilmekte olup, yağ elde etmek için yağlık (dane) mısır ve genel olarak yemlik olarak kullanılan slajlık mısırdaki sulu tarım alanlarında yer kaplamaktadır. Tümüyle olarak ilçede 5332 dekarlık bir alanda ekilen mısır ilçe sulu tarım alanlarının %3,37'sini kaplamaktadır (Çizelge 5).

Özellikle Karacadağ volkanik dağının bir uzantısı olan Diyarbakır Bazalt platosu üzerinde yer şekillerinin müsait olduğu aksa vadi tabanlarında veya akarsu önünün kesilmesi ile arkaya göllenen suyun uygun tavla oluşturan alanlara kanalizasyonla edilmesine bağlı olarak çeltik tarım alanları oluşturulmuştur. Bu alanlarda dağınık bir şekilde örgülenen çeltik tarım alanları ekim alanı 2018 yılında 3000 dekadır. Çeltik alanlarının ilçede bulunan sulu tarım alanları içindeki payı %1,90'dır (Çizelge 5).

Sebze ekim alanlarının da önemli bir kısmı sulu tarım alanıdır. İlçede 15550 dekar arazi sulu sebze ekim alanlarından oluşmaktadır. Bu alanların 8935 hektarı domates ekim alanlarından oluşmakta olup bu alanlar toplam sulu tarım alanlarının yaklaşık %7'sine denk gelmektedir. İlçede domates ekim alanları aynı zamanda sebze ekim alanlarının %57,46'sını oluşturmaktadır (Çizelge 5).

Sebze ekim alanlarına bakıldığında domates ekim alanlarından son en çok biber, patlıcan ve salatalık en fazla ekim alanına sahip ürünlerdir (Çizelge 5).

Çizelge 5 Ergani ilçesinin sulu tarım alanlarında yetiştirilen ürünler ve alanları-2018 (da)

Tarım ürünü	Alan (da)	Toplam Sulu tarım alanına oranı	Toplam tarım alanına oranı	İlçe alanına oranı
Durum Buğdayı	107426	67,92%	16,20%	7,31%
Pamuk	14932	9,44%	2,25%	1,02%
Mısır (Dane yağlık)	2332	1,47%	0,35%	0,16%
Mısır (Slaj)	3000	1,90%	0,45%	0,20%
Ayçiçeği Tohumu (Yağlık)	9100	5,75%	1,37%	0,62%
Çeltik	3000	1,90%	0,45%	0,20%
Fiğ (Adi) (Yeşil Ot)	1400	0,89%	0,21%	0,10%
Soya Fasulyesi	280	0,18%	0,04%	0,02%
Yonca (Yeşilot)	1000	0,63%	0,15%	0,07%
Tütün,	140	0,09%	0,02%	0,01%
Fasulye, Taze	550	0,35%	0,08%	0,04%
Biber (Dolmalık)	600	0,38%	0,09%	0,04%
Biber (Sivri)	1850	1,17%	0,28%	0,13%
Hıyar (Sofralık)	500	0,32%	0,08%	0,03%
Hıyar (Turşuluk)	500	0,32%	0,08%	0,03%
Acur	200	0,13%	0,03%	0,01%
Patlıcan	1300	0,82%	0,20%	0,09%
Domates (Sofralık)	6685	4,23%	1,01%	0,46%
Domates (Salçalık)	2250	1,42%	0,34%	0,15%
Bamya	15	0,01%	0,00%	0,00%
Kabak (Sakız)	250	0,16%	0,04%	0,02%
Soğan (Taze)	300	0,19%	0,05%	0,02%
Soğan (Kuru)	550	0,35%	0,08%	0,04%
Sulu tarım alanı toplamı	158160	100,00%	23,85%	10,77%
İlçe toplam tarım alanı	663139	-----	100,00%	45,15%
İlçe Alanı	1468660	-----	-----	100,00 %

Kaynak: 6 <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?locale=tr> (erişim:11.08.2022)

2.1.3. Dikili Tarım Alanları

İlçenin dikili tarım potansiyeli yüksek olmasına rağmen ilçede dikili tarım gelişmemiştir. İlçeni dikili tarım oranı toplam tarım alanlarının yaklaşık %5'ine tekabül etmektedir. Dikili tarım alanları içinde de en fazla bağ alanlarının mevcut olduğu görülmektedir. Bu durum bağcılığın ilçenin geleneksel yapısından ile gelmektedir ilçede bağcılık çok eski zamanlardan beri yapılan en önemli tarımsal faaliyettir. İlçe Diyarbakır ili içinde de üzümü ile meşhurdur (Çizelge 6).

Dikili tarım alanları içinde bağ alanları 37505 hektar olup dikili alanların %95,29'unu oluşturmaktadır. Diğer dikili alanlar ilçede parçalı olup dağınık bir şekilde örgülenmiş olup bu alanlar genel olarak ilçenin kuzeyindeki engebeli sahalarda yoğunlaşmıştır. Bu alanlarda dikili alanlar; elma dikili alan 315 dekar, armut 190 dekar, kayısı 200 dekar, zerdali 90 dekar, ayva 25 dekar, kiraz 170 dekar, vişne 140 dekar, şeftali 36 dekar, erik 170 dekar, dut 100 dekar, badem 210 dekar, fıstık 91 dekar, ceviz 32 dekar, nar 30 dekar, zeytin 45 dekar alanda ekilmektedir (Çizelge 6).

Çizelge 6 Ergani ilçesinin kuru tarım alanlarında yetiştirilen ürünler ve alanları-2018 (da)

Tarım ürünü	Alan (da)	Toplam kuru tarım alanına oranı	Toplam tarım alanına oranı
Sofralık Üzüm, Çekirdekli	37505	95,29%	5,66%
İncir (Yaş)	10	0,03%	0,00%
Elma (Golden,Starking, Amasya)	315	0,80%	0,05%
Armut	190	0,48%	0,03%
Ayva	25	0,06%	0,00%
Kayısı	200	0,51%	0,03%
Zerdali	90	0,23%	0,01%
Kiraz	170	0,43%	0,03%
Vişne	140	0,36%	0,02%
Şeftali	36	0,09%	0,01%
Erik	170	0,43%	0,03%
Dut	100	0,25%	0,02%
Badem	210	0,53%	0,03%

Şam Fıstığı (Antep Fıstığı)	91	0,23%	0,01%
Ceviz	32	0,08%	0,00%
Nar	30	0,08%	0,00%
Yağlık Zeytinler (Zeytinyağı Üretimi İçin)	45	0,11%	0,01%
Toplam Dikili alan	39359	100,00%	5,94%
Toplam tarım alanı	663139		100,00%

Kaynak: 6 <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?locale=tr> (erişim:11.08.2022)

Öneriler

- ✓ Ergani ilçesinin güney batısında bulunan Karacadağ ve uzantısı olan Diyarbakır platosu tarım alanları açısından en sorunlu alanlardır. Bu alanlardaki sorunların başında jeolojik açıdan henüz evrimini tamamlamamış toprak kalınlığı açısından sıkıntılı, taşlık sahaların geniş alanlar kaplamasıdır.
- ✓ Mera-otlak alanları olarak sınıflanan bu alanlar aslında hayvancılık açısından da çok fazla verimli bir özellik teşkil etmemektedir. Bu alanlar için çözüm olarak taşlıklardan temizlenmesi ve bu alanlarda toplanan kayaların taş ocaklarında öğütülerek ufalanması ve yeniden serilmesi durumunda orta vadeli süreler dahilinde hayvancılığa, tarıma kazandırılması mümkündür.
- ✓ İlçe yeraltı suları bakımından zengin olup bu alanlarda bulunan petrol arama şirketlerine bağlı olarak işletilen sıkı sondaj kuralları esnetilmelidir. Bu sayede sulama kanallarından uzak olan kırsal kesimlerde sulu tarım imkanları doğacak tarımsal verim artacaktır.
- ✓ İlçede sulu ekili tarım alanlarında özellikle Ergani ovasında buğday ekimi yapılması yerine getirisi yüksek olan alternatif ürünler ekimine özen gösterilmelidir. Sulu ekili alanlarda hala buğday tarımına devam

edilmektedir. Buğday ilçe sınırları içindeki tüm tarım alanlarında yetiştirilebilir. Ama pamuk, mısır, sebze ürünleri daha seçicidir.

- ✓ Dikili tarım alanlarının çok büyük bir kısmı bağ alanlarından oluşmaktadır. Özellikle ilçenin kuzeyi engebenin artışına bağlı olarak bağ alanları da bu kısımda artış göstermektedir.
- ✓ Bu alanlarda üretilen üzümler sofralık ve kuru üzüm olarak tüketilmektedir. Bu ürünlerin değerlendirilmesi için yörede şaraplık üzümlerin üretimi desteklenmeli ve bunu işleyen tesislerin kurulması sağlanmalıdır. Her ne kadar iç tüketime yönelik olmasa da önemli bir ihraç ürünü haline gelebilir.
- ✓ Dikili tarım alanlarında sulama imkanları geliştirilerek bağ tarımının dışında meyve üretim alanları da artırılmalıdır. İlçede badem, kayısı, erik, elma, ceviz dikili alanları mevcut olsa da bu alanlar çok küçük bahçeler halindedir.
- ✓ İlçede Üretimin kaynağı olan tarım alanları tarım dışı amaçlarda yanlış kullanımı durdurulmalıdır. Özellikle Ergani İlçesinin en önemli tarımsal kaynağı olan Ergani ve bereketli ovasına yönelik yapılaşmanın önüne geçilmelidir. Bu alanda yanlış kullanıma maruz kalan sahalanın tekrar tarıma kazandırılması için çalışmalar yapılmalıdır.
- ✓ İlçedeki sulu ekili tarım alanlarının önemli bir bölümü salma sulama veya yağmurlama sulama sistemleri ile sulanmaktadır. Bu sulama sistemi aşırı su sarfiyatına neden olduğu gibi toprakta da belli bir süreden sonra hasara neden olmaktadır. Çiftçileri bu sistemlerden vazgeçirerek damla sulama sistemini kullanmaya teşvik ederek, daha az su ile daha fazla alanın sulanması sağlanabilir.

Sonuç

- Ergani ilçesinde kırsal yerleşmelerin büyük bir bölümü, doğal çevre ile uyum sağlayacak sahalara kurulmuştur. İlçenin arazileri düz ve yer şekilleri açısından engebenin az olmasına rağmen ilçede tarım alanları ilçe yüz ölçümünün %43'nü oluşturmaktadır. İlçenin güneybatısını teşkil eden Diyarbakır bazalt platosu düz yakın bir

görünümüne sahip olmasına rağmen tarımsal açıdan hiçbir şekilde kullanılamamaktadır.

- İlçede hem kuru tarım alanlarında, hem sulu tarım alanlarında buğday en fazla ekilen tarım ürünüdür.
- İlçede Pamuk, mısır, ayçiçeği ekim alanları mevcut olup, potansiyel kullanımının çok altındadır.
- Özellikle üzüm ve pamuk satışından fazlaca gelir elde edilmektedir.
- İlçede sebze ve meyve üreticiliği de havza tabanlarında ve vadi boylarında sulamanın yapıldığı alanlarda artmaktadır.
- İlçede tarım arazilerinin planlı kullanımına geçilerek ihtiyaca göre ekim deseni oluşturulmalı ve böylece dengeli bir üretim sağlanmalıdır. Bu bağlamda kuru tarım alanlarında verimi en fazla olan ürün buğday, arpa, mercimek ve nohut olduğu için söz konusu tarım alanlarında sürdürülmesi desteklenmelidir. Sulu tarım alanlarında ise pamuk, ayçiçeği, mısır ve çeltiğin ekim alanları ve üretimi arttırılmalıdır. Çünkü bölge şartlarına uyum gösteren bu tarım ürünleri çiftçilere diğer tarım ürünlerine nazaran daha fazla gelir sağlamaktadır.

REFERANSLAR

- Durmuş, E. (2009). Ergani ilçesi Coğrafyası, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Basılmamış Doktora Tezi). Elazığ.
- Durmuş, E., & Ali Y. (2018).*Ergani İlçesinde Köylerin Hâkim Ekonomik Faaliyete Göre Dağılışı*. Journal of Turkish Studies. DOI:10.7827/TurkishStudies.14676
- Elmastaş N. (2009). Ahlat ilçesinde tarımsal arazi kullanımı. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8(2), 1303 - 94.
- Elmastaş, N., Özcanlı, M., (2014).*Arazi Kullanımı ve Deprem İlişkisi Bağlamında 2011 Van Depremlerinin Erciş Şehrine Etkileri*. Turkish Studies DOI: **10.7827/TurkishStudies.6877**
- 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>
- Ertekin, S. (2002). Karacadağ Bitki Çeşitliliği, Sürdürülebilir Kırsal ve Kentsel Kalkınma Derneği.
- Gözenç, S. (1974). Arazinin Kullanılması ve Değerlendirilmesinin Coğrafi Yönden Tetkiki. *İstanbul Üniversitesi Coğrafya Enstitüsü Dergisi*, (20-21), s. 170
- Gözenç, S. (1978), Küçük Menderes Havzasında Arazinin Kullanılışı ve Sınıflandırılması, Edebiyat Fakültesi Basımevi, İstanbul.
- Gözenç, S. (1979), Bolu Depresyonu ve Yakın Çevresinde Araziden Yaralanma(Land Use), İstanbul Üniversitesi Yay., İstanbul.
- Gözenç, S. (1980), "Arazi Kullanma 'Land Use' Haritalarında Standardizasyon ve Türkiye İçin Bir Öneri", İstanbul Üniversitesi Coğrafya Enst. Dergisi, Sayı:23, İstanbul.
- Gülersoy, A. E. (2014). Yanlış arazi kullanımı. *Elektronik Sosyal Bilgiler Eğitimi Dergisi*, 1(2), 49-128.
- Güzel, A., & Özcanlı, M.(2017) Coğrafi Ortam ve Yerleşme Adları Arasındaki İlişki Açısından İdil İlçesi (Şırnak) Köy Adları. *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 12-30.
- Güzel, A., Özcanlı, M., Akgün, B.,(2021).*Şanlıurfa İlinde Kurulu Ges'lerin Arazi Kullanımı Açısından Değerlendirilmesi*.Sobider: Sosyal Bilimler Dergisi
- Haspolat, Y. K. (2014). Tüm Yönleriyle Ergani İlçesi ve Turizm. Ergani kaymakamlığı ve Dicle üniversitesi yay. ISBN: 978-975-7635-52-9
- Karabacak, K., & Özçağlar, A. (2013). Karpaz Yarımadasında tarımsal arazi kullanımı ve planlama önerileri. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 11(2), 121-148.
- Karakuyu, M. & Özçağlar, A. (2005). Alaşehir İlçesinin Tarımsal Yapısı Ve Planlamasına Dair Öneriler . *Coğrafi Bilimler Dergisi* , 3 (2) , 1-17 . DOI: 10.1501/Cogbil_0000000054

- 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
- Özcanlı, M. (2018). "UNESCO Kültür Mirasında Diyarbakır Surları", *International Social Sciences Studies Journal*, 4(24): 5106-5115 <http://dx.doi.org/10.26449/sss.949>
- Özcanlı, M. , Güzel, A. & Akgün, B. (2021). Şanlıurfa ili'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., Benek, S., Yetmen.H., (2017).Bağlar Merkez İlçesinde (Diyarbakır) Yükselti Basamaklarına Göre Arazi Kullanımı. *Sobider: Sosyal Bilimler Dergisi* DOI: **10.16990/SOBIDER.3728**
- Özcanlı, M., Güzel, A., (2015).*Şanlıurfa Şehrinin Alansal Gelişiminin Çevresindeki Tarım Arazilerine Etkisi.Turkish Studies* doi:10.7827/TurkishStudies.7890
- Özcanlı, M.; Elmastaş, N.; Yetmen, H. ve Benek, S.. (2018). Ahlat (Bitlis) İlçesinde Tarımsal Sulamada Sondaj Kuyularının Kullanımının Yeraltı Sularına Etkisi, *Jass Studies-The Journal of Academic Social Science Studies*, Doi number:<http://dx.doi.org/10.9761/JASSS7892>, Number: 74 Spring 2019, p. 505-520.
- Özçağlar, A. - Özgür, M.- Somuncu, M. - Bayar, R.-Yılmaz, M. - Yüceşahin, M.- Yavan, N.-Akpınar, N. ve Karadeniz, N. (2006), "Çamlıhemşin İlçesinde Doğal ve Beşeri Kaynak Tespitine Bağlı Olarak Geliştirilen Arazi Kullanım Kararları" *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 4 (1), 1-27, Ankara.
- Özçağlar, A. (Tarihsiz), Arazi Kullanımı (Land Use) Ders Notları, Ankara Üniversitesi, DTCF Coğrafya Bölümü, Ankara.
- Özgen, N. (2007). Bismil İlçesinin Coğrafyası. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- 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.
- Sönmez, K. (1969). Tarım Alanlarının Tarımsal Amaçlar Dışında Kullanılması. Ziraat Mühendisleri Odası (ZMO) yayınları. Gaye dışı kullanılan ziraat arazisi. Sıra no: 31: 5-14.
- Sözer, A, N., "Güneydoğu Anadolu'nun Doğal Çevre Şartlarına Coğrafi Bir Bakış", *Ege Üniv. Ege Coğrafya Dergisi*, Sayı:2, İzmir 1984.
- Sözer, A, N., *Diyarbakır Havzası*, Diyarbakır'ı Tanıtma ve Turizm Derneği Yayınları No:19, Tarih ve Coğrafya Dizisi No:4 Ankara 1969.
- Sözer, A. N., (1984), Güneydoğu Anadolu'nun Doğal Çevre Şartlarına Coğrafi Bir Bakış. *Ege Coğrafya Dergisi*, 2, 18-31, 1984.

- Taş, B., (2006). Tosya İlçesinde Araziden Yararlanma ve Planlamaya Yönelik Öneriler, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Taş, B. (2011). Sultandağı İlçesinde Tarımsal Arazi Kullanımı Ve Planlama Önerileri . *Doğu Coğrafya Dergisi* , 14 (22) , 29-44 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/ataunidcd/issue/2437/31188>
- Tekeş, A., 2017. Atalay yöntemine göre arazi kullanım kabiliyeti sınıflandırması: Manisa-Şehzadeler ilçesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
- Türkan, O. (2013). Beypazarı İlçesi'nde jeomorfolojik birimler ile arazi kullanım ilişkisi. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 11(1), 53-68.
- Türkan, O., (2012). Beypazarı ilçesinde Arazi Varlığının Tespiti ve Arazi Kullanım Planlamasına Yönelik Öneriler, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- 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

BÖLÜM 18

ERKEN ÇOCUKLUK DÖNEMİNDE KARDEŞLER ARASI İLİŞKİLER VE KARDEŞ KISKANÇLIĞI

Doç. Dr. Pınar AKSOY ¹

¹ Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Temel Eğitim Bölümü, Okul Öncesi Eğitimi Anabilim Dalı, Tokat/TÜRKİYE; aksoypnr@gmail.com, ORCID: 0000-0001-6107-3877

Giriş

Kardeşler, çocuğa içerisinde bulunulan kültüre ait rolleri aktaran ve ebeveynlerin sağlayamayacağı arkadaşlığı sağlayan kişilerdir. Bu noktada kardeşlerin birbiriyle kurduğu etkileşimler sayesinde çocuklar yeni öğrenme deneyimleri ve dil gelişimi elde ederken, olumsuz durumlarla baş etme ve zorlukların üstesinden gelme gibi süreçleri de deneyimlemektedir. Dahası, kardeş ilişkileri sürecinde çocuklar anne-babasının tepkilerini ve ailelerinde yer alan kuralları dolaylı olarak öğrenme fırsatı bulmaktadır (Trawick Smith, 2013). Anne-babaların yeni çocuk dünyaya getirmeye yönelik planlarının çocukla paylaşılması ile çocuğun kardeşiyle etkileşimi başlamaktadır. Ev ortamında kardeşlerle kurulan etkileşimler sayesinde de çocuklar akranlarıyla yaşayacağı başka etkileşimlerin ilk deneyimleri edinmektedir. Anne-babaların kendilerinin kardeşleriyle olan ilişkilerine yönelik olumlu anlarını ve güzel paylaşımlarını dile getirmesi sayesinde ise çocukların kardeşine yönelik bakış açıları da olumlu yöne kanalize olacaktır. Aksi takdirde, çocuğun zihnindeki kardeş imgesinin sorun oluşturan bir durum olarak şekillenmesi olasıdır (Kıldan, 2014). Kardeş ilişkilerinin yönü de hep aynı şekilde kalmayabilir. Başta kaba ve yıkıcı olan kardeşlik duygusunun, zamanla çekişmeye ve sonra da bağlılığa dönüşmesi olasıdır. Bir aradayken daha az anlaşmazlık yaşayan küçük çocukların, anne-babasının yanında tartışmaya başladığı ve sonrasında birbirini kollayan kardeşler olduğu da görülebilmektedir. Çocuğun yaşamında hep var olacak olan kardeşe yönelik algılardan hareketle de kurduğu bağlar ve beslediği duygular çeşitlilik gösterebilmektedir.

1. HER YAŞTAN ÇOCUK İÇİN ÖNEMLİ BİR OLGU: KARDEŞLİK

Kardeş ilişkileri, yakınlık ve duygusal yoğunluk ile karakterize edilmektedir. Kardeş ilişkilerinin doğasını prososyal davranışlar, aile yapısı ve kardeşler arasındaki farklılıklar etkileyebilmektedir. Prososyal davranışlar çocukların rahatlama, yardım etme ve paylaşma gibi becerileri üzerinde etkili olmakta ve kardeş ilişkilerinin uyumlu olmasına katkı sağlamaktadır (Hughes, McHarg, & White, 2018). Gelişimsel ekolojik sistem çerçevesinde, ilk doğan çocuğun yeni bir kardeşin doğumuna iyi uyum sağlaması ile birlikte, başarıya ulaşma ihtimali artış göstermektedir (Volling, 2012). Kardeşe sahip olma

durumunun çocukların sosyalleşme süreçlerine katkı getirdiği ve kardeşe sahip olan çocukların kardeş sahibi olmayanlara göre birlikte ve işbirlikçi oyun oynama düzeylerinin çok yüksek olduğu belirlenmiştir (Taylı, 2007). Kardeşin varlığı sadece kardeş ilişkileri bağlamında bir etkiye yol açmamakta, ayrıca aile dinamikleri üzerinde de duygusal yoğun etkileşimleri beraberinde getirmektedir. Kardeşlerle ilgili süreçler aile yapısının temel yapı taşları olmakla birlikte, aile üyeleri tarafından bazen göz ardı edilebilmektedir. Buna karşın, kardeşlik doğrudan aile dinamiklerini inşa eden, aynı zamanda sosyal bir ortak ve bir rol model olarak rol oynarken, kardeşlerin gelişimi üzerinde de etkili olan bir unsur olmaktadır (McHale, Kim, & Whiteman, 2006).



Fotoğraf 1. Önemli Bir Etkileşim Aracı Olan “Kardeşlik” ile İlgili Bir Örnek

Kardeş ilişkilerinin doğasında çok belirgin bir şekilde değişkenlik vardır (Dunn & Munn, 1986). Kardeşler birbirine karşılıklı iyi davranırsa bile, kardeşler arasındaki çatışma normatif (normal) bir durum ve iki veya daha fazla çocuğun anne-babası için de büyük bir endişe kaynağı olabilmektedir. Ebeveynler genellikle kardeşler arası ilişkileri yönetmekte güçlük çekmektedir (Perozynski & Kramer, 1999). Ailelerin bu konuda güçlük çekmesi de dünya genelinde kardeş ilişkilerinin her zaman popüler bir konu olarak gündemde yer almasına ve beraberinde kardeş rekabetini ve çatışmasını önlemeye yönelik ebeveynlik kılavuzuna ihtiyaç duyulmasına yol açmaktadır (Faber & Mazlish, 1998; Goldenthal, 1997; Samalin & Whitney, 1997). Şüphesiz sevgi bağının ve güven duygusunun aktarımını sağlayan bir sistemin parçası olan “kardeşlik”, iyi yönetilmediğinde ve çözüm odaklı yaklaşımlarla ele alınmadığında ilişki ağı

içerisinde çatışma, rekabet ve kıskançlık yaşatan bir durum olarak yer alabilmektedir.

1.1. Kardeşe Yönelik Bir İfade: Duygusal ve Davranışsal Tepkiler

Bütün çocuklar için geçerli bir durum olmamakla birlikte, birçok kardeş arasında değişen derecelerde rekabet oluşmaktadır. Bu rekabetler, sözlü veya fiziksel saldırganlık, inatçı davranışlar ve dikkat çekmeye yönelik tepkiler yanında hayal kırıklığı ile de ortaya konmaktadır (Leung, & Robson, 1991). Erken çocukluk döneminde çocuklar duygularını ve davranışlarını düzenleme yanında kardeş ilişkilerini yönetme gibi çeşitli gelişimsel sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır (Bedford & Volling, 2004). Yeni bir kardeşin doğması, stres yaratan bir durum olabilmektedir. Bu geçiş sürecine okula ara verme ve yeni bir eve taşınma gibi değişikliklerin eşlik etmesi de öz-bakımını (beslenme ve tuvalete gitme gibi) kendisi yapan çocuğun öz-düzenleme becerilerini engelleyecek kadar yıkıcı olabilmektedir (Volling, 2012). Miller, Volling, & McElwain'ın (2000) tespitine göre, bir çocuğun anne-babasının ilgisi kardeşine yöneldiğinde, yeni yürümeye başlayan çocuğun ağlama, sızlanma ve telaşlanma gibi tepkiler verirken, büyük kardeş olan çocuğun da daha çok üzüntü ve öfke duyduğu saptanmıştır. Hatta bazen büyük ve küçük kardeş konumundaki her iki çocuğun da anne-babasının kardeşiyle ilgisine fiziksel olarak müdahale etmeye çalıştığı ve birbirlerine vurduğu/karşılıklı olarak birbirlerini itmeye yöneldiği vurgulanmıştır. Yapılan bir çalışmada (Dağcıoğlu, 2018), yeni kardeşin doğumuyla bir önceki kardeşte en sık görülen olumsuz davranışların regresyon (davranışlarda gerileme), uyku değişikliği, şiddet davranışları, tuvalet alışkanlıklarında değişiklikler ve iştahta azalma olduğu saptanmıştır. Çocukların kıskançlık davranışlarının yaş arttıkça azaldığı yönünde bir tespite de ulaşılmıştır. Neticede kardeşler arasındaki kıskançlık için annenin çalışmıyor olmasının, baba ile geçirilen zamanın azalmasının ve sondan bir önceki çocuğun iki-dört yaş aralığında olmasının en önemli risk faktörleri olduğu ortaya konmuştur.

Okul öncesi ve orta çocukluk dönemindeki büyük kardeşler genellikle kendilerinden küçük kardeşlerinin liderleri, yöneticileri ve öğretmenleri olmaktadır. Bu bakımdan, büyük kardeşler kardeş ilişkilerinin daha baskın kişileridir ve erken çocukluk dönemindeki kardeş ilişkilerinin yönünü belirgin

bir şekilde etkilemektedir (Dunn, 1985; Stoneman, Brody, & MacKinnon, 1984; Vandell, Minnett, & Santrock, 1987). Okul öncesi dönemde olan kardeşlerden büyük olan çocuğun kardeşlerine göre daha iyi öz-düzenleme becerisine sahip olduğu görülmektedir. Bu kapsamda, kardeşlerden küçük olan çocuğun da dikkatinin daha olumlu yöne kanalize edilmesinde oyuncaklarla oynama gibi durumların işe yaradığı belirtilmektedir (Kopp, 1989; Sroufe, 1996). Bu yönde tespit edilen bir bulgu (Volling, McElwain, & Miller, 2002) olarak, küçük kardeşlerin annelerine yönelik kıskançlık duygularının çocukların mizaçları ile ilişkili olduğu görülürken; büyük kardeşlerin annelerine yönelik kıskançlık duygularının da duygusal anlayış yetileri ile ilişkili olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda, büyük çocukların kıskançlık tepkilerini düzenleyememesi ve duygu düzenleme becerilerindeki yetersizlikler sonucunda kardeş ilişkileri ile ilgili durum kardeş kıskançlığı olarak öne çıkabilmektedir (Kolak & Volling, 2011).

2. KARDEŞLER ARASI İLİŞKİLERDE İYİ YÖNETİLMESİ VE ÇÖZÜMLENMESİ GEREKEN BİR DURUM: KARDEŞ KISKANÇLIĞI

Kıskançlık kıskanan, sevilen ve rakibin yer aldığı sosyal bir bağlam içerisinde ortaya çıkmaktadır. Bu kapsamda kardeş kıskançlığı hem kardeşi hem de diğer kişileri (genellikle anne veya babayı) de içeren bir çatı altında gerçekleşmektedir. Kıskançlık, kıskanan bir çocuğun sevilen kişinin (anne-baba gibi) kendisine yönelik ilgi ve/veya dikkatinin kaybolmasına bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Buna karşın, kardeş çatışması kardeş kıskançlığından etkilenebilir bir durum iken, kardeş kıskançlığı ile eş anlamlı bir ifade değildir. Kardeş çatışması kardeşlerin etkileşimlerinde yer alan benzersiz kişilerarası dinamikleri ifade etmektedir (Miller, Volling, & McElwain, 2000; Neubauer, 1983; Volling, McElwain, & Miller, 2002). Bu bakımdan, kardeş kıskançlığı duygusal, davranışsal ve bilişsel bileşenlere sahiptir. Buna göre, bir çocuk sevdiği kişilerle birincil ilişkilerinin kardeşi yüzünden engellendiğini veya tehdit altında bırakıldığını düşünmesi durumunda, ona karşı kıskançlık içerikli bilişsel bir değerlendirme yapabilmektedir. Bir diğer ifadeyle, kıskançlık bileşeni kapsamında bir çocuğun anne-babasının ilgi ve sevginin kendisinden alınarak kardeşine yöneldiğiyle ilgili bir kanıya varması durumunda, kardeşine karşı kızgınlık/öfke duyması veya saldırganlık göstermesi olasıdır.

Kardeş ilişkileri, üç farklı ilişki ağını içermektedir. Bunlar; (1) kıskanan çocuk ile kıskanılan kardeş arasındaki ilişki, (2) ilgisi çekilmek istenen kişi (ebeveyn) ile kıskanılan kardeş arasındaki ilişki ve (3) ilgisi çekilmek istenen kişi (ebeveyn) ile kıskanan çocuk arasındaki ilişkidir. Kardeş kıskançlığının yer alması durumunda, kardeş bir rakip konumuna, ebeveyn (anne-baba) ise ilgisi çekilmek istenen bir kişi konumuna geçmektedir (Miller, Volling, & McElwain, 2000; Volling, McElwain & Miller, 2002). Kardeş kıskançlığı, çocuk için değerli bir varlık olan anne başta olmak üzere aile bireylerinin paylaşamaması durumudur. Bu kapsamda, kardeşin gelmesi sevilen bu kişinin sevgisinin yitirilmesi olarak da değerlendirilebilir. Kardeş kıskançlığı, bebeğin yanağını okşarken biraz fazla sıkmak, bebeği ağlatacak şekilde kucaklamak, bebeğe gizlice vurmak, bebeğin sözde "kaza ile" canını acıtmak gibi şekillerde kendini gösterebilir (Yörükoğlu, 2006). Çocukluk dönemi, kardeş kıskançlığı ile ilgili örtük duyguların tespiti için de iyi bir zamandır. Çünkü ergenliğin getireceği değişikliklerin öncesinde çocukların ne hissettiğini ve düşündüğünü en iyi ifade edebileceği yılları kapsamaktadır (Higgins, 1991; Ruble & Dweck, 1995).

Kardeş rekabeti birçok ailenin karşı karşıya kaldığı ve sıklıkla ebeveynler için stresli ve zorlayıcı olan bir durumdur. Yeni bir bebeğin gelişi genellikle büyük kardeşlerin kendilerini yerlerinden edinilmiş, hüsrana uğramış, kızgın veya sevilmemiş hissetmelerine neden olmaktadır. Kardeş rekabeti çocuğun yeni kız veya erkek kardeşe yönelik doğal kıskançlığını ifade etmektedir. Yaş, cinsiyet, mizaç ve kişilik özellikleri ve ebeveyn davranışı ile kardeş rekabetinin oluşma derecesini etkileyen faktörlerdir Büyük kardeşler yeni kardeşi geldiğinde, dört-beş yaşlarına kadar onu kıskanabilmektedir. Bu yaşlarda çoğunlukla her çocuk tek çocuk olmayı tercih etmekte, ebeveyninin zamanını ve sevgisini paylaşmak istememektedir. Kardeş kıskançlığının yaygın belirtisi dikkat çekmeye çalışmaktır. Kendisinden sonra doğan kardeşine karşı kaba davranışlar sergilemesi de bunun bir gösterilme şekli olabilmektedir. Daha büyük olan çocuk özellikle annesi yeni doğan kardeşiyle meşgul olduğunda ilgiyi kendisine çekecek davranışlar sergilemeye başlamaktadır. Kardeş kıskançlığı, baş parmak emme, alt ıslatma veya kirletme gibi geriye dönüş davranışları sergileme şeklinde semptomlarla kendini ortaya koymaktadır. Daha genel bir ifadeyle, büyük kardeşlerin yeni bir bebeğin doğumuna verdiği

yaygın tepkiler, bağımsızlık ve olgunluk yanında yeni doğan bebeğe karşı saldırganlık, davranışsal gerileme ve ilgi arayışı odaklı davranışlar vb. şeklinde ortaya çıkabilmektedir. Bu semptomların hepsi normal olmakla birlikte, bazıları önlenebilir ve bazıları da birkaç ay içerisinde iyileştirilebilir hale geçmektedir (Sawicki, 1997; Schmitt, 1999).

Çocukluk yıllarında yaşanan kardeş çatışması ile ilerleyen yıllarda okul sorunları ve zorbalık gibi problemlerin yaşanma durumu arasında bir ilişki söz konusudur. Kardeş ilişkilerinin ilerleyen yıllardaki sosyal yeterlilikler, duygusal yetkinlikler ve akran ilişkileri üzerinde etkisi mevcuttur (Bank, Burraston, & Snyder, 2004; Criss & Shaw, 2005; Stormshak, Bellanti, & Bierman, 1996; Tucker, Updegraff, McHale, & Crouter, 1999; Updegraff, McHale, & Crouter, 2002). Çözümlemeyen kardeş ilişkilerinin içsel davranış problemleri, düşük benlik saygısı, rekabet ve düşmanlık gibi farklı birçok negatif çıktılar ortaya koyması kaçınılmazdır (Kowal, Kramer, Krull, & Crick, 2002). Bununla birlikte, çözümlenemeyen kardeş kıskançlıkları ileride zayıf kardeş etkileşimlerine dönüşebilmektedir (Kolak & Volling, 2011). Tipik gelişen kardeşlerin davranış problemlerinden kaynaklı olarak kardeş şiddetine maruz kalınması ve kardeşler arası çatışmaların, rekabetin ve kıskançlığın yaşanması da olasıdır. Bu bağlamdan, kardeşe yönelik kabulün artırılması noktasında olumlu aile ortamının rolü son derece büyüktür (Elumar, 2021).

2.1. Kardeş Kıskançlığı Üzerinde Çok Temel Bir Etken: Anne-Baba Tutum-Davranış ve Yaklaşımları

Aileye yeni katılan bebeğin bir önceki kardeşte olumsuz davranış kalıplarının ortaya çıkmasına yol açabilecek türden bir unsurdur. Yeni bebek sahibi olan veya olmayı planlayan anne-babaların önceki çocuğunun/çocuklarının yeni kardeşe yönelik tepkilerini gözden geçirmesi ve bu yöndeki kaygılarının kontrol altına alınmasına rehberlik etmesi önem arz etmektedir (Dağcıoğlu, 2018). Bu kapsamda, çocukların ebeveyn davranışlarına yönelik algıları, sosyal-duygusal refahları üzerinde etkilidir. Bu noktada öz-kabulüne yönelik algıları olumlu oldukça, sosyal-duygusal gelişimleri de olumlu yöne kanalize olmaktadır. Çocuklar anne-babalarının kendilerine yönelik adil bir yaklaşım ve olumlu bir tutum içerisinde olduğuna yönelik bir algıya sahip olması durumunda, düşük problem davranışa ve yüksek benlik saygısına sahip olacaktır (Kowal, Kramer, Krull, & Crick, 2002). Anne-

babaların çocuklarına kardeşlerinin birbiri için bir destek ve birbirinin en yakın dostu olacağı ile ilgili açıklamalar yapması da çocuğun kardeşini kabulüne yönelik tutum ve davranışları üzerinde destekleyicidir (Kıldan, 2014). Anne-babaların kardeş kıskançlığının doğal ve evrensel bir durum olduğunu kabul ederek, çocukların davranışlarındaki dalgalanmaları ve değişiklikleri hoş karşılaması bu noktada önemli bir adımdır. Bu kapsamda anne-babaların çocuklar arasında taraf tutmaması veya çocukların arasına girmemesi ve çocukların anlaşmazlığı kendi aralarında çözmeleri gerektiğini söz ve davranışlarla anlatması gerekir. Kardeş kavgaları karşısında “Sen büyüksün, sen abisin/sen ablasın” gibi ifadelerle büyük çocuğa haksızlık yapmak veya sürekli küçük çocuğu kayırmak kardeşler arasında olumsuz duyguların öne çıkmasına yol açabilecektir. Bununla birlikte, dünyaya gelen çocuğun cinsiyetine bağlı olarak babanın tek erkek çocuğuna özel davranarak ayrıcalık sunması da haksız bir yaklaşım olacaktır. Bazen anne-baba çocuklar arasında ayırım yapmayan kişiler olurken, büyükanne-büyükbaba gibi yakın çevredeki kişilerin torunlarını kuralsız ve ayrımcı koşullarda yetiştirmeye yönelik yaklaşımları da yer alabilmektedir. Bu yöndeki tutum ve davranışların, kardeşler arasında anlaşmazlığa ve beraberinde kıskançlığa yol açması kaçınılmazdır (Yörükoğlu, 2006). Dikkat çekici olacak şekilde yürütülen bir çalışmada, 16 aylık yürümeye başlayan bir çocukları ve okul öncesi yaştan daha büyük bir çocukları olan ailelerdeki kardeş kıskançlıkları ile bu durumun çocuk ve aile özellikleriyle ilişkisi incelenmiştir. Çalışma sonucunda, olumlu evlilik ilişkisi (sevgi bağları ve ilişkiyi sürdürme açısından) özellikle büyük çocukların kıskançlıkla ilgili tepkilerini düzenleme yeteneklerinin güçlü bir yordayıcısı olduğu saptanmıştır. Ayrıca kıskançlık durumunda ilk olarak hangi çocuğa müdahale edildiğinin de büyük ve küçük kardeşlerin sergilediği duygusal ve davranışsal tepkiler üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir (Volling, McElwain & Miller, 2002). Bir başka çalışmada da 16 aylık küçük kardeş ile ortalama dört yaşlarındaki büyük kardeşin yer aldığı aileler üzerinde, kardeş kıskançlığının uzun-dönemli etkisi incelenmiştir. Bu çalışma sonucunda, babaların büyük çocuklarla kurduğu etkileşimlerin kıskançlık tepkileri üzerinde önemli olduğu belirtilmiştir (Kolak & Volling, 2011).

Kardeş kıskançlığı karşısında anne-babanın bilinçli bir şekilde dikkatini/ilgisini kendisine yönlendirmesi ile çocuktaki sıkıntıların hafifletildiği yönünde bir tespitte de ulaşılmıştır (Miller, Volling, & McElwain,

2000). Büyük kardeşin kıskançlık duygularını dışa vurduğunda suçlanmaması önemli bir husustur. “Kardeşimi hiç sevmiyorum” diyen bir çocuğa, “Aman o nasıl söz, kardeşin sana ne yaptı ki?, Böyle sevimli bir kardeş sevilmez mi?” gibi ifadeler çocuğun kardeşine yönelik öfkesini artıracaktır. Bunun yerine, “Ona şu an kızgınsın, bak bazen ben de çok uğraşıyorum, bazen benim de kızdığım oluyor” gibi cümlelerle çocuğun olumsuz duygularının anlaşıldığı açıkça dile getirilerek, rahatlaması sağlanabilir. Ebeveyn çocuğuna “Kardeşini kıskanıyorsun” demeden de bu duygusunu anladığını belli edebilir ve “Kardeşin geldi ve beni böyle uğraştırdı diye, seni eskisi kadar sevmediğimi düşünmüş olabilirsin ama ben seni eskisi kadar çok seviyorum. Benim de kardeşim doğduğu zaman öyle sanmışım, kardeşime de anneme de kızmış, huysuzlaşmışım” gibi sözlerle anne-çocuk arasında bir yakınlaşması ve çocuğun kıskançlık duygularının yatışması sağlanabilir. Bu yöndeki sözlerin davranışlarla desteklenmesi de ayrıca önemlidir. Örneğin; büyük çocuk kardeşine yaklaştıkça “Aman kardeşine dokunma!” diye bir tepki gösterilirse veya kardeşine sert davrandığında “Ne yapıyorsun, kardeşine nasıl zarar verirsin?” denirse çocuğun da kardeşine karşı öfkesi artacaktır. Çocuğun duyguları anlayışla karşılanırken, kardeşine vurmasına izin verilmeyeceği de net bir şekilde anlatılmalıdır. Aile üyeleri bebeği çocuğun önünde gösterişli bir şekilde sevmekten de kaçınarak bebeği doyurup uyuttuktan sonra diğer çocuğuyla ayrıca ilgilenmelidir. Kardeşin doğumundan sonra da büyük çocukla yatma vaktinde sohbet edilerek ve kendisine masal anlatılarak onun uykuya dalışı kolaylaştırılmaya çalışılabilir. Bu doğrultuda, özellikle uzun süre evde tek çocuk olarak büyüyen çocukların yeni kardeşlerinin gelişile birlikte anne-babanın sevgisini kaybedeceğine yönelik düşüncelerin önüne geçilmesi olasıdır (Yörükoğlu, 2006). Buna göre, kardeş ilişkilerinin şekillenmesinde aile dinamiklerinin büyük rol oynadığı açıktır. Anne-babaların kardeş ilişkilerinden kardeş kıskançlığına kadar uzanan her bir süreçte tutum ve yaklaşımlarının önemli olduğu bilinci ile süreci yönetmesi gerekir. Bu kapsamda her bir çocuğa gereken özeni göstererek, yeterince zaman ayırması da ilişkilerin güçlendirilmesi noktasında kilit bir unsurdur.

3. KARDEŞ KISKANÇLIĞININ İYİ YÖNETİLMESİ VE ÇÖZÜMLENMESİ İÇİN YAPILMASI GEREKENLER: ÖNLEYİCİ BİR ADIM NİTELİĞİNDE ÖNERİLER

Kardeş kıskançlığı ile ilgili durumların öne çıkmasını takiben, üzerinde durulması gerekenlerin başında “ne yapılması” gerektiği gelmektedir. Şüphesiz doğru bir şekilde yönetildiğinde kardeşler arasındaki sağlıklı rekabet, çocuğun gelişimi için önemli olan sosyal, kişilerarası ve bilişsel becerilerin kazanılmasına katkı sağlayacaktır. Kardeş kıskançlığının yanlış yönetilmesi ise yaşamın ilerleyen dönemlerinde psikolojik sorunlara yol açabilecek bir durumdur. Kardeş kıskançlığı ile ilgili tepkiler görüldüğünde, rekabetin varlığına dikkat çekmekten daha ziyade nedeninin ne olduğuna odaklanması esastır. Bu hususta öncelikli olarak, kardeş kıskançlığına yol açabilecek aile koşullarından kaçınmak gerekmektedir. Sabır, sevgi, anlayış, sağduyu ve mizah kardeş kıskançlığının en aza indirilmesinde gerekli olan oldukça önemli ebeveyn becerileridir (Leung, & Robson, 1991).

Ebeveynlerin büyük çocuklarını yeni bir kardeşin gelişine yeterince hazırlamalarına yardımcı olmak için, ileriye dönük rehberliğe ihtiyaç duyulmaktadır. Kardeş rekabetinin yönetilmesine yönelik etkili stratejilerin başında iletişime açık ebeveyn-çocuk ilişkisi, kardeşlere yönelik eşit müdahale, kardeş çatışmalarına gereksiz müdahale etmeme ve dikkati daha olumlu bir yöne çekme gelmektedir. Ebeveynlerin her çocuğun kendini güvende ve sevilmiş hissetmesine izin veren destekleyici ve besleyici bir ortam sağlayarak kardeşler arasındaki kıskançlık duygusunu en aza indirmesi mümkündür (Sawicki, 1997). Kardeş kıskançlığının önlenmesine yönelik olarak doğum öncesinde, hastane sürecinde, doğum sonrasında eve gelindiğinde ve eve geldikten sonraki ilk aylarda yerine getirilmesi gereken birçok adım mevcuttur. Bu adımlar, Schmitt'in (1999) tespitinde de vurgulandığı gibi aşağıdaki şekilde açıklanabilir:

- *Hamilelik döneminde;* büyük kardeşin yeni gelecek bebekten haberdar edilmesi ve hamilelik hakkında bilgilendirilmesi oldukça önemlidir. Büyük çocuğun kardeşinin anne karnındaki hareketlerini hissetmesi sağlanmaya çalışılmalı ve yeni bir bebek hakkında fikirler elde etmesini sağlayacak bir ortamın oluşturulmasına/hastanenin tercih edilmesine özen gösterilmelidir. Öte yandan, büyük çocuğun

bebek odasının ve eşyalarının hazırlanmasına yardımcı olması teşvik edilmelidir. Yeni bebek doğmadan önce büyük çocuğun başka bir odaya veya yeni bir yatağa alıştırılması sağlanarak bu durumun yeni gelen bebeğin yol açtığı bir durum olarak değerlendirilmesinin önüne geçilmelidir. Eğer büyük çocuk bu dönemde bir okula veya oyun grubuna başlayacaksa buraya nasıl ve ne zaman bırakılacağı ile ilgili olarak bilgilendirilmelidir. Büyük çocuğun annesi doğum için hastaneye gittiğinde eğer evde babasıyla kalmayacaksa, nerede olacağı veya ona kimin bakacağı açıklanmalıdır. Hem hamilelikle hem de bebek doğduktan sonraki süreçle ilgili olarak büyük çocukla birlikte kitaplar okunmalıdır ve aile fotoğraflarına bakılarak büyük çocuğun hayatının ilk yılları hakkında sohbet edilmelidir. Dolayısıyla, çocuğun kendisinin de kardeşi gibi aşamalardan geçerek bugüne geldiği ve kardeşinin de kendisinde olduğu gibi ihtiyaçları karşılayan birisinin olması gerektiğine dikkat çekilecektir. Büyük çocuğun yaşam stilinde ve/veya evdeki düzeninde herhangi bir değişiklik yapılacaksa, kardeşin doğmadan önce yapılması önemlidir. Büyük çocuğun odasının anne-babasının odasından ayrılması veya büyük çocuğun yatağının yerinin değiştirilmesi gibi durumların yeni kardeşin dünyaya gelişi ile eş zamanlı olarak gerçekleşmemesi gerekir. Bu doğrultuda, büyük çocuk için zorlayıcı/yeni olabilecek durumun nedeninin kardeşin gelişi olarak algılanmasının önüne geçilmesi sağlanabilir. Bununla birlikte okula başlama, yeni bir eve taşınma veya ameliyat olma/hastalık geçirme gibi çocuk için zorlayıcı/yeni olabilecek durumların kardeşin dünyaya gelişine paralel zamanlara denk getirilmemesine dikkat edilmesi de ayrıca önemlidir. Dolayısıyla, çocuğun zorlayıcı/yeni olabilecek bir duruma uyumunun sağlanmasının ardından kardeş kabulüne yönelik süreçlerinin başlatılması daha olası olacaktır.

- *Hastane sürecinde*; annenin evdeki büyük çocuğunu araması ve büyük çocuğun anneyi ve bebeği ziyaret etmesi sağlanmalıdır. Eğer büyük çocuk hastaneye ziyarete gelemiyorsa, anne veya bir yakın tarafından hastaneden yeni bebeğin resmini ona gösterecek birine gönderilmesi önemlidir. Bununla birlikte, annesi kardeşine yeni doğum yapmış bir çocuğun babası ile baş başa birtakım mekânlara

(park, hayvanat bahçesi, müze ve itfaiye gibi) geziye gitmesi sağlanmalıdır. Böylelikle, çocuğun çevresindeki kişilerle doyum sağlayıcı etkinlikler gerçekleştirmesi ve etrafındakilere karşı sevgi besleyerek, güven duyması desteklenmiş olacaktır.

- *Doğum sonrasında hastaneden eve gelindiğinde;* annenin ilk zamanlarını büyük çocukla geçirmesine özen gösterilmelidir. Kardeşe "yeni bebekten" bir hediye verilerek çocuğun bebeğin büyük erkek/kız kardeşine getirdiği hediyesini açması sağlanmalıdır. Eve gelen ziyaretçilerden büyük çocuğa ekstra bildirimde bulunmaları istenmeli ve yeni doğan çocuktan bahsedilirken en başta "bebeğimiz" şeklinde bir açıklama benimsenmelidir. Bu sayede, büyük çocuğun yeni gelen bebeğe karşı merak ve ilgi duyması teşvik edilerek, kardeşini kabul etmesi ve yeni sürece uyum sağlaması yönünde bir adım başlatılmış olacaktır.
- *Evdeki ilk aylar içerisinde;* büyük çocuğa ihtiyacı olan ekstra ilgi gösterilmeli ve çocuğun kendini daha önemli hissetmesi sağlanmalıdır. Anne-babaların her gün büyük çocuğa en az kesintisiz 30 dakikalık özel bir zaman ayırması şarttır. Yeni doğan bebek bir başkasının kucağında veya bebek arabasında annenin baba büyük çocukla dışarıya çıkabilir veya albüme bakma, yap-boz yapma gibi aktivitelerle baş başa zaman geçirebilir. Özellikle bebek doğduktan sonraki ilk ayda babanın veya diğer yakınların büyük çocukla ekstra zaman geçirmesi sağlanmalıdır. Eğer anne küçük bebeğini sallarken veya biberonla onun karnını doyururken, büyük çocuk anneye zaman geçirmek isterse büyük çocuğun da bu sürece dâhil edilmesi sağlanmalı ve en azından anne bebeğe bakmakla meşgulken büyük çocuğun ona dokunmasına ve onunla oyun kurmasına izin verilmelidir. "Bebeğe dokunma!" gibi uyarılardan kaçınarak, büyük çocuğun kardeşine dokunması engellenmemeli ve küçük çocuğun da ona dokunulması ile zarar görmeyeceği bilinmelidir. Büyük çocuğun kardeşinin banyo yaptırılması, sonrasında kurulması, emziğinin veya oyuncağının verilmesi gibi durumlarda görev alması cesaretlendirilmelidir. Büyük çocuğa kardeşinin ne kadar da onun "gibi olduğu" açıklanarak, aralarındaki bağ güçlendirilmeye çalışılmalıdır. Büyük çocuğun bebekle kurduğu

olumlu süreçler karşısında "onunla oynadığında ne kadar mutlu olduğuna bak!" veya "onu her zaman güldürüyorsun" gibi ifadelerle bu süreçler için teşvik edici davranılmalıdır. Büyük kardeşlerden sürekli olarak "sessiz olmaları" istenmemeli ve evin aşırı sessiz olmadan da bebeğin uyuyabileceği bilinmelidir. Nitekim bu tarz isteklerin gereksiz düşüncelere yol açabileceği bir gerçektir. Öte yandan, büyük çocukta yeni kardeşin gelmesi ile görülmeye başlanan parmak emme gibi gerileyen davranışlar da normal karşılanmalıdır. Ancak büyük çocuğun küçük kardeşinin incittiği veya ona zarar vermeye başladığı gözlemlendiğinde "kardeşimize/bebeğe zarar vermiyoruz!" gibi ifadelerle davranışa devam etmemesi gerektiğinin söylenmesi gerekirken, cezalandırıcı veya şiddet içerikli tepkilerden kaçınılmalıdır. Aksi taktirde, büyük çocuğun bu tepki için intikam alma şekli olarak bu yönde benzer bir tepkiyi küçük kardeşine/bebeğe sergilemeye başlayabilecektir. Böylesi bir davranış karşısında büyük çocuğun daha sakin kalabileceği bir alana yönlendirilerek, sakinleşmesi ve bu şekilde davranmaması gerektiği ile ilgili bir farkındalığın kazandırılmasına özen gösterilmelidir. Bu yönde olumsuz tepkilerin gözlenmesini takiben birkaç hafta büyük çocuk ile kardeşin/bebeğin bir arada yalnız bırakılmaması oldukça önemlidir. Eğer büyük çocuğun yaşı itibarıyla mümkünse duygularını dile getirmesine yönelik fırsatların verilmesi ve "şu an bebekten rahatsız oldun ama haydi bana kocaman bir sarıl!" gibi ifadelerle ona alternatif davranışların belirtilmesi sağlanabilir (Schmitt, 1999). Bu durumlarla birlikte, büyük çocuğun kendisini sürecin önemli bir parçası olarak algılaması ve kardeşini kabul etmeye yönelik bir eğilim başlatması söz konusu olacaktır.

Yeni kardeşi olan büyük çocuğun, süreçte işe yaradığını düşünmesi ile işe yarıyor ve isteniyor olmanın hazzını yaşaması ve görev almaktan hoşlanması sağlanacaktır. Ancak, büyük çocuklardan çok aşırı bir beklenti içerisinde olunmaması ve onlara da her zaman rehberlik edilmesi gereklidir. Alabay'ın (2017) çalışmasında, ebeveynlerin çocuk gelişimiyle ilgili seminere katılma durumlarına göre otoriter ve aşırı koruyucu tutumlarının azaldığının belirlenmesi de ailelerin çocuk yetiştirmeyle ilgili her konuda bilinçlenmesi

gerektiğini vurgular niteliktedir. Aşırı mükemmeliyetçi veya baskıcı bir tutum altında yetişen çocukların kendisini suçlu hissetme ve kendine güvenmeme gibi sorunlar yaşayarak, anne-babasının kendisiyle yeterince ilgilenmemesinin kendisinden kaynaklanan bir durum olduğunu düşünmesi de olasıdır. Bu doğrultuda, anne-babaların demokratik bir tutum çerçevesinde çocuklarına karşı eşit ve adil bir yaklaşım sergilemesi, her bir çocuğun ilgi ve ihtiyaçlarına karşı gereken özeni göstermesi oldukça önemlidir.

Okul öncesi dönemde çocuğu olan bir grup anne üzerinde yürütölen Seven & Alabay'ın (2020) çalışmasında, annelerin duygularını gösterme ve paylaşma, fiziksel temas ve göz teması kurma ve işbirliğı yapma gibi konularda çok sınırlı davranışlar sergilediğı saptanmıştır. Bu bağlamda ebeveynlerin yeni evlat sahibi olma süreciyle birlikte kendilerinin yaşadığı duyguları, zorlukları ve beklentileri büyük çocuklarıyla paylaşması sağlanmalıdır. Bu yöndeki adımların sürecin daha normal karşılanmasına ve ebeveyn-büyük çocuk arasındaki güçlü iletişimden hareketle yeni kardeşle ilgili durumların daha doğal bir şekilde çözümlenmesine yardımcı olması mümkündür. Bu bakımdan, daha çok büyük çocuğun küçük çocuğu kıskanması şeklinde öne çıkan kardeş kıskançlığının, her evrede görölebilen bir durum olabileceğı ve iyi yönetildiğinde gelişim ve öğrenme deneyimi kazandıran bir süreç olarak adlandırılabilceğı de bilinmelidir.

KAYNAKLAR

- Alabay, E. (2017). Investigation of parenting attitudes of parents whose children are at preschool age. *Journal of Early Childhood Studies*, 1(2), 156–174. <https://doi.org/10.24130/eccd-jecs.196720171234>
- Bank, L., Burraston, B., & Snyder, J. (2004). Sibling conflict and ineffective parenting as predictors of adolescent boys' antisocial behavior and peer difficulties: Additive and interactional effects. *Journal of Research on Adolescence*, 14(1), 99–125. <https://doi.org/10.1111/j.1532-7795.2004.01401005.x>
- Bedford, V. H., & Volling, B. L. (2004). A dynamic ecological systems perspective on emotion regulation development within the sibling relationship context. In F. R. Lang, & K. L. Fingerman (Eds.), *Growing together: Personal relationships across the lifespan* (pp. 76–102). New York, NY: Cambridge University Press.
- Criss, M. M., & Shaw, D. S. (2005). Sibling relationships as contexts for delinquency training in low-income families. *Journal of Family Psychology*, 19(4), 592–600. <https://doi.org/10.1037/0893-3200.19.4.592>
- Dağcıoğlu, B. F. (2018). The effects of the new baby on the older sibling. *Ankara Medical Journal*, 18(3), 286-299. <https://doi.org/10.17098/amj.461653>
- Dunn, J. (1985). *Sisters and brothers*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Dunn, J., & Munn, P. (1986). Siblings and the development of prosocial behavior. *International Journal of Behavioral Development*, 9(3), 265–284. <https://doi.org/10.1177/016502548600900301>
- Elumar, E. (2021). *Özel gereksinimli kardeşe sahip tipik gelişim gösteren çocukların aile temalı resimlerinde kardeşlik olgusuna ilişkin yansımaları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Anadolu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Faber, A., & Mazlish, E. (1998). *Siblings without rivalry. How to help your children live together so you can live too*. New York, NY: Avon Books.
- Goldenthal, P. (1997). *Beyond sibling rivalry*. Henry Holt and Company: New York, NY.
- Higgins, E. T. (1991). Development of self-regulatory and self-evaluative processes: Costs, benefits, and tradeoffs. In Gunnar, M. R. & Stroufe, L. A. *Self processes and development: The Minnesota symposia on child development*, Vol 23 (pp. 125–166). Hillsdale, NJ: Erlbaum Associates.
- Hughes, C., McHarg, G., & White N. (2018). Sibling influences on prosocial behavior. *Current Opinion in Psychology*, 20, 96-101. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2017.08.015>
- Kıldan, A. O. (2014). Aile içi ilişkiler ve özel durumlarda aile. T. Güler (Ed.). *Anne baba eğitimi*. (ss. 55-71). Ankara: Pegem Akademi.
- Kolak, A. M. & Volling, B. L. (2011). Sibling jealousy in early childhood: Longitudinal links to sibling relationship quality. *Infant and Child Development*, 20(2), 213-226. <https://doi.org/10.1002/icd.690>
- Kopp, C. B. (1989). Regulation of distress and negative emotions: A development view. *Developmental Psychology*, 25(3), 343–354. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.25.3.343>
- Kowal, A., Kramer, L., Krull, J. L., & Crick, N. R. (2002). Children's perceptions of the fairness of parental preferential treatment and their socioemotional well-

- being. *Journal of Family Psychology*, 16(3), 297-306. <https://doi.org/10.1037/0893-3200.16.3.297>
- Leung, A. K., & Robson, W. L. (1991). Sibling rivalry. *Clinical Pediatrics*, 30(5), 314-317. <https://doi.org/10.1177/0009922891030005>
- McHale, S. M., Kim, J., & Whiteman, S. D. (2006). Sibling relationships in childhood and adolescence. In: Noller, P., & Feeney, J. A. (Eds.). *Close relationships: Functions, forms and processes* (pp. 127-149). New York: Psychology Press
- Miller, A. L., Volling, B. L., & McElwain, N. L. (2000). Sibling jealousy in a triadic context with mothers and fathers. *Social Development*, 9(4), 433-457. DOI: 10.1111/ 1467-9507.00137.
- Neubauer, P. B. (1983). The importance of the sibling experience. *The Psychoanalytic Study of the Child*, 38, 325-336.
- Perozynski, L., & Kramer, L. (1999). Parental beliefs about managing sibling conflict. *Developmental Psychology*, 35(2), 489-499. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.35.2.489>
- Ruble D. N., & Dweck, C. (1995). Self-conceptions, person conceptions, and their development. In Eisenberg, N. (Ed.). *Review of personality and social psychology: Development and social psychology: Vol. 15. The interface* (pp. 109-139). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Samalin, N., & Whitney, C. (1997). *Loving each one best: A caring and practical approach to raising siblings*. New York, NY: Bantom Books.
- Sawicki, J. A. (1997). Sibling rivalry and the new baby: anticipatory guidance and management strategies. *Pediatric Nursing*, 23(3), 298-302.
- Schmitt, W. B. (1999). *Instructions for pediatric patients* (2nd edition). TX, USA: Saunders Company.
- Seven, Z. D. & Alabay, E. (2020). Investigation of the interactions of mothers and their 30-42 months old children who are living in different family types in the context of mother sensitivity. *International Journal of Educational Research Review*, 5(1), 70-82. <https://doi.org/10.24331/ijere.672425>
- Sroufe, L.A. (1996) Emotional development: The organization of emotional life in the early years. New York: Cambridge University Press. <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511527661>
- Stoneman, Z., Brody, G. H., & MacKinnon, C. (1984). Naturalistic observations of children's activities and roles while playing with their siblings and friends. *Child Development*, 55, 617-627. DOI: 10.2307/1129973.
- Stormshak, E. A., Bellanti, C. J., & Bierman, K. L. (1996). The quality of sibling relationships and the development of social competence and behavioral control in aggressive children. *Developmental Psychology*, 32(1), 79-89. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.32.1.79>
- Taylı, A. (2007). Kardeş sahibi olup olmama durumunun okulöncesi dönemdeki sosyal oyuna etkisi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(1), 112-128.
- Trawick Smith, J. (2013). *Early childhood development: A multicultural perspective*. Canada: Pearson Education.
- Tucker, C. J., Updegraff, K. A., McHale, S. M., & Crouter, A. C. (1999). Older siblings as socializers of younger siblings' empathy. *The Journal of Early Adolescence*, 19(2), 176-198. <https://doi.org/10.1177/0272431699019002003>

- Updegraff, K. A., McHale, S. M., & Crouter, A. C. (2002). Adolescents' sibling relationships and friendship experiences: Developmental patterns and relationship linkages. *Social Development, 11*(2), 182–204. <https://doi.org/10.1111/1467-9507.00194>
- Vandell, D. L., Minnett, A. M., & Santrock, J. W. (1987). Age differences in sibling relationships during middle childhood. *Journal of Applied Developmental Psychology, 8*, 247–257. [https://doi.org/10.1016/0193-3973\(87\)90002-5](https://doi.org/10.1016/0193-3973(87)90002-5)
- Volling, B. L. (2012). Family transitions following the birth of a sibling: an empirical review of changes in the firstborn's adjustment. *Psychological Bulletin, 138*(3), 497-528. <https://doi.org/10.1037/a0026921>
- Volling, B. L., McElwain, N. L., & Miller, A. L. (2002). Emotion regulation in context: The jealousy complex between young siblings and its relations with child and family characteristics. *Child Development, 73*(2), 581-600. <https://doi.org/10.1111/1467-8624.00425>
- Yörüköğlü, A. (2006). Çocuk ruh sağlığı: Çocuğun kişilik gelişimi eğitimi ve ruhsal sorunları (28. basım). İstanbul: Özgür Yayınları.

BÖLÜM 19

GİYSİ TASARIMINDA “KIZILDERİLİ ETNİK KÜLTÜRÜ”NÜ KULLANARAK YENİ TASARIMLAR OLUŞTURMA

Dr. Nezahat ÇETİN¹

¹ Serbest Araştırmacı, cetinnezahat@gmail.com, ORCID ID:: 0000-0002-6843-1849

GİRİŞ

Günümüz küreselleşen dünyasında değişimin, farklılaşmanın öne çıkmasıyla, tasarım olgusu daha fazla hissedilmektedir. Tasarımın hayatın dönünde, bugününde var olan, geleceğinde de var olacağı bilinen, her an karşılaşılabileceğimiz bir kavram olduğu söylenebilir. Dünyamızı saran tasarım kavramının anlamına bakıldığında ise oldukça çeşitli tanımlara ulaşılabilmektedir. American Heritage Dictionary, tasarımı; "Zihinde tasarlamak veya moda yapmak; icat etmek" ve "Bir plan formüle etmek". şeklinde tanımlamaktadır(*American Heritage Dictionary – Design, 2022*). Charles Eames'e göre tasarım; "belirli bir amacı gerçekleştirmek için öğeleri en iyi şekilde düzenlemek için bir plandır.". Tasarım, bir nesnenin veya sistemin inşası veya bir faaliyet veya sürecin uygulanması için bir plan veya şartname veya bu planın veya şartnamenin bir prototip, ürün veya süreç biçimindeki sonucudur("Wikipedia - Design Disciplines", t.y.). Tasarım, bir planlama olduğu gibi aynı zamanda bir sonucu, bir çıktıyı, bir ürünü de içerebilir.

Tasarımın temeli yaratıcılık, dolayısıyla düşünce, düşünme biçimidir. Düşünme ve düşünmeyle ilintili yaratıcılık yeteneği, insanları birbirinden ayıran en önemli özelliklerden birisidir. Descartes'ın (1596-1650) "Düşünüyorum öyleyse varım (Cogito ergo sum/ I think therefore I am)." felsefesi, tasarım ve tasarımcı kavramlarını açıklamada yardımcı olabilir(Demirarslan, D. ve Demirarslan, O., 2020). Düşünmek, her insanın düşün yapısını farklı şekilde harekete geçirebileceğinden, tasarıma farklılık ve özgünlük de sağlayabilir. Bir şeyler düşünmek, bir konuyla ilgili fikirler geliştirmek, yaratıcılıkla ve tasarımla bağlantılıdır denilebilir.

Tasarım, çok geniş bir kavramdır ve anlamı bir alandan diğerine büyük ölçüde değişmektedir. Herhangi bir ürünün tasarımından ses tasarımına, sanal gerçeklikten etkileşime, araba tasarlamaya, video oyunlarına, yazılım arayüzlerine, ev ve ofis iç mekanlarına vb. kadar hayatımızın birçok yönüne nüfuz etmekte ve birçok farklı alt türe ayrılmaktadır. ("Strate Education – Design Definition", 2022). Tasarımın endüstriyel tasarım, grafik tasarımı, set tasarımı, kostüm tasarımı, web tasarımı, süreç tasarımı, tekstil tasarımı, aksesuar tasarımı, moda tasarımı gibi birçok türü bulunmaktadır.

Moda tasarımı denildiğinde, genellikle giyimle ilgili tasarımlar akla gelmektedir. İnsanların farklı formlar yaratma, özgünlük ve farklı giyinme

tutkusu moda tasarımı yaratana en büyük etkenlerdendir. Modayı kullanarak ulaşılmak istenen hedef yalnızca güzel, şık, farklı, özgün ve çekici olmak değildir. Bunun yanında kişinin giyim tarzının onun kişiliğini, statüsünü ve ruhunu da yansıtmışından dolayı çok yönlü bir moda kavramı oluşmaktadır. Modanın birinci ilkesi, farklı ve özgün olmaktır. Ancak güzel ve farklı bulduğumuz şeyler sürekli değişmekte ve yenilenmektedir (Öndoğan, 1995, s. 477). Değişimin farkındalığı ise modanın oluşumu için elzem bir harekettir (Eicher, 1999).

Modanın insanla var olduğu, zamanla yenilediği, değiştiği ve sürekli farklılaşma duygusunu hissettirdiği söylenebilir. Moda, sadece insanın korunmak amacıyla örtünmesi değil, bütün duyumsal özellikleri, benliği ve ruhuyla giyinmesidir. Hayatın her olayın varlığını insana derinden hissettirmesi, doğal olan bu örtünme içgüdüsünü daha da anlamlı kılmaya çalışmaktadır. Bu süreçte yaşanan değişim, belki de moda kavramının en önemli unsurlarından birisi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Moda; “yeni, farklı ve özgün tarzların üretilmesini, tüketicilere tanıtılmasını, tüketicilerin çoğunluğu tarafından beğenilmesini ve sonuçta eskimesini, kabul görmemesini sağlayan etkin ve hareketli bir sosyal süreçtir” (Önce ve Özveri, 2009). Baudrillard, modanın geçmişteki model ve formların geri dönüşümüyle, o zamana kadar ki en son, en yeni, en eşsiz ve en güncel olan bir olgu olarak görüldüğünü belirtmektedir (Negrin, 2008, s. 114). Moda, tüketicilerinin yaşam değerlerine ilişkin öngörülerde bulunması, onların gereksinimlerini ve beklentilerini karşılamak durumunda olmasından ve de çağın ruhu, estetiği ve sosyal değerleri üzerindeki etkisinden kaynaklanan bir öneme sahiptir. Moda endüstrisinin toplumsal tüketimi özendirerek, üretim ve tüketim artış sağlamasından, dolayısıyla kabul gören sosyal değerleri, ticari tüketim unsuruna dönüştürmesinden dolayı da artan bir etkiye sahip olduğu bilinmektedir. Moda olan giysileri giymek, aksesuarları kullanmak, bir tür *koda* benzer bir şeye sahip olmak anlamına gelmektedir. Tüm zamanlarda etkili olan, modaya yön veren sanat akımları, giyim stilleri ve formlar bir tür kod oluşturmaktadır. Bu kod, sürekli değişim, yenilik, özgünlük ve farklılaşma göstermektedir. Moda, belirli zaman dilimlerinde benimsenip, bir süre sonra yerini başka bir modaya bırakan, sürekli değişimin, farklılaşmanın olduğu etkin ve canlı bir olgudur (Sevil, 2006). Moda ve giysi tasarımındaki yaşanan değişim, farklılaşma, yenilik, özgünlük gibi unsurlara

katkı sağlayan, tasarımcılar, yaratıcılar ve onların ilham kaynaklarıdır denilebilir.

Tasarımda görsel hayal yeteneğinin ve ilham kaynağının büyük önemi vardır. Tasarımcılar hayalleri ve kabiliyetlerini kullandıkları yöntemlerde birbirinden farklılıklar göstermektedir (Caldwell & Workman, 2007, s. 55). Tasarımcılar, yeteneklerini bilgi, deneyim ve sezgileriyle birleştirerek, her türlü soruna ve çözüm önerilerine farklı bir biçimde bakabilmektedir. Yaratıcı düşünce kavramı, diğer tasarım alanlarının yanı sıra, giysi tasarımının da en önemli etmenlerinden birisidir. Ürünün kullanıldığı yeri, fonksiyonelliği, görseelliği, estetik değeri belirlediği gibi, sanatsal öğeleri de kapsamaktadır (Denel, 1981, aktaran: Arslan, 2009). Bir giysi tasarımına sanatsal öğeler katmak, tasarım değerini, estetiğini ve özgünlüğünü yükseltmek, eşsiz ürünler meydana getirmek, geleneksel yaşam örnekleri ve etnik kültürlerden etkilenme, esinlenme ve yaratıcılık yeteneğiyle sağlanabilir.

Farklı görünmek ve doğadan esinlenen ürünler giymek, artık daha fazla bir ihtiyaç ve heves haline gelmiştir. Günümüzde insanlar farklı olmayı istemekte ve giyimlerine yansıyan değişimlerle, bunun daha kolay sağlanacağını düşünmektedir. Bundan dolayı farklı ilham kaynakları ve bakış açıları tasarımda kullanılmaktadır. Farklı kültürlerle ait etnik özelliklerin tasarımlarda kullanılması da bu nedenle olmaktadır. Günümüzde farklılık, insanların daha çok hoşuna gitmekte, giysi üzerinde bunu kullanmak da güzel sonuçlar vermektedir. Etnik özelliklerin giysi tasarımına, dolayısıyla modaya ve onun ticaretine etkisine yönelik yapılan bir araştırmada; Ghulam Sakina adlı markanın Hindistanlı moda tasarımcısının kendi etnik özelliklerinden ilham alarak yeni stiller oluşturduğu ve bunun pazarlanmasında da etkili olduğu tespit edilmiştir. Etnik unsurlar içeren farklı kültürlerle ait ürünlerin üretiminde ve ticaretinde karışıklıklar yaşanabilmektedir. Ama bu tarz ürünler arz kültürünü de harekete geçirebildiğinden önemlidir (Crang & Dwyer, 2002, s. 426).

Modern estetiğin aşamalı olarak gelişmesiyle, giysi tasarımındaki etnik unsurlar, tüketicilerin giderek daha fazla dikkatini çekmekte ve geleneksel kültür rüzgarı benzersiz bir giysi tarzı haline gelmektedir. Aynı zamanda geleneksel desen, stil, süsleme, modelleme, zanaat tekniği gibi unsurların şekil değişikliği yoluyla yeniden yapılanmış tasarım haline getirilmesi, modern elbise tasarımına yeni bir bakış açısı kazandırmaktadır. Etnik unsurlar

dışsal bir biçimdir, dünyadaki birçok geleneksel kültürü içermektedir ve görkemli bir etnik kültür ve unsurlarının çeşitliliğini oluşturmaktadır. Etnik unsurlar, giysi tasarımında, dekorasyonunda, kumaşında ve modelinde sadece giysiyi göstermekle kalmaz, aynı zamanda etnik kültür çağrışımlarını içeren giyimi de kapsamaktadır. Giysi tasarımında etnik unsurlar uygulaması, modern giysi tasarımcılarına yeni ilham ve bir dizi düşünce geliştirme sağlarken, etnik unsurların kullanımı da daha önemli sonuçların alınmasını sağlamaktadır. Etnik unsurların esnek bir şekilde dönüştürülmesi ve giysi tasarımlarında uygulanması yoluyla, Çağımızın popüler unsurları ile geleneksel kültür öğeleri, giderek daha çok tüketicinin favori giyim tarzını oluşturmaktadır (Wu, 2016). Sıradanlığın, devamlılığının arttığı düşünüldüğünde; özgünlüğü ve değişimi vurgulayan farklı giysi tasarımları, insanlar için daha fazla önemli olmaya başlamıştır.

Kızılderili Etnik Kültürüne ait öğelerin giysi tasarımında kullanılabilirliğine dikkat çekilmesi ve tasarıma katkısının ortaya çıkarılması amacıyla bu çalışma yapılmıştır. Farklı giysi tasarımlarını oluşturmak için doğada birçok ilham kaynağı olmakla birlikte, doğaya olan sevgi ve saygılarıyla bütünleşen Kızılderili kültürünün etnik öğeleri, bu çalışmayı yapmada itici bir güç olmuştur. Günümüzde, insanoğlu doğaya, çevreye, yaşam farklılıklarına daha duyarlı ve meraklı hale geldiğinden, giyiminde de ruhunu, duygularını, öz benliğini yansıtan giysileri bulmayı arzulamaktadır. Bunlardan dolayı bu çalışmada, Kızılderili etnik kültürünün giysi tasarımında ilham kaynağı olarak araştırılması, Kızılderili etnik kültürü öğeleri kullanılarak hazırlanan Hikaye ve Ruh hali panosu ışığında, tasarım ilke ve yöntemleri kapsamında, giysi tasarımlarının yapılması ve bu tasarımlardan bir koleksiyon oluşturulması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, Örnek Olay İncelemesi Yöntemi seçilmiş ve veri toplama tekniklerinden alanyazın analizi kullanılarak, Kızılderili etnik kültürü ile ilgili veriler toplanmış ve incelenmiştir. İncelemeler ve analizler sonucunda; ilham nesnelere de katkısıyla Hikaye ve Ruh hali panosu hazırlanmış, bu pano ışığında ilk taslak tasarımların çizimleri yapılmıştır. Araştırmanın daha sonraki kısmında; taslak çizim tasarımlarından olgunlaştırılan giysi tasarımlarından 30 tanesi koleksiyon oluşturmak amacıyla belirlenmiştir. Seçilen tasarımlardan renklendirilen 12 giysi tasarım modelinden bir koleksiyon oluşturulmuştur. Koleksiyondan belirlenen bir modelin prototip üretimi; ana malzeme,

yardımcı malzeme ve aksesuarları temin edilerek, deneme ve kesim kalıpları hazırlanarak yapılmıştır.

1. ETNİK KÜLTÜRLERİN GİYSİ TASARIMINDA İLHAM KAYNAĞI OLARAK KULLANILMASI

Dünyada birçok etnik kültür bulunmaktadır. Bu kültürlerin çoğunda var olan karmaşık desenler, farklı renk tasarımları, süslemeler, aksesuarlar, kumaşlar, diğer giysi ana malzemeleri(deri, kürk vb.), yardımcı malzemeler, yaşam unsurları, doğadan aldıkları esinlenme biçimleri, kendilerinin yarattığı tasarımlar, yaşama biçimleri gibi ilham kaynakları, tasarımcılar tarafından her geçen gün daha fazla kullanılmaktadır. Etnik kültürlerdeki çoğu nesne, giysi esasen bir tasarım ürünü olduğundan, buradan ilham alındığında, bir tasarımın farklı bir bakış açısı, farklı bir yaratıcılık, özgünlük ve düşünce tarzıyla yeniden tasarlanması yapılmaktadır.

Neredeyse son elli yılın moda gösterilerine bakıldığında, farklı etnik kültürlerden esintiler görmek mümkündür. Çoğu zaman farklı bir kültürden etkilenen moda tasarımcılarının, bazı kültürel unsurları yeniden yorumladığı görülmektedir. Sembolik birkaç örnek vermek gerekirse; 1962'de Paris'teki en etkili tasarımcılardan biri olarak ortaya çıkan Yves Saint Laurent, 1967 İlkbahar-Yaz koleksiyonunu, Afrikadaki etnik kültürlerden esinlenerek hazırlamış ve Afrika'ya ithaf etmiştir. Tasarımcının bu koleksiyonunda; ahşap boncuklar, tüyler, kabile desenleri, rafya, hasır ve altın iplik gibi çeşitli malzemelerden ve süslemelerden oluşan bir dizi zarif ve özgün elbise bulunmaktaydı. Endüstriyel üretimin hakim olduğu o zamanlarda, modacının zanaatkar tekniklerle yenilenmesinin yolu, geleneksel kültürleri kullanmaktan geçmekteydi. Yves Saint Laurent'in tasarımlarıyla ilham aldığı yabancı kültürler arasında fiziksel veya hayali benzerlikler kurmak için seçilen modellere bakıldığında; bu modellerin erken modern dönemin geleneksel kostümleriyle karşılaştırılmakta olduğu ve tezatlıklar yaratıldığı görülmektedir (Martel, YSL – Selected Items, 2013). Geleneksel kültürel Afrika elbisesinin fantezi ve egzotizminden ilham alan tasarımcının giysi tasarımlarındaki yorumu; boncuklu, tüylü, hasırlı kabile desenlerini çok şık, farklı ve güzel bir tarza dönüştürmüştür(“Splendid Habitat”, 2013). Buradan, Afrika yerel kültürünün tasarım detaylarına yansıtılmasının, giysi tasarımını farklı, etkili, özgün ve yeni bir boyuta taşıdığı söylenebilir.



Görsel 1: Yves Saint Laurent, 1967 İlkbahar-Yaz koleksiyonunu (Martel, YSL – Selected Items, 2013).

1989'da Christian Dior'un sanat yönetmeni olarak atanan ünlü İtalyan tasarımcı Gianfranco Ferré, Sonbahar/Kış Sezonu (1988/1989) koleksiyonu için Keşmir'deki Hint şallarının tasarımlarından ilham alarak, Hintli zanaatkarlar tarafından işlenen hafif organze kumaşları yeniden tasarlamıştı (Pozzo, 2020).



Görsel 2: Gianfranco Ferré Sonbahar/Kış Sezonu (1988/1989) (“Arts and Culture Gianfranco”, t.y.).

Fransız ikonik moda tasarımcısı Jean Paul Gaultier, 2010 yılı İlkbahar/Yaz koleksiyonunda, İnkalar ve Mayaların mirası olan And kültürlerine ithafen, fôr şapkaları, müzisyen pantolonları ve kovboy çizmelerinden kesilen sandaletleri, yeniden tasarlamıştır (Pozzo, 2020). İnk desenleri, süslemeler, takılar, aksesuarlar ve diğer tasarım detayları, geleneksel öğelerin giysi tasarımındaki esintisini ortaya koymaktadır.



Görsel 3: Jean Paul Gaultier, 2010 yılı İlkbahar/Yaz koleksiyonu(Orient Palms, t.y.).

Amerikalı ikonik bir moda tasarımcısı olan Anna Sui, Kızılderililer, Moğollar, Mısırlılar, Vikingler, Eskimolar gibi birçok kültürden geleneksel öğeyi, kendi ruh ve hayal dünyasıyla birleştirip, yaratıcı tasarımlar meydana getiren özgün bir tasarımcıdır. Temayla ilgili olan ilham kaynaklarını, etnik kültürlerden, sanat sergilerinden, filmlerden, bit pazarlarından, müzelerden, müzikten ve sokak modasından bulmaktadır (AU, Y. & AU, J., 2018).



Görsel 4: Farklı Etnik Kültürlerden İlham Alınarak Hazırlanan Anna Sui Tasarımları (Vogue Runway, t.y.) (Kena, t.y.).

Dünyada Kızılderili kültüründen esinlenen çok sayıda modacı bulunmaktadır. Bu moda tasarımcıları, mücevherden hazır giyime kadar

uzanan koleksiyonlarında, **geleneksel olarak anlamlı olan öğelerden** ilham almaktadırlar(Allaire, 2018).

2. GİYSİ TASARIMI

Bir tasarım oluştururken, etkileşim halinde olan bileşenlerden birisi tasarım unsurları, diğeri ise tasarım ilke ve yöntemleridir. Tasarım unsurları ve ilkeleri esnektir, zamana göre yeniden yorumlanmalı, gerekli düzenlemeler yapılmalıdır. Tasarım, görsel bir görüntü oluşturan çizgilerin, şekillerin, formların, renklerin ve dokuların bir düzenlemesi olarak tanımlanabilir. Tasarım ilkeleri, öğelerin nasıl birleştirildiğini yöneten oranlardır. Bundan dolayı tasarım elemanları, başarılı bir şekilde birleştirilmesi gereken hammaddeler olarak belirtilebilir (“Textile School”, 2018). Giysi tasarımı; “renk, doku, boşluk, çizgiler, desen, silüet, biçim/form, hacim, orantı, denge, vurgu veya odak noktası, ritim ve uyum gibi tüm tasarım öğeleri ve ilkelerinin bütünlüşmesidir” şeklinde tanımlanabilir. Bunların her birisinin, giysinin görsel, sanatsal, işlevsel, estetiksel algısına katkıda bulunduğu belirtilebilir (“Firstlawcomic”, t.y.).

2.1. Giysi Tasarımında Araştırma

Bir moda tasarımcısının bir şeyi tasarlamadan önce temayla ilgili detaylı bazı araştırmalar yapması gerekmektedir. Bir giyim eşyasının araştırılması, kumaşlar, ana malzemeler, yardımcı malzemeler, renkler, süslemeler ve aksesuarlar hakkında araştırma yapılması, geleneksel kıyafetler hakkında araştırma yapılması, bir film izleyerek, filmde bir karakterin kıyafetlerinin çizilmesi, etnik veya etnik olmayan bir müzik dinlenmesi, müzelerin ziyaret edilmesi gibi faaliyetler, tasarımda yaratıcılığı artıran faaliyetler olabilir (“Firstlawcomic”, t.y.). Fransız moda tasarımcısı Yves Saint Laurent(YSL) seyahat etmekten nefret ettiğini belirterek, farklı kültürlerle ilgili kitaplarla, fotoğraflarla araştırma yapmanın hayal gücünü harekete geçirdiğini belirtmiştir. “Sonuçta, en güzel yolculuk, kişinin odasını dolaştığı yolculuktur” diyen YSL; “Bilmediğim topraklar da hayal gücümü kullanıyorum. Seyahat etmekten nefret ederim. Örneğin, daha önce hiç bulunmadığım, Hindistan veya Mısır hakkında bir kitap okursam veya fotoğraflarına bakarsam, hayal gücüm çılgına dönmektedir. En güzel gezilerimi böyle yapıyorum. Hayal gücümü, işim için ortaya koymak

değerlidir” şeklinde araştırma yapmayla ilgili fikirlerini belirtmektedir (Martel, YSL – Selected Items, 2013).

2.2. Giysi Tasarımında Tema

Temanın tanımına bakıldığında; bir yazı, film gibi tartışılan veya açıklanan ana konu veya bir şeyin stiline dayandığı belirli bir konu veya ana fikir olarak belirtilmektedir (“Britannica Dictionary”, t.y.) Tema, aslında çalışmak istediğimiz bir amaç, bir alan, konu veya imge olabilir. Burada önemli olan temanın yaratıcılığa ne kadar katkı sağlayacağıdır. Tasarımın her türünde bir tema olduğu söylenebilir. Bir eşya tasarımı, bir kitap tasarımı, bir web sitesi tasarımı, bir bina tasarımı veya bir giysi tasarımı belirli bir konuyu veya amaç içerebilir.

Bu çalışmada, tema olarak, “**Kızılderili Etnik Kültürü**” seçilmiştir. Etnik giysi, bir etnik grubu diğerinden görsel olarak ayıran ve duyuşal öğeleri de içeren, asla değişmeyen imajları barındıran ve koda benzer bir sistemi olan, sıklıkla gelenekselliği çağrıştıran bir kavramdır(Eicher, 1999). Etnik giysilerin derinlemesine incelenmesinin, günümüz giysi tasarımına önemli katkılar sağlayacağı düşünüldüğünden, “**Kızılderili Etnik Kültürü**” tema olarak incelemeye alınmıştır. Bu kültürde birçok farklı tema kullanılmaktadır. Geometrik desenler, hayvan betimlemeleri, gökyüzü, yıldızlar, ay, yönler, olaylar, bitkiler, duygular vb. bu temalara örnek olarak verilebilir. Çoğunlukla doğayı temel alan bir tema kullanımı söz konusudur. Tasarımlarında, yaşanan olaylar, yaşam tarzları, karakter, ruh ve insanı yansıtmak amacıyla duyuşal betimlemeler de tema olarak kullanılmıştır.

2.3. Giysi Tasarımında İlham Öğeleri, Tema, Hikaye ve Ruh Hali Panosu

Moda tasarımcıları, belirli insan grupları, fotoğraflar, sanat eserleri, malzemeler, yapılar ve silüetler dahil olmak üzere tasarım süreçleri boyunca ilham almak için bir dizi dış kaynak kullanmaktadır. Tasarımcılar, genellikle çeşitli öğelerden oluşan kendi arşivlerini oluşturmaktadırlar. Chun (2021) çalışmasında; tasarımcıların topladıkları verileri kullanmalarının birçok yolu bulunduğunu ve bu çeşitli ilham kaynaklarının, yeni koleksiyonlar oluşturmak için sık sık ziyaret edildiğini belirtmektedir. Çalışmaya katılan tasarımcıların

çoğu, malzemeye dokunma, görme ve hissetme yoluyla kazanılan güçlü duyumlardan ilham aldığıını vurgulamaktadır (Chun, 2021).

Hikaye ve ruh hali panoları, bir temadaki bir dizi nesneyi, yaşamı, eşyayı veya aksesuarı tanımlamak için kullanılmaktadır. Baştan sona geleceği veya ideal deneyimleri hayal etmek için iyi bir işbirliği aracıdır. Tasarımlarda hikaye ve ruh hali panosu oluşturmaya yönelik bazı materyaller, tasarımcıya kuralcı olmadan rehberlik eden çizim malzemeleri ve pano şablonları bulunmaktadır. Diğer materyaller, simgeler, objeler, resimler, desenler ve sembollerden oluşan veri kaynaklardır (Naranjo-Bock, 2012). Tasarımcılar, hayal güçlerini kullanarak, kendilerini yaratıcılık atmosferine götürecek hikaye ve ruh hali panolarını oluşturmakla, tasarım sürecinin fiziki, görsel bir şekle dönüşen ilk ürününü de yapmış olurlar.



Görsel 5: Anna Sui'nin Sonbahar/Kış 2016 Koleksiyon Hazırlığı Öncesi Ruh Hali Panosu.”(Menkes, 2017).

2.4. Giysi Tasarımında Renk

Renk, giysi veya takımda ilk bakışta göze çarpan, kişinin ilk karşılaştığı bir unsur olduğundan, tasarımda öncelikle değerlendirilmesi gerektiği söylenmektedir. Renk, “gözün ışığı algılama biçimi” olmanın ötesinde, insanda fizyolojik ve psikolojik bir tepki uyandırmaktadır. “Renkler, duygusal tecrübeleri, statüyü, yazılı veya sözlü olarak iletmede zorlanılan diğer tür bilgileri, görsel olarak göstermektedir”(Hope&Walch, 1990: 81, aktaran:

Yetmen, 2016:742). Renk teorisi karmaşık ve çok yönlüdür. Renkle ilgili olan 3 temel bileşen bulunmaktadır. Bunlar; renk tonu (kırmızı, turuncu, sarı vb.), rengin değeri (açıklık, koyuluk) ve rengin yoğunluğu(parlaklık)dur(Kaymaz, 2022). Tasarımcı hissettirmek istediği duygu durumunu, öncelikle renk seçimiyle verebilir. Renkler, sıcak, soğuk olabileceği gibi birbirleri ile zıt veya uyumlu olabilmektedir. Aynı zamanda algımızı önemli ölçüde yöneten öğelerdir denilebilir(Yetmen, 2016).

3. YÖNTEM

Bu araştırma bir Örnek Olay çalışmasıdır. Örnek olay çalışması; güncel bir olguyu kendi gerçek yaşam çerçevesi (içeriği) içinde çalışan, olgu ve içinde bulunduğu içerik arasındaki sınırların kesin hatlarıyla belirgin olmadığı ve birden fazla kanıt veya veri kaynağının mevcut olduğu durumlarda kullanılan, ampirik (deneysel, görgül) bir araştırma yöntemidir (Yıldırım ve Şimşek, 2005, s. 277). Araştırma kapsamında ele alınan ve örnek olay araştırmalarına olanak sağlayan “**Kızılderili Etnik Kültürü**” incelenmiş ve ilham kaynağı öğeler ışığında ve giysi tasarım sürecine dayalı olarak giysi tasarımları yapılmış, seçilen olgunlaşmış modellerin renklendirme işlemleri yapılarak, bir koleksiyon oluşturulmuştur.

Bu çalışmada; giysi tasarım süreci; **Araştırma, Etkileşim ve Analiz, Geliştirme ve Uygulama** olarak belirlenmiştir. **Araştırma aşamasında;** Kızılderili etnik kültürü araştırılmış, Kızılderili kökeni ve kültürü, Kızılderili etnik kıyafetleri, kullanılan kumaşlar, giysi ana malzemeleri, yardımcı malzemeler, renkler, süslemeler ve aksesuarlar incelenmiş, veriler alanyazın tekniği ile toplanmıştır. **Etkileşim ve Analiz aşamasında;** araştırma aşamasında toplanan veriler incelenerek, düzenlenmiş, analiz edilerek, ilham verici öğeler belirli bir kompozisyon, uyum, dikkat çekici ve görsel olarak etkileyici olacak bir biçimde panoya aktarılmıştır. Bu aşamada; pano için gerekli malzemeler (kumaş, iplik, elyaf, aksesuar vb.) ve ilham verici diğer unsurların temin edilmesi(örneğin; temayla ilgili müziklerin dinlenmesi, filmlerin izlenmesi gibi.) sağlanmıştır. Hikaye ve ruh hali panosu, bu şekilde oluşturularak, tasarımlar için ilham verici bir hale dönüştürülmüştür. **Geliştirme ve Uygulama aşamasında;** Hikaye ve Ruh Hali Panosu ve diğer ilham verici öğelerin ışığında, ilk taslak çizim tasarımlar oluşturulmuştur. İlk taslak çizimlerden geliştirilen modeller, olgunlaştırılmış modellere

dönüştürülmüştür. Tasarımlardan temayı en fazla temsil edenler seçilerek, renklendirme işlemleri yapılmıştır. Bu modellerden 12 parçalık bir koleksiyon oluşturulmuş, koleksiyondan bir modelin prototip üretimi yapılmıştır. Ana malzemelerin, yardımcı malzemelerin ve aksesuarların temini, üretimin yapılması, kontrol ve bitiş işlemlerinin yapılmasıyla modelin hayata geçirilme işlemi tamamlanmıştır.

4. ÖRNEK OLAY: “KIZILDERİLİ ETNİK KÜLTÜRÜ”

Bu araştırmada örnek olay incelemesi olarak “**Kızılderili Etnik Kültürü**” incelenmiştir. “Kızılderili Etnik Kültürü”; desen, süsleme, yaşam unsurları, doğadan aldıkları ilham ve nesnelere, yaşama biçimleri gibi zengin ilham kaynaklarına sahip olduğundan, bu değerli ilham kaynakları tasarımlara yön vermiştir. Kızılderili Etnik Kültürü, doğaya saygıyı ve sevgiyi, ondan aldığı herşeyi kullanmayı, hiçbir şeyi ziyan etmemeyi öğretmektedir. Bu yaşam biçimlerinin giysileri ve yaşam alanlarındaki yansımaları; desen zenginliği, tüyler, püsküller, hayvan dişleri, kılları, pençe ve kanatları, boncuklarının kullanımı şeklinde olmuştur. Ayrıca yönler, doğa olayları, yaşadıkları önemli olaylar gibi ruhsal ve düşünsel unsurlar da Kızılderili etnik giysilerinde uygulandığından, görsel bir desen zenginleşmesi oluşturmaktadır. Bu zenginliğin ilham kaynağı olarak giysi tasarımlarında katkı sağlayacağı düşünüldüğünden, “Kızılderili Etnik Kültürü” araştırma kapsamına alınmıştır.

4.1. Kızılderili Kökeni ve Kültürü

Bilim adamları arasında, Kızılderililerin Asya kökenli olduğuna ve 11.000 yıl önceki Buzul Çağında donan Bering Boğazından Amerika Kıtasına göç ettiklerine dair bir konsensus bulunmaktadır. Buna göre, göçebe Sibiryalı topluluklar av peşinde Alaska'ya ve ardından güneye yönelmişlerdir. Arkeolojik veriler, dünyanın başka yörelerinden de göç etme olasılığını ortaya koymaktadır. Kızılderili inancına göre ise bunların hiçbiri doğru değildir ve kızıl atalar "Büyük Ruh" tarafından Amerika topraklarında yaratılmışlardır (Köksal, 2001).

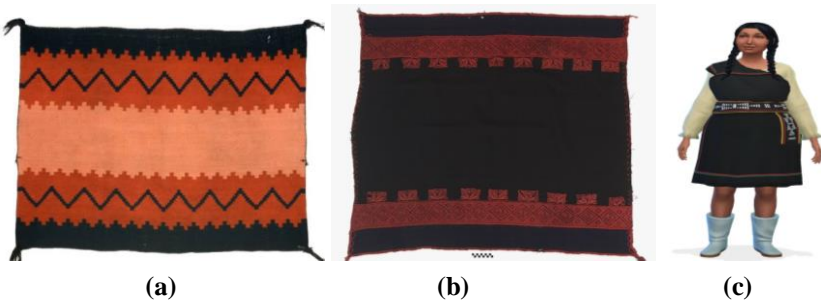
Kızılderililerin doğa ile kurdukları olağanüstü ilişkiden dolayı, yaşamlarına doğadaki figürleri yansıttıkları bilinmektedir. Dansçıların giysileri, takıları ve elde taşıdıkları nesnelere, yaşamlarındaki önemli olayların, inançların, geleneklerin veya efsanelerin sembolleridir. Kartal ya da benzeri

yırtıcı bir kuşun kanatlarından oluşan bel ya da omuz takısı geleneksel dansın en can alıcı görüntüsünü oluşturmaktadır. Dansçıların pantolon ve gömlekleri pamuk ya da geyik derisinden yapılmakta, boyunlarına da bele kadar hatta bazen de dize kadar inen kemik kolyeler takılmaktadır. Başlıkları ise yelpazeyi andırmaktadır (Köksal, 2001).

4.2. Kızılderili Kadın Geleneksel Kıyafetleri

Genel olarak, Kızılderili kadın geleneksel kıyafetlerine bakıldığında; Kızılderili kadınların uzun etekler ve uzun kollu giysiler giydikleri görülmektedir. Uzun etekler ve turkuaz ve gümüş takılar hala kullanılmaktadır. Kıyafetler, genelde aynı malzemelerden yapılmakta, aynı model çeşitleri kullanılmakta ve aynı şekilde süslemeler uygulanmaktadır. Bazı Kızılderili kabilelerin kıyafetlerinde pililer bulunmaktadır (Tripod, 2007). Tilki derisi, geyik derisi ve yünlü kumaşlar, giysilerde sıklıkla kullanılmaktadır. Bakır ve az değerli taşlarla giysilerin süslemeleri yapılmaktadır (Marriot & Rachlin, 2003). Giysi modellerinde geniş kesimler uygulanmakta, şallar, tüyler, boncuklar, geyik dişleri, pençeler, kemikler, deniz kabukları ve püsküller kıyafetleri tamamlamaktadır.

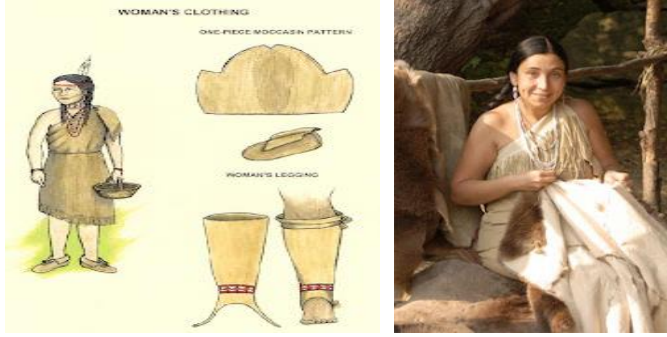
Tek Parça Manta Kızılderili Kadın Elbisesi: Geleneksel olarak koyu renkli yün veya pamuklu battaniyelerden yapılırdı. Bazı battaniyelerin süslü kırmızı dokuma bordürleri vardı (“A Tale of Two Hittys”, 2022).



Görsel 6: Kızılderili Mantaları (a), (b) ve Kullanım Şekli (c) (“Wikipedia Manta”, t.y.), (“American Museum of Natural History Smithsonian”, t.y.), (“Maxis Match”, 2021).

Omuzu Açıkta Bırakan Kızılderili Kadın Elbisesi: Bu elbiseler; tek derili, bir tarafı püsküllü ve bedene sarılı şekildedir. Elbise omuzdan

bağlanarak giyilirdi veya daha ılıman havalarda etek etkisi yaratan bir kemerle bele asılırdı. (“Stitching Up History - Off The Shoulder”, 2011).



Görsel 7: Omuzu Açıkta Bırakan Tek Parça Deri Elbise, Tozlu, Makosen (“Stitching Up History - Off The Shoulder”, 2011).

Yandan Katlı Tek Parça Deri Kızılderili Kadın Elbisesi: Yandan katlı elbise; katlanmış tarafta bir kol deliği kesilmiş ve kolu yerleştirmek için dikiş tarafında açık bırakılmış yan dikiş ile vücuda sarılan tek parça derili bir elbisedir. (“Stitching Up History - Side Fold One”, 2011).



Görsel 8: Yandan Katlı Kadın Elbisesi (“Stitching Up History - Inside the Side Fold One Hide Dress”, 2011).

Elbise; deri, at kılı, kirpi tüyleri, kuş tüyleri, bitki lifi, cam boncuklar, pirinç düğmeler, deniz kabukları, kalay kaplı metaller, kırmızı yün, pigmentler, tutkalla boyutlandırma, dokuma yün bant kullanılarak yapılmıştır. Bu elbisenin boyunduruğu, geometrik bir desenle işlenmiştir. Elbisenin etek kısmı, kırmızı yün ilmek ve pirinç düğmelerle süslenmiştir (“Stitching Up History - Inside the Side Fold One Hide Dress”, 2011).

İki ve Üç Parça Derili Kızılderili Kadın Elbiseleri:



Görsel 9: (a); İki Derili Kızılderili Kadın Elbisesi(Brasser, 2009), (b); Üç Derili Kızılderili Kadın Elbisesi(Flickr - Kiowa Three-Hide High-Top Moccasins., 2008).

Görsel 9 (a)'daki Kızılderili kadın elbisesi, iki büyük geyik derisinden oluşmaktadır. Omuz hattını oluşturmak için derilerin arka kısımları katlanarak, bu kıvrım boyunca dikilmektedir. Katlanmış arka kısım, kuyruklar ortada olacak şekilde göğüs ve sırt boyunca dalgalı bir çizgi oluşturmaktadır. Bu kavisli kenar boyunca, geniş bir kırmızı ve beyaz çizgi şeridi boncuk işlemeyle oluşturulmuştur(Brasser, 2009). Görsel 9 (b)'deki Üç Derili Kızılderili Kadın elbisesi; deri, deniz kabukları, tohum boncukları, ermin derileri, kırmızı yün, sarı ve yeşil boya, hayvan siniri ve iplikten oluşmaktadır. ("Flickr - Kiowa Three-Hide", 2008).

4.3. Kızılderili Mokasenleri

Genellikle yumuşak deriden yapılmış, yaz aylarında giyilen Kızılderili ayakkabılarıdır. Taban ve üst kısım, genelde tek bir parçadır("National Clothing - Traditional clothing of Native American Indians", 2015).



Görsel 10: Mokasen örnekleri(Brasser, 2009), (Medicine, t.y.) (Native Languages – Moccasins", t.y.).

4.4. Kızılderili Battaniyeleri

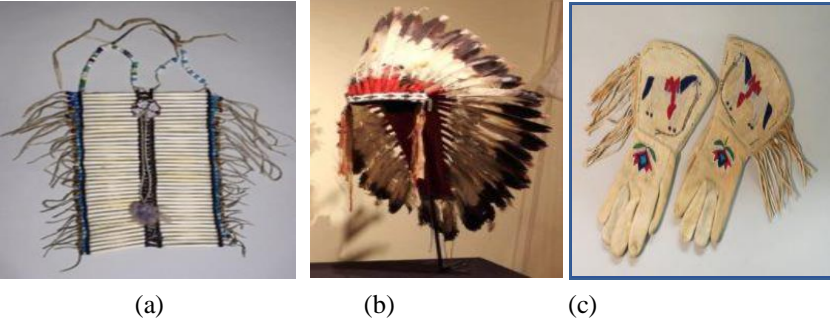
Dokumadan yapılmış Kızılderili battaniyeleri; Güneybatı'da pelerin olarak, Kuzeybatı Pasifik'te ise dans kıyafeti olarak kullanılmaktaydı. Daha sonraları Avrupalılar tarafından tanıtılan renkli yün battaniyeler, birçok kabiledede dış giyim olarak yoğun şekilde kullanılmıştır (“Native Languages - Clothing and Regalia”, t.y.).



Görsel 11: Chilkat Tlingit battaniye, 1916 yılı(“National Museum”, t.y.),(Hix, 2011).

4.5. Kızılderilide Kullanılan Aksesuarlar

Kemik ve deniz kabuğu süsleri; bilezik, kolye, zırh, küpe, gibi takıların yapımında, ayrıca tarak ve saç süsleri olarak kullanılmıştır(Medicine, t.y.).



Görsel 12: (a) Kıl Borusu Göğüs Zırhı, (b) Başlık, (c) Eldiven (Wenger, t.y.).

4.6. Kızılderili Etnik Kültüründe Kullanılan Renkler ve Doğal Boyalar

Hem yardımcı malzemeleri hem de giysilerin ana gövdelerini renklendirmek için bitki ve mineral kaynaklarından elde edilen doğal boyarmaddeler ve boyama yöntemleri kullanılmaktaydı (Medicine, t.y.). Giysi süslemelerinde kullanılan boncukların renkleri, renklerin sembolik

anlamlarından yola çıkılarak seçilmekteydi. Kızılderilide renklerin anlamları farklıydı. Örneğin **sarı renk**; gün ışığı, gün ve bilgelik, **yeşil renk**; şifa, dayanıklılık ve toprak, **mavi renk**; gökyüzü, su ve kadın, **siyah renk**; gece, ölüm ve erkek, **beyaz renk**; barış, cennet ve kar, **kırmızı renk**; gök gürlütüsü, kan ve savaş, **kahverengi renk**; hayvanlar ve ölüm sembolü anlamına gelmekteydi (“Nazanin”, 2021). Kızılderililer; yün, pamuk ve diğer lifleri boyamak için bitki materyallerini kullandılar. Neredeyse her rengi yaptılar, ancak sarı tonları üretmesi en kolay olanıydı (“Lewis and Clark Trail”, t.y.). Kızılderililer **sarı, kahverengi, kırmızı, mavi, yeşil, mor, siyah renk ve tonlarını** sıklıkla kullanmaktaydı.

5. HİKAYE VE RUH HALİ PANOSU

Alanyazın analizi yapıldıktan sonra, seçilen tema doğrultusunda görsel malzemeler çeşitli kaynaklardan toplanarak, renk uyumları, zemin ilişkileri de tasarlanarak, dikkat çekici ve yaratıcılığa etkiyi arttırmayı sağlayacak şekilde ve renk panosunun bulunduğu, **Hikaye ve Ruh Hali Panosu** hazırlanmıştır. Bu pano Görsel 13’de verilmiştir.



Görsel 13: Kızılderili Etnik Kültürü Temalı Hazırlanan Hikaye ve Ruh Hali Panosu.

6. TASARIMLAR

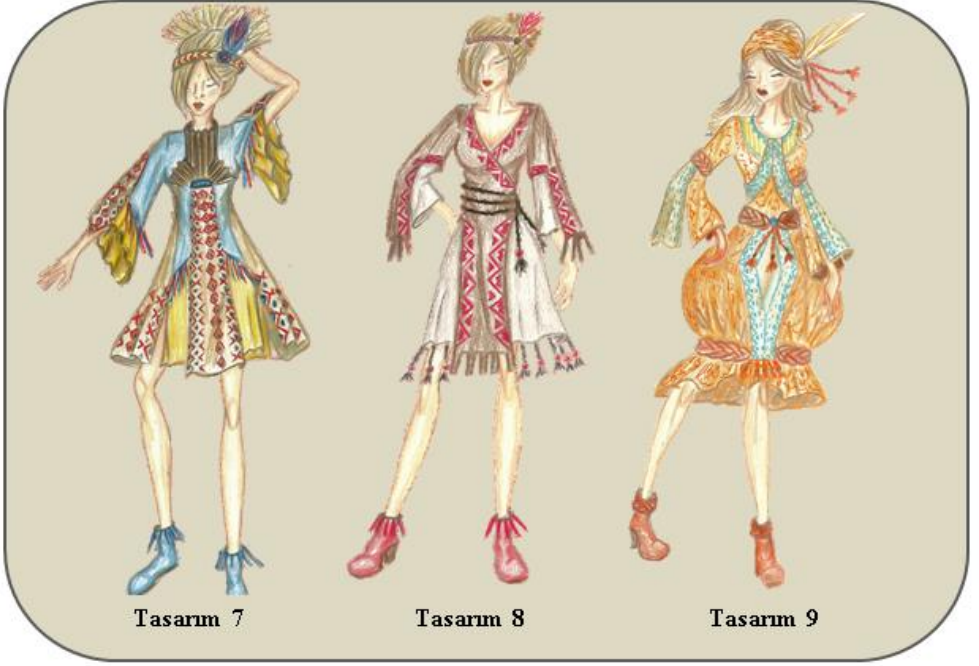
Kızılderili etnik kültürüyle özdeşleşen görsel objelere en yakın malzemeler toparlanarak oluşturulan **Hikaye ve Ruh Hali Panosu** ışığında, tasarım ilke ve yöntemleri doğrultusunda, 100 adet taslak çizim yapılmış, bu çizimler arasından etnik öğeleri en iyi yansıtan, özgün tasarımlardan 10 taslak çizim seçilmiş ve bu 10 çizimden 3'er adet olgunlaşmış model geliştirilmiştir. Toplamda 30 adet olarak geliştirilmiş olan olgunlaşmış model çizimleri arasından koleksiyona 12 model çizimi seçilmiş ve bu çizimlerin renklendirme çalışmaları yapılmıştır. Koleksiyon olarak belirlenen 12 renklendirilmiş, olgunlaşmış model çiziminden bir tanesi seçilerek, prototip üretimi yapılmıştır. Tasarlanan modeller, etnik kültür ruhuna uygun zamansız olarak tasarlanmıştır. “Geleneksel” ve “etnik” terimleri genel olarak; moda için uygun olmayan, yavaş değişen ve birkaç modernleştirici etkiye sahip, geçmişini yansıtan giysiler olarak tanımlanmaktadır (Martel, Part One – Fashion Design, 2013). Modern modada ise moda trendleri her sezon değiştiği için sabitlik geçiciliğe dönüşmektedir. Hem moda anlayışı içinde hem de etnik kültür doğasını yansıtan bir anlayış içinde, her iki yaklaşımı birleştirerek, zaman, dönem geçiciliği olmayan zamansız tasarımlar yapılmıştır. Kızılderili etnik kültürü, doğaya saygıyı ve sevgiyi, ondan aldığı her şeyi kullanmayı, hiçbir şeyi ziyan etmemeyi öğretmektedir. Bu yaşam biçimleri ve etnik kültüre ait unsurlar, doğal renkler ve ilham objeleriyle oluşturulan Hikaye ve Ruh Hali Panosu, görsel bir zenginlik ve yaratıcılık etkisi sağlamıştır. Prototipi yapılan modelde, dokudan yansıyan görsel etkinin, etnik ruha uygun olması için dōşemelik kumaşlar kullanılmıştır. Elbisedeki desenler, applike işlemleri yapılarak oluşturulmuştur. Modelde kullanılan püsküller, kumaşın ipliğinden çekilerek hazırlanmış ve el yapımı tahta boncuklar püsküllere takılmıştır. Tasarımlar, Görsel 14, Görsel 15, Görsel 16, Görsel 17 olarak verilmiştir.



Görsel 14: Tasarımlar 1, 2, 3



Görsel 15: Tasarımlar 4, 5, 6



Görsel 16: Tasarımlar 7, 8, 9



Görsel 17: Tasarımlar 10, 11, 12

6.1. Koleksiyondan Seçilen Bir Modelin Prototipinin Üretilmesi

Renklendirme işlemi tamamlanan A silüet formunda olan Tasarım 1, prototip üretim için seçilmiştir. Modele uygun olarak, kumaş, yardımcı malzeme, aksesuarlar temin edilmiştir. Kızılderili çadırlarından ve boyunluk takılarından esinlenilerek tasarımı yapılan elbisenin, yaka ve orta etek parçası, boyunluk olarak takılan kolyenin bedene uyarlanması şeklinde olmuştur. Geometrik etnik içerikli figürlerden esinlenilerek, aplike süslemelerle işlenmiş elbise, Kızılderili etnik kültürü renkleriyle uyumlu, zamansız tarzda hazırlanmıştır.



Görsel 15: Tasarım 1 ve Prototip Olarak Üretilmiş Elbise Modeli (Çetin, 2019)²

Seçilen modelin kalıp ve model analizi yapılarak, model uygulama çalışması yapılmıştır. Ana kumaş olarak, iki renkte (sarı ve nefti yeşil), polyester viskon kumaş ve desenlerde kullanılmak üzere jakar desenli polyester pamuk döşemelik kumaş kullanılmıştır. Elbisedeki desenler, düz dikiş makinesinde aplike işlemi yapılarak oluşturulmuştur. Elbisenin püskülleri, ana kumaşın atkı iplikleri çıkartılarak elde edilmiştir. Dikimi yapılan elbisenin püsküllerine el yapımı tahta boncuklar takılmıştır. Sonuçta, Kızılderili etnik kültürü temasının ve renklerinin etkisiyle tasarımı yapılan model elbisenin üretimi gerçekleştirilmiştir (Görsel 15).

² 1. (Çetin, 2019); Uluslararası Zanaattan Sanata Jürili Karma Sergisinde sergilenmiştir.

7. SONUÇ VE TARTIŞMA

Giyinmek, farklı ve özgün görünme isteği, moda tutkusu, insanlık var olduğu sürece var olacak gibi gözükmeindedir. Bedenimizin ikinci giysisi olarak adlandırılabilen giysiler, bu var oluşta zamanla değişiklikler gösterecek, zamanla eskiler tekrar gündem olacak ve hatta zamanla çok farklı stiller normal hale gelebilecektir. Bu değişim, belkide büyük oranda giysi ve aksesuar tasarımlarıyla sağlanabilecektir.

Tasarımı yapılan ürün ne olursa olsun, onu meydana getirmede bir yaratıcılık söz konusudur. Yaratıcılık, aslında görünen-görünmeyen, ruhumuzda var olan veya maddi, fiziki olarak var olan bir şeylerin, görsel olarak ortaya çıkarılmasıdır denilebilir. Tasarımın doğası gereği giysi tasarımı da yaratıcılığı, ilham almayı zorunlu kılmaktadır. Giysi tasarımında yaratıcılığı aktif hale getiren filmler, müzikler, posterler, kişiler, olaylar gibi bir çok şeyin yanında, etnik kültürleri de sayabiliriz. Etnik kültürün tasarımda ilham kaynağı olarak kullanılması, günümüzde birçok moda tasarımcısında sıklıkla görülmektedir.

Moda tasarımcısı Jean-Paul Gaultier, etnik giyimden eklektik parçalarını birleştirerek, moda küreselleşmesini yansıtarak, normları aşmayı ve kültürler arasındaki sınırları kırmayı amaçlamıştı. Çalışmaları, referans aldığı geleneksel kıyafetlerin gerçek özgünlüğünü yeniden canlandırmayı değil, bunun yerine yenilik ve kültürlerarasılığa dayalı, hayali anlatılarla, benzersiz bir evren yaratmayı hedeflemekteydi (Martel, JPG – Selected Items, 2013). Etnik kültür öğelerinin, Gaultier'nin *Le Grand Voyage* (Büyük Yolculuk, *La Chine et l'Espagne* (Çin ve İspanya), *Homage à l'Afrique* (Afrika'ya Saygı), *Meksika* ve daha yakın zamanda, *Voyage, Voyage* (Yolculuk, Yolculuk gibi koleksiyonlarına dahil edilmelerini sağlayan, **ilham verici etnik kıyafetlerin estetik ve anlatsal (hikaye anlatma) nitelikleridir.**

Tasarımcının en sonuncu koleksiyonu; Çin, Berberi ve Meksika geleneksel kostümlerinden desen ve stilleri karıştıran, en karma koleksiyonlarından birisini oluşturmaktaydı (Martel, Jean Paul Gaultier – Multiculturalism, 2013).

Araştırma kapsamında; etnik kültürlerindeki zengin desenler, süslemeler, objeler, unsurlar, renk harmonileri, aksesuarlar ve modellerin, yeni tasarımlara ilham kaynağı olmasına olanak sağlayan **“Kızılderili Etnik Kültürü”** ile giysi tasarımları yapılmıştır. Çalışma sonucunda; giysi tasarım süreci, tasarım elemanları ve tasarım ilkeleri temelinde **“Kızılderili Etnik**

Kültürü”nün ilham kaynakları değerlendirilerek, farklı giysi tasarımları ortaya çıkarılmıştır. Bu çalışmada tasarlanan giysi tasarımları; “Kızılderili Etnik Kültürü” renk kullanımları dikkate alınarak, etnik kültür tasarım unsurlarının geliştirilmesi ve tasarımda özgürce uygulanması sağlanarak yapılmıştır. Tasarımların zamansız olmasına çalışılmış ve bu sayede daha özgün tasarımlar ortaya çıkarılmıştır. Geliştirilen giysi tasarımları; kalıp, kesim, dikim, desen, model, süsleme, aksesuar ve renk özellikleri açısından hem gelenekseli kucaklamakta hem de yeni tasarımlara farklı bir bakış açısı sunmaktadır.

İlham kaynağı olarak etnik kültür öğelerinin kullanılmasının tasarıma katkısının önemini vurgulandığı bu çalışmada, Kızılderili etnik kültürüne ait öğelerin etkisi, giysi tasarımlarına yansıtılarak uygulanmıştır. İlham kaynağı olarak tasarımcının yaratıcılıklarına önemli katkılar sağladığı, ayrıca giysilerin görsel, estetik, işlevsel ve sanatsal unsurları üzerine önemli etkileri olduğu değerlendirilmektedir. Araştırma sonuçları, farklı etnik kültürlere ait verilerin, objelerin araştırılmasının ve zamansız olarak yapılan tasarımlarda, etnik renk kültürünün de birlikte kullanılmasının tasarıma önemli etkileri olduğuna işaret etmektedir. Tasarımcıların bu değerli konuyu görmezden gelmeyip, hatta bu alanda yoğunlaşmalarının sektöre ve dünyamıza önemli katkıları olacağı düşünülmektedir. Dünya yüzeyinde dün ve bugüne ait yaşananların anlamlı bir şekilde yeni bir nesneye dönüştürülmesi veya yeniyile eskinin birleştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Halen var olan veya eskiden var olmuş etnik kültürlerin, giysi tasarımlarında ilham kaynağı olarak kullanılmasına ilişkin, farklı tasarım süreçleriyle yeni araştırmalar yapılabilir. Ayrıca eski giysilerin değerlendirilmesinde, etnik kültürlerdeki uygulamalar dikkate alınarak, bu giysilerin yeni ve benzersiz tasarımlarla geri dönüştürülmesi sağlanabilir. Bu durumlarda, ilham kaynaklarının ve tasarım süreçlerinin iyi analiz edilerek, giysi tasarımına yansıtılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- A Tale of Two Hittys. (2022). Native Pueblo Manta Dress. Erişim adresi: <https://ataleoftwohittys.com/native-pueblo-manta-dress/>
- Allaire, C. (2018, 30 Mayıs). How 6 Indigenous Designers Are Using Fashion to Reclaim Their Culture: Vogue Runway. Erişim adresi: <https://www.vogue.com/article/indigenous-fashion-designers-cultural-appropriation-activism>
- American Heritage Dictionary – Design. (2022). Erişim adresi: <https://www.ahdictionary.com/word/search.html?q=design>
- American Museum of Natural History Smithsonian. Woman's Manta/Dress. (t.y.). Erişim adresi: https://americanindian.si.edu/collections-search/objects/NMAI_206344
- Arslan, K. (2009). *Moda Tasarımı: MÜSİAD Araştırma Raporları (60)* İstanbul: Mavi Ofset. Erişim adresi: https://www.musiad.org.tr/uploads/yayinlar/arastirma-raporlari/pdf/moda_tasarimi.pdf
- Arts and Culture, Gianfranco Ferre: İndia Age Old Techniques, Traditions, Decorative Details. (t.y.). Gianfranco Ferre Research Center Politecnico di Milano. Erişim adresi: <https://artsandculture.google.com/story/LwVhwRVF3VykKQ>
- AU, Y. ve AU, J. (2018). Development of Innovative High-Fashion Collection via Conceptual Design Process Model. *Journal of Textile Science & Fashion Technology*. 1(2), 1-7. doi: 10.33552/JTSFT.2018.01.000507
- Brasser, T. (2009). *Native American Clothing: An Illustrated History* Newyork: Firefly Books. Erişim adresi: <https://www.amazon.com/Native-American-Clothing-Illustrated-History/dp/1554074339>
- Britannica Dictionary - Theme, (t.y.). Erişim adresi <https://www.britannica.com/dictionary/theme>
- Caldwell, L. F. Workman, J. E. (2007). Effects of Training in Apparel Design and Product Development on Spatial Visualization Skill. *Clothing and Textile Research Journal*. 25(1). 42-57. <https://doi.org/10.1177/0887302X06296871>
- Chun, N. (2019). Fashion Design Rediscovered: A Theory on Dressmaking Practice. *The Design Journal an International Journal for all Aspects of Design*. 24(1), 97-114. <https://doi.org/10.1080/14606925.2020.1851426>
- Crang, P. Dwyer, C. (2002). Fashioning Ethnicities The Commercial Spaces of Multiculture. *SAGE Publications (London, Thousand Oaks, CA and New Delhi)*. 2(3). 410-430. Erişim adresi: <https://doi.org/10.1177/14687968020020030701>
- Çetin, N. (2019). “Kızılderili Renk ve Desen Harmonisi”. 1.Uluslararası Zanaattan Sanata Jürili Karma Sergisi. Uşak: Uşak Üniversitesi.
- Demirarslan, D. ve Demirarslan, O. (2020). *Tasarım ve Tasarım Süreci*. Kocaeli: İKSAD Publishing house.
- Denel, B. (1981). *Temel Tasarım ve Yaratıcılık*. Ankara: ODTÜ Mimarlık Fakültesi.
- Eicher, J. B. (1999). *Dress and Ethnicity: Change Across Space and Time*. Oxford: Bloomsbury Publishing.

- Firstlawcomic - What is a theme in fashion design?. (t.y.). Erişim adresi: <https://firstlawcomic.com/what-is-a-theme-in-fashion-design/>
- Flickr - Kiowa Three-Hide Dress and High-Top Moccasins. (2008). Erişim adresi: <https://www.flickr.com/photos/nostri- imago/2893143075/in/photostream/>
- Hix, L. (2011). Why the Native Fashion Trend Is Pissing Off Real Native Americans. Erişim adresi: <https://www.collectorsweekly.com/articles/why-the-native-fashion-trend-is-pissing-off-real-native-americans/>
- Hope, A. and Walch, M. (1990). *The Color Compendium*. New York: Van Nostrand Reinhold Publishing.
- Kaymaz, I. (2022). *Temel Tasarım*. Ankara Üniversitesi. Erişim adresi: <https://docplayer.biz.tr/150033682-Temel-tasarim-isil-kaymaz-i-kaymaz-ankara.html>
- Kena. (t.y.). Anna Sui - Going Native S/S 2011 Collection. Erişim adresi: <https://en.paperblog.com/anna-sui-going-native-ss-2011-collection-10993/>
- Köksal, A. (2001). Kuzey Amerika Kızılderililer. *Atlas Dergisi*. 99(1), 36-85.
- Lewis and Clark Trail, (t.y.). Native American Designs And Colors. *Nevada State Library and Archives*. Erişim adresi: <http://lewisandclarktrail.com/section2/colorsanddesigns.htm>
- Marriot, A. Rachlin, C. K. (2003). *Kızılderili Mitolojisi*. (Çev. Özünlü, Ü). Ankara: İmge Kitabevi Yayıncılık.
- Martel, C. (2013, 21 Nisan). YSL – Selected Items. Erişim adresi: <https://thetravellingeyes.wordpress.com/2013/04/21/ysl-selected-items/>
- Martel, C. (2013, 21 Nisan). Part One – Fashion Design : Garment as a Site of Social Transformation and Travel. Erişim adresi: <https://thetravellingeyes.wordpress.com/2013/04/21/part-one-fashion-design-garment-as-a-site-of-social-transformation-and-travel/>
- Martel, C. (2013, 21 Nisan). Jean Paul Gaultier – Multiculturalism & Iconoclasm. Erişim adresi: <https://thetravellingeyes.wordpress.com/2013/04/21/jean-paul-gaultier-multiculturalism-iconoclasm/>
- Martel, C. (2013, 21 Nisan). JPG – Selected Items. Erişim adresi: <https://thetravellingeyes.wordpress.com/2013/04/21/jpg-selected-items/>
- Maxis Match CC World. (2021, 18 Mart). Erişim adresi: <https://maxismatchccworld.tumblr.com/image/645983369874866176>
- Medicine, B. (t.y.). North America: History of Indigenous Peoples' Dress. Erişim adresi: <https://fashion-history.lovetoknow.com/clothing-around-world/north-america-history-indigenous-peoples-dress>
- Menkes, S. (2017, 2 Haziran). Anna Sui'nin Kaleidoskopik Kariyeri. Erişim adresi <https://vogue.com.tr/haber/anna-suinin-kaleidoskopik-kariyeri>
- Naranjo-Bock, C. (2012, 24 Nisan). Creativity-based Research: The Process of Co-Designing. Erişim adresi <https://uxmag.com/articles/creativity-based-research-the-process-of-co-designing-with-users>
- National Clothing - Traditional clothing of Native American Indians. (2015). Erişim adresi: <http://nationalclothing.org/america/81-native-american-indians/43-traditional-clothing-of-native-american-indians.html>

- National Museum. (t.y.). Blanket. Erişim adresi: https://americanindian.si.edu/collections-search/objects/NMAI_54754?destination=edan_searchtab%3Fpage%3D4%26edan_q%3Dnative%2520american%2520garment
- Native Languages. Native American Indian Moccasins. (t.y.). Erişim adresi: <http://www.native-languages.org/moccasins.htm>
- Native Languages - Native American Indian Clothing and Regalia. (t.y.) Erişim adresi: <http://www.native-languages.org/clothing.htm>
- Nazanin, (2021, 8 Eylül). Native American Color Meaning: Promise You Do Not Know!. Erişim adresi: <https://colors.dopely.top/inside-colors/native-american-color-meaning-promise-you-do-not-know/>
- Negrin, L. (1999). The Self as Image A Critical Appraisal of Postmodern Theories of Fashion. *Theory, Culture & Society* (SAGE, London, Thousand Oaks and New Delhi). 16(3). 99–118. doi:10.1177/02632769922050638
- Orient Palms. Couture - Jean Paul Gaultier Spring Summer 2010. (t.y.). Erişim adresi: <http://www.orientpalms.com/jean-paul-gaultier-1608>
- Önce, G. Özveri, O. (2006). *Tekstil Sektöründe Kalite ve Moda Faktörlerinin Modern Pazarlama Anlayışı İle Bütünleştirilmesi Yaklaşımı*. Buldan Kongresi, Buldan. 397-404.
- Öndoğan, Z. (1995). Yirminci Yüzyıl Modasına Doğru. *Tekstil ve Konfeksiyon Dergisi*. 5, 477-482.
- Pozzo, B. (2020). Fashion Between Inspiration and Appropriation. *Laws MDPI*. 9(5), 1-27. doi:10.3390/laws9010005
- Splendid Habitat - Yves Saint Laurent: African Collection (Part 3). (2013, 21 Kasım). Erişim adresi: <https://www.splendidhabitat.com/yves-saint-laurent-african-collection-part-2/>
- Sevil, B. (2006). *Moda Sektöründe Küresel Marka Yaratılması: Markalaşma Çalışmaları Üzerine Bir Uygulama*. (Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi. İzmir. Erişim adresi: <https://acikerisim.deu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/20.500.12397/11776/189659.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Stitching Up History. (2011). What Native American Women Wore Pre Contact: Off The Shoulder One Hide Dress. Erişim adresi: <http://stitchinguphistory.blogspot.com/2011/07/what-native-american-women-wore-pre.html>
- Stitching Up History. (2011). What Native American Women Wore - Pre Contact: Side Fold One Hide Dress. Erişim adresi: http://stitchinguphistory.blogspot.com/2011/07/what-native-american-women-wore-pre_3911.html
- Stitching Up History. (2011). Inside the Side Fold One Hide Dress- The Details of Construction. Erişim adresi: <http://stitchinguphistory.blogspot.com/2011/07/inside-side-fold-one-hide-dress-details.html>
- Strate Education – Design Definition. (2022). Erişim adresi: <https://www.strate.education/gallery/news/design-definition>
- Textile School - Elements of Garment Design. (2018, 12 Mart). Erişim adresi: <https://www.textileschool.com/273/elements-of-garment-design/>
- Tripod, (2007). Kızılderili – İnuıt –Türk Kıyafet Benzerlikleri. Erişim adresi: <http://kizilderiliturk.tripod.com/kiyafetbenzerlikleri.htm>
- Vogue Runway. (t.y.). Anna Sui Fall 2015 Anna Sui Ready to Wear 2015. Erişim adresi: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2015-ready-to-wear/anna-sui/slideshow/collection#52>

- Wenger, L. C. (t.y.). Clothing and Adornments from the Plains American Indian Collection at The Hershey Story. Erişim adresi: <https://hersheystory.org/clothing-and-adornments-from-the-plains-american-indian-collection-at-the-hershey-story/>
- Wikipedia - Design disciplines. (t.y.). Erişim adresi: <https://en.wikipedia.org/wiki/Design>
- Wikipedia. Manta (dress). (t.y.). Erişim adresi: [https://en.wikipedia.org/wiki/Manta_\(dress\)#/media/File:Manta_1860.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/Manta_(dress)#/media/File:Manta_1860.jpg)
- Wu, G. (2016). *Ethnic Elements in The Application of The Costume Desig:* 3rd International Conference on Education, Management and Computing Technology. Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/icemct-16.2016.161>
- Yetmen, G. (2016). Moda Tasarımında Temel Tasarım Öğelerinin Önemi. *İdil Dergisi*. 5(22), 735-748. Doi. 10.7816/idil-05-22-12
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (5. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

BÖLÜM 20

KAZALARIN MEDYA ARACILIĞIYLA YANSITILMASI

Derya ÖLMEZ ARITÜRK¹

Doç. Dr. Ömer ASAL²

¹ Gazi Üniversitesi, Fen Bil. Enstitüsü, Kazaların Çevresel ve Teknik Araştırması, Ankara, Türkiye. deryaolmez@gazi.edu.tr, 0000-0001-6444-0994

² Gazi Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, İmalat Mühendisliği, Ankara, Türkiye. omerasal@gazi.edu.tr, 0000-0002-6339-9202

GİRİŞ

İnsanlığın var olduğu ilk günden beri bilgi ve iletişim her zaman çok önem arz eden bir etmen olmuştur. “İletişim, insanın varlığını devam ettirme biçiminin bir sonucu ve insanın varlık sürdürme biçimindeki gelişmelere göre değişimlere uğrayan insana özgü bir durumdur” (Toraman ve Ormanlı, 2019).

Medya ağları, toplumsal yani kamusal ifadeleri ve sözcükleri şekillendirerek var olunan toplumdaki önceliklerini belirlemektedir. Walter Lippmann'ın (1922) yılında yazdığı "Public Opinion" Kitabında medyanın, davranışını Davranışını bir problemden ya da olaydan bir başka problem ve olaya ışık gezdiren ve kalıcı hiçbir durum tutmayan “yorulmak bilmez ışıldak” olarak tanımlamaktadır. (1948) Bernard berelson ise, kamuoyu ve medya arasındaki çift yönlü iletişimde bahsetmektedir. (1948) Paul Lazerfeld arkadaşları ise medya hakkında sorunlara odaklandığı ve ilgi alanın sorunlar oldu hatta sorunlara da türbe ve bunun önemini dile getirmektedirler. 1970 yıllarında yapılan araştırmalar nihayetinde medyanın, sorunları ve gündemi belirlemede etkili bir faktör olduğunu göstermektedir. Donald L. shaw ve Maxwell McCombs'de Bu düşünce perspektifinde insanların düşüncelerinin şekillenmesinde medyanın önemli rol oynadığı ve bunu başarılı bir şekilde gerçekleştirdiğine dikkat çekmektedir. Bu noktada gündem belirleme konusu ortaya çıkmaktadır. Toplumsal hayatta meydana gelen olayların, kazaları ve doğal afetlerin kamuoyuna yansıtılması medya tarafından bilinçli bir şekilde belirlenmektedir. Çağımızda özellikle internetin dijital ortamların olanaklarının sınırsız olması, sosyal medya ağlarının da dünya üzerinde tüm insanlar tarafından özgür ve her saniye kullanılması kazalarının istenildiği gibi kamuoyuna servis edilmesine olanak sunmaktadır. İnsanın olduğu her yerde bir kazanın gerçekleşmesi muhtemel bir durumdur. İnternette önce geleneksel kitle iletişim araçlarıyla bu gerçekleşen kazaların kamuoyuna duyurulması zaman alırken çağımızda her şeyin hızlı bir şekilde yayıldı teknolojik gelişmelerin üst düzeyde olduğu bir dönemde olma halimizdir. Medya gündemi

kamu gündemini, kamu gündemi de siyasal gündemi etkilemektedir. Gündem yaratma kuramı, medya gündemindeki sorunların sıralamasıyla kamu gündemindeki sorunların sıralamasının örtüşüp örtüşmediğini araştırır. Bazı konuların gerçek yaşamdaki konuları ile (gerçek yaşam göstergesi olarak adlandırılan değişkenler, bir sosyal sorunla ilgili riskin ya da şiddetin derecesini ölçmekte kullanılırlar) medya gündemindeki konuları gerçekçi bir şekilde sergilenmediğine dikkat çekilmektedir (Sungur, 2012).

Geleneksel medyada haberler kamuoyuna aktarılırken belli başlı temel kurallar çerçevesinde sunulmaktadır. Lakin aynı zamanda geleneksel medyanın yayın kuralları sebebiyle bazı zamanlarda yayınlar denetime takılmaktadır. Bazı yayın ve haberler ise sosyal medyada hiçbir kısıtlamaya uğramadan ve denetimsiz bir şekilde yayınlanmaktadır. Sosyal medyada çoğu zaman yayınlanan bazı olaylar kimi zaman kitleleri yanlış yönlendiren ve yanlış bir algı yönlendirmeye sebep olabilmektedir. Bu durumun sonucunda hızla bir şekilde yayılan sosyal medyada yayınlarının doğruluğu, güvenilirliği ve etik mi değil mi tartışmalarına yol açmıştır. Bu araştırmada, sosyal medyanın gösterdiği faaliyet alanı gereğince bir kamusal alan olarak görülüp- görülmeceğinin araştırılmasının yanında sosyal medyada yer alan bazı paylaşımlarda kullanılan görüntülerin ve yayınların etik olup olmadığı tartışmaları kapsamında değerlendirme yapılacaktır (Toraman ve Ormanlı, 2019).

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Sosyal Medya

Yeni medya teknolojilerinin ortaya çıkardığı en önemli etmen tartışmasız sosyal medya olmuştur. Sosyal medya, internet ve bilgisayar teknolojilerinin aynı zamanda gelişmesiyle beraber sosyal yaşamımıza hızlı bir biçimde yerleşmiştir. Medyayı ‘sosyal’ yapan etken, internetin web 2.0 dönemine geçmesiyle oluşmuştur (Soğukdere, 2021). Sosyal bir duruma dönüşen

medyada her geçen gün kullanıcı sayılarının artması ve özgür ortamların oluşması muhtemel sonuçlar arasında yer almaktadır. Bireyler tüm bilgileri ve haberleri sosyal medya ağları ile ya duyurmakta ya da haberleri bu mecralardan edinmektedir.

İletişim kavramının tanımını yapmadan önce, sosyoloji literatüründe değerlendirildiği gibi, iletişimin en az beş farklı koşulda olduğu ortaya konulmalıdır: Kişiler arasındaki iç iletişimi, kendi benlikleri ile birlikte oluşan iç konuşmalarını göstermektedir. Kişiler arası iletişim, ünlü sosyolog Erving Goffman'ın kuramında da ortaya koyduğu gibi, yüz yüze etkileşimle aynı anlama gelir ve bu bağlamda beden dili ya da mekânsal düzenlemeler gibi konuları da içermektedir. Grup iletişimi, sosyoloji yanında psikoloji ve özellikle de sosyal psikoloji çerçevesinde, grup dinamiklerini kapsamaktadır. Günümüzde İnsan-ötesi iletişim, enformasyon toplumu ya da bilgi toplumu olarak tanımlanmaktadır. Yüksek teknoloji (bilgisayarlar, tabletler, internet, cep telefonları, ATM'ler, vb.) ile inşa edilen ve artık hayatımızda tüm etkinliğimiz ve her şeyin odak noktasını oluşturan faaliyetlerdir. (Fidan ve Şentürk, 2017).

Yeni teknolojilerin insan hayatına girmesi ve yerleşmesiyle beraber kamusal alan olgusunun daha fazla bir biçimde tartışmaya açık bir hale gelmiştir. İnternetin yaygın olarak kullanılmasıyla birlikte insanlar üzerinde sosyal medyanın da gücü giderek artmıştır. Bu gelişmeler ışığında yeni medya kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Yeni medya artık, kitle iletişiminde “enformasyon toplumu” kavramının da bir sonucu olmuştur ve insanlar arasındaki iletişimin giderek yükselmesini sağlamıştır (Toraman ve Ormanlı, 2019). İletişim ve etkileşiminin artması sınırsız sayıda insana haberlerin veya bilgilerin ulaşmasında artış göstermiştir.

Bilgisayarların işlem gücü olmadan oluşturulamayacak veya kullanılamayacak olan ortamlar olarak tanımlanan yeni medya kavramı, artık hayatımızda yüksek teknolojinin ulaştığı en son yer olan bilişim dünyasındaki

yenilikler nedeniyle günümüzde “multimedya” (çoklu ortamlar) kavramının yerini alarak değişikliğe uğramıştır. Yeni medya insanların güncel olayları aktif bir şekilde paylaşıldığı, küresel ve ulusal anlamda gerçekleşen olayların gündemi belirleyici unsur olma yolunda kullanıldığı platformlar olarak değerlendirilmektedir. Multimedya; veri, yazı, fotoğraf ve işitsel gibi farklı iletişim biçimlerini tek yapı içerisinde bir araya getiren bir platform iken; bilişim teknolojilerinin sonucu olarak yeni medya artık elektronik ortam olmaktan farklılaşarak kişilerin karşılıklı etkileşimde bulunduğu bir yayın kanalı haline gelmiştir (Dolgun, 2016).

1.2. Kaza

Sözlükte kaza kelimesinin anlamı olarak bazı farklı tanımlamalar mevcuttur: "görünür bir nedeni olmadan", "beklenmeyen", "sebepsiz davranış", "tesadüf". Bazı kültürlerde nedenlerini açıklamak için herhangi bir çaba sarf etmeksizin kazalara yalnızca "kader" diye tanımlamalar da kullanılmaktadır (Dizdar, 2001). Kaza durumları ve kaza içeriği olan tüm haberlerin sosyal medya üzerinden insanlara yansıtılması haberin gerçekliğinden uzaklaşarak istenilen amaca büründürülmeye çalışılmaktadır.

Terim olarak kazanın anlamı birçok olgunun sonucunda meydana gelmektedir. Örneğin, Meister (1987) kaza kavramını, "Sistemi veya bireyi tahrip eden veya sistemin amacının veya bireyin görevinin başarılmasını etkileyen istenmeyen olay" şeklinde tanımlanmaktadır (Dizdar, 2001). Bu ve benzeri kazaların daha fazlası sosyal medya platformlarında şekillenip süslenerek birden çok amaca hizmet ettiği görülmektedir.

2. KAZALARIN MEDYA ARACILIĞIYLA KAMUOYUNA AKTARIMI

Sosyal medya kullanan kişiler, bildikleri yahut bilmedikleri kullanıcılarla yerden ya da zamandan özerk bir şekilde kullanıcılarıyla karşılıklı ve aynı anda iletişim sağlamalarını, farklı şekil ve durumlarda veri aktarımı

sağlamalarını aynı zamanda kişilere özel sanal kimlikler oluşturmalarına olanak veren araçlar sistemini olarak adlandırılan terimdir. Geleneksel medyanın etkisindeki azalma, Yeni medyanın popülerleşmesiyle giderek artmıştır (Toraman ve Ormanlı, 2019). Geleneksel medya da kazaların kamuoyuna yansıtılması konusunda yeni medya ya nazaran daha temkinli ve güvenilir kaynaklardan yararlanmaya ve kazanın teyidini yapmaya yönelik çalışmalar izlemekteydi. Yeni medya ve sosyal medya ağlarında sınırsız kaynakların olması ve kaza haberlerin hızlı bir şekilde yayılması gündemi belirleme noktasında önemli bir yere sahiptir.

Çevrim içi oluşun kamusal alan ile beraber iletişimde bağımsız bir alanın oluşturulması ile birlikte sansür ve denetim sisteminin etkisi de büyük oranda etkisini kaybetmiştir. Elde edilen herhangi bir bilgi, her hangi bir sansür mekanizmasına tabi olmadan kişiler arasında paylaşılabilir ve bazen bu şekilde oluşan olaylarda elde edilen bilginin güvenilir mi değil mi ya da paylaşılmasının ahlaki bazı kuralları zedelemesine yol açar mı gibi sorgulamaların ortaya çıkarmıştır (Toraman ve Ormanlı, 2019). Etik kurallar evrensel insan hakları için önemlilik taşımaktadır. Beklenmedik bir şekilde gerçekleşen kazalar, özellikle bilindik kişilerin geçirmiş olduğu kazalar bir anda büyük bir kitleyi duygusal hezeyana uğratması ile karşılaşmaktadır.

Kaza veya doğal afetlerin kontrolsüz bir şekilde yayılması ve sosyal medya araçlarıyla bu durumun önüne geçilememesi beraberinde toplumsal kaosu getirmektedir. Toplumsal olayların gündem halini alması ve çeşitli manipülasyonlarda haberlerin seyri şekillenirken, oluşabilecek olumsuz etkilere yol açabilmektedir.



Resim 1: Manipülasyon (<https://www.aysetolga.com/en-etkili-8-manipulasyon-teknigi>)

Meydana gelen beklenmedik kazaların veya olayların haber olma değeri medya aracılığıyla dikkat çekici haber diliyle sunulmaktadır. Var olan durumun veya kazanın tüm dünyada gündem olması sosyal medyanın hızlı bir şekilde bilgileri yayma özelliğinden kaynaklanmaktadır. Ülkemizde de giderek yaygınlaşan sosyal medya ve internet kullanıcılarının artması ve çevrim içi kamusal alanın gücünün giderek artmasının sonucuyla beraber insanların yaşanan olayları değerlendirmesi ve haber edinme metodları da farklılaşmaya sebep olmuştur. Kamusal alanın çevrim içi ortama taşınması nedeniyle herhangi bir doğal afet ya da yardım edilmesi gereken olaylarda da çevrim içi kamusal alanın olumlu etkileri görülmektedir (Toraman ve Ormanlı, 2019). Ulusal kaynaklı kazaların kamuoyuna yansımaları geleneksel medya iletişim araçlarına nazaran sosyal medya iletişim araçlarının çok daha hızlı olduğu günümüzde, gerçekleşen kazalar veya doğal afetler anında Twitter, Instagram vb. sosyal medyalarda gündemi belirleyebilmektedir.



Resim 2: Mina Başaran Uçak Kazası (Toraman ve Ormanlı 2019)

Resim 2 de de gösterildiği üzere; Başaran Holding'e ait olan özel bir uçağın içerisinde 11 kişi ve üç mürettebatın bulunduğu kaza, 11 Mart 2018 tarihinde gerçekleşmişti. Bilinmeyen ve kaynağı belli olmayan nedenlerden dolayı İran üzerinde seyir gösterirken düştü ve içerisinde bulunan herkes hayatını kaybetti. Başaran Holdingin kızı olan Mina Başaran adlı kişinin bekarlığa vedası için organize edilen bu uçuşta genç yaşta olan Mina Başaran ve arkadaşları hayatını kaybetmiştir. Gerçekleşen kaza çok hızlı bir şekilde tüm ülke tarafından sosyal medya ve haber kanalları aracılığıyla duyuldu. Sosyal medya işlevselliği itibariyle dünya üzerinde yaşayan tüm insanlara internet aracılığıyla bu mecraları kullanma özgürlüğü sunmaktadır. Dünya üzerinde iyi insanların olduğu kadar kötü niyetli insanların da olduğu ve bütün bu popülasyonun bu sosyal medya mecralarında bulunması, gerçekleşen olaylara ve kazalara yorum yapma, tepki gösterme veya farklı bir fikir sunma avantajı sunmaktadır.

Elim bir kaza sonucunda hayatını kaybeden kişilerin aileleri aldıkları haber karşısında yasa bürünürken, sosyal medya üzerinden kaza haberinin manipüle edilerek algısal birtakım söylemler atıldığı görüldü. Mina Başaran'ın yaşamının ve olanaklarının fazla olması ve özel uçakla bekarlığa vedasına gideceği konfora sahip olması durumundan rahatsız olan kötü niyetli insanlar,

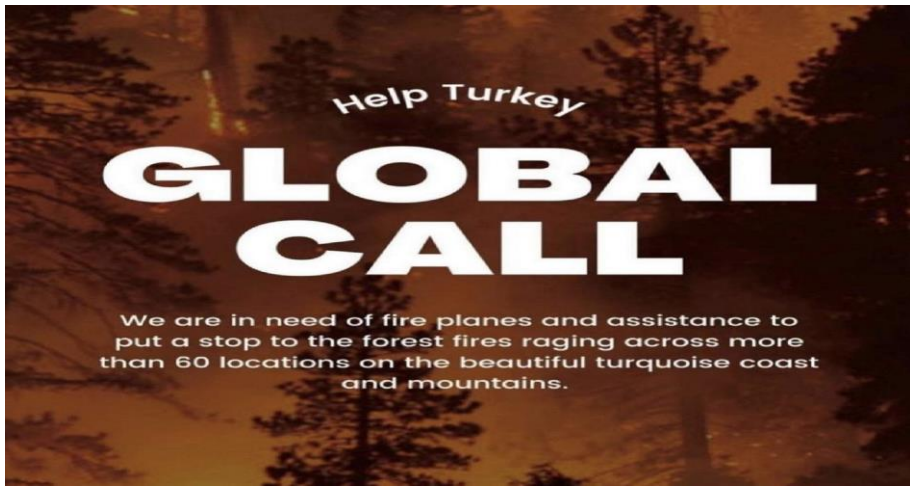
medya hesapları üzerinden olumsuz ve kötü niyetli söylemlerini hiç çekinmeden paylaşabilmektedir. Bu mevzuda hakemli bir elektronik dergide “Sosyal Medyada Siber Zorbalık Örneği: Mina Başaran” başlığı ile yayımlanan bir makalede özellikle Twitter üzerinden yayılan ve yönlendirilen nefret söylemi incelenmiştir. Kazada hayatını kaybedenlerin neredeyse büyük bir çoğunluğunun gelir düzeyi çok yüksek olan ailelerin çocukları olarak bilinmesi ve düğün öncesi bir eğlence programı için aileye ait şahsi kullanımlı bir jetle yurtdışına yolculuk etmeleri sosyal medya kullanıcılarının bazıları tarafından, neredeyse yargısız infaz edilerek Allah’ın takdiri veyahut ölmeleri hak edilen bir sonuç gibi çok anlamsız ve acımasız bir gündem olarak yanıt bulmuştur (Toraman ve Ormanlı, 2019).



Resim 3: Kobi Bryant Helikopter Kazası (<https://www.azonceoldu.com/trend-haberler/kobe-bryant-nasil-oldu-kimdir-nerede-oyyadi-twitter-kizi-kim-66918>)

Resim 3’de de gösterildiği üzere: Ünlü basketbolcu Kobe Bryant’ın beklenmedik bir helikopter kazası sonucunda ölümü sosyal medya hesaplarından hızlı bir şekilde yayıldı. Sosyal medyanın çok bir mekanizma olduğu dünya üzerinde gerçekleşen her olayı veya kazayı anında duyurmasından görülmektedir. Hayranları ve Kobe Bryant’ın arkadaşları tarafından Twitter uygulaması üzerinden çok sayıda paylaşımlar yapılarak

ailesinin ve sevenlerinin acılarını paylaştı. İnsanlar üzerinde ilk olarak düşünce sosyal medyanın asılsız haberleri fazlasıyla bünyesinde barındırdığı için bu habere inanmama üzerine oldu. İnsanlar sevdikleri hayranları olduğu kişinin ölüm haberini Twitter aracılığıyla karşılaştılar. Sık sık sosyal medya da sırf gündem olabilmek veya tıklanmak, takipçi arttırmak için paylaşım yapan kötü niyetli kişi veya kişilerin kamuoyunda oluşturduğu bu olumsuz durum Kobe Bryant ölümünde de karşılaşıldı. Sosyal medyanın bu tür kazaları gündem haline getirmesi kimi zaman bilgiye ulaşma konusunda avantaj sağlarken, olumsuz ve çıkar amaçlı insanların gerçek olmayan ölüm haberleri ile maddi amaçlar güden kişi veya kişilerin de aktif olarak kullanabildiği mecralardır.



Resim 4: Türkiye Orman Yangınları Kaynak

(<https://www.bolgegundem.com/vatandaslar-orman-yanginlariyla-mucadelede-dunyadan-destek-istiyor-helpturkey-sosya-3013307h.htm>)

Resim 4’de de gösterildiği üzere: Türkiye’de 28 Temmuz 2021 tarihinde Akdeniz ve Ege başta olmak üzere, Marmara, Karadeniz ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinin çeşitli yerlerinde ard arda sebebi belli olmayan yangınlar çıktı. İklim şartlarının verdiği olumsuz koşullarla ülkenin her yerine yayılan orman yangınlarını kontrol etmek çok fazla zorlaştı. Sosyal medya üzerinden

yapılan paylaşımlar halk üzerinde panik ve korkuya yol açarken, diğer yandan orman yangınları ile haberleri an ve an takip edilmesi durumunu ortaya çıkardı. Bu beklenmedik doğal afet kazasının kendi çıkarları doğrultusunda kullanmak isteyen kişilerin ekmeğine yağ sürerken, ülkede ve yangın bölgelerinde yaşayan insanlar üzerinde olumsuz etkiler bıraktı. İnsanları paniğe sokan paylaşımlar Instagram ve Twitter ağları üzerinden hızla yayılması bilinçli bir şekilde gerçekleşti. Shu vd. (2020) yanlış ve yalan görüntülerin ve bilgilerin servis edilmesinde kötü düşünceli sosyal medya kullanıcılarının, sosyal botların, ve ücretli olarak kasıtlı bu işi yapanların da ön plana geçip aktif olarak yönlendirdiğini; sosyal botlar ile gündemde olan bir konu ve ya olayın çok takipçili bilinen hesaplar aracılığıyla doğrulandığı gibi bir algı yaratıldığını aktarmaktadır (Kobak ve Soğukdere, 2021).

Kavaklı (2019) dijital dünyada yönlendirilmiş bir olay veya konunun güçlenmesinde filtre baloncukları ve yankı odalarının da çok yaygın olarak kullanıldığını belirtmektedir. Dijital yayıncılık uygulamalarının arka planında yapay zeka ile görev yapan filtre baloncukları, sosyal medya kullanıcılarının bu alanda harcadıkları zamanı daha da fazlalaştırmak gayesiyle o platformu kullanan kişilere makul görülen düzeyde paylaşımları göstermekte ve sosyal medya, üyelerinin birbirleriyle aynı şekilde ortak fikirde bulunan kişilerle bir arada bulunma olanağı sunarak, yüksek derecede şahsileştirilmiş yankı odalarının oluşmasına sebep olmaktadır (Kobak ve Soğukdere, 2021). Twitter ve diğer sosyal medya ağlarından Kavaklı'nın (2019) dile getirdiği söz konusu durum Türkiye'de gerçekleşen orman yangınları sırasında tam anlamıyla vuku bulmuştur. Yangınları, Türk halkına duyurmak dışında dünya ülkelerinden kampanyalarla yardım istemek ve çaresiz kalma algısı oluşturularak birçok ülke tarafından ve küresel güç anlamında Türkiye için olumsuz paylaşımlarda bulunulmuştur. Sosyal medya ağlarını etkin bir şekilde kullanan insanlar var olan haber dışında duyulması istenilen haber çerçevesine büründürerek korkunç olaylara sebep olduğu o dönemlerde görülmüştür.

3. SONUÇ

Sosyal medyanın çağımızın en çok kullanıcısı olan bir mecra olduğu yadsınamaz bir gerçektir. İnternet ve dijital alanların hız ve zamandan tasarruf ederken etik ve güvenli haberler çıkarma konusunda ve bu haberlerin bir süzgeçten geçirmesi konusunda kontrolü sağlaması oldukça güçtür. Geleneksel kitle iletişim araçlarında bilginin, kaza haberinin doğruluğu belli denetlemeden geçemeyen, teyit edilmeden paylaşılmaz iken günümüzde sosyal medya platformları ile birlikte tamamen asılsız, bazen doğru bazen yanlış, haberlerin, kazaların sonsuz bir şekilde paylaşılması doğru bilgiye ulaşma konusunda zorluklar yaşatmaktadır. Doğru olmayan bilgi/ yönlendirilmiş yayınlar sebebiyle haberlerde yer alan suçlamaların doğruluğunu öğrenmek amacıyla “gerçekliğin kontrolü- fact-checking-” ismi verilerek dijital dünyada bazı kampanyaların başlatılmış olması bir nevi insanların içini rahatlatırsa da bu konudaki çalışmaların daha kapsamlı yapılması ve bu çalışmalara daha fazla değinilmesi gerektiği düşünülmektedir (Kobak ve Soğukdere, 2021).

KAYNAKÇA

- Fidan, Şentürk, Z. Z. (2017). Sosyal Medyada İletişim ve Kadınlar Üzerine Bir Değerlendirme. İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler Fakültesi, Aksaray-Uşak, s. 64-82.
- Dizdar, M. (2001). Kaza Sebeplendirme Yaklaşımları. *Türk Tabipleri Birliği Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi*, s.26-31.
- Dolgun, U. (2016). Kitle İletişim Araçları ve Yeni Medya. Paradigma Akademi, Editors: Ali Arslan; Mustafa Çağlayandereli.
- Kobak, Soğukdere, K. Ş. (2021). Sosyal Medyadaki Dezenformasyon: 2021 Türkiye Orman Yangınları Örneği. *Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi*, 4 (2), 167-189. DOI: 10.33464/mediaaj.990600
- Soğukdere, Ş. (2021). Toplumsal Krize Dönüşen Orman Yangınlarında Sosyal Medya Üzerinden Ünlü Aktivizmi: Şahan Gökbakar Örneği. *Sakarya İletişim*, 1 (2), 242-264.
- Sungur, E. (2012). İş Kazası Haberlerinin Medya Temsili: Sorumluluk Atıflarına İlişkin Bir Analiz. https://www.academia.edu/10137136/%C4%B0%C5%9F_Kazas_%C4%B1_Haberlerinin_Medyada_Temsili_Sorumluluk_At%C4%B1lar%C4%B1na_%C4%B0li%C5%9Fkin_Bir_Analiz.
- Toraman, E. & Ormanlı, O. (2019). Bir Kamusal Alan Olarak Sosyal Medyanın Haber Etiği Bağlamında İncelenmesi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 3 (3), 192-199.

BÖLÜM 21

TURİZM İŞLETMELERİNDE STOK YÖNETİMİ

Dr. Öğr. Üyesi Okan ÇOLAK¹

¹ Harran Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Rekreasyon Yönetimi, Şanlıurfa, Türkiye. e-posta: okancolak@harran.edu.tr, Orcid: 0000-0001-7104-5853

GİRİŞ

İşletmeler üretim durması, talep fazlalığı gibi karşılaşılabilecekleri beklenmeyen durumları önlemek için üretimde kullanmak üzere ihtiyaç duydukları malzemeleri önceden tedarik ederek stoklarında bulundurmaktadırlar (Yükçü, 2014: 163). Stoklar bir taraftan üretim döngüsünün devamlılığı ve verimliliğini sağlarken, diğer taraftan arz ve talep dengesi arasında tampon görevi görmektedir (Kumar ve Suresh, 2008: 91). Stokların sağladığı bu faydalara karşın âtil bir kaynak olarak da değerlendirilmektedir (Vrat, 2014: 22). Fazla stok, depolama maliyetlerini arttırmakta ve rekabet açısından dezavantaj oluşturmaktadır (Crandall, Crandall ve Chen, 2015: 120). Bu açıdan stokların ne zaman ve ne miktarda sipariş edileceğiyle ilgili bir problem içermektedir (Sezen, 2004: 57). Özellikle yiyecek-içecek gibi ürünlerin kolay bozulabilmesi, depolama veya taşıma kazaları nedeniyle ürünlerin zarar görmesi, hırsızlık riski gibi faktörlerden dolayı stoklama önemli riskler içerdiği vurgulanmaktadır (Türk ve Şeker, 2011: 718). Dolayısıyla, asıl önemli sorunun stok bulundurmaktan ziyade stokların nasıl yönetileceği olarak ifade edilmektedir (Waters, 2003: 10-11).

Teorik olarak ve değer zinciri açısından stoklar gereksiz görülse de en verimli işletmelerde dahi tüm kalemlerde stoksuz çalışmak mümkün görülmemektedir (Hollins ve Shinkins, 2006: 181). Tüm işletmeler ihtiyaç duydukları miktarda depolarında ürün/malzeme stoklamaktadır. Örneğin; bir dükkân toptancıdan mal satın alıp müşterilerine satana kadar stokta tutarken, bir fabrika da ürün üretmek için hammadde stoklamaktadır. Ayrıca televizyon şirketleri kayıtlı program stoku bulundurmakta, çiftçiler kışın hayvanlarını beslemek için saman depolamakta, araştırma şirketleri bilgi stoklamakta, bankalar günlük işlemleri için nakit bulundurmaktadır. Bu bağlamda işletmeler hemen kullanmadığı malzemeleri stoklama yoluna gitmektedir (Waters, 2003: 3-4).

Turizm işletmelerinin türüne göre konaklama, seyahat, ulaşım, rekreasyon vb. ihtiyaç duyulan stok kalemleri ve stok bulundurma maliyetleri birbirinden farklılaşmaktadır. Özellikle konaklama işletmelerinde stoklar önemli bir oran teşkil etmektedir. Bundan sonraki bölümlerde stok ve yönetimi kavramları, stokların önemi, faydaları ve gerekliliği, stok türleri, stoklama maliyetleri ve turizm işletmelerinde stok yönetimi konularına değinilecektir.

1. STOK VE STOK YÖNETİMİ KAVRAMLARI

Stoklar, satış için stoklanmış veya satın alınan parçaların teslim alınması ile nihai ürüne dönüştürülmesi sürecinde olan veya henüz kullanılmamış malzemeler olarak açıklanmaktadır (Kumar ve Suresh, 2008: 91). Dolayısıyla stoklar hammadde, parça, nihai ürün, insan, bilgi, sarf malzeme, enerji, belge, para gibi somut ve soyut içeriklerden oluşabilmektedir (Waters, 2003: 5). Konaklama işletmelerinde stoklar (i) yiyecek ve içecek malzemeleri ve (ii) işletme malzemeleri olmak üzere iki gruptan oluşmaktadır. Yiyecek içecek malzemeleri, saklanabilir olanlar ve mutfak ambarında bir süre bekletildikten sonra tüketilenler şeklinde ikiye ayrılmaktadır. İşletme malzemeleri ise temizlik, buklet, kırtasiye, bakım-onarım gibi kalemlerden oluşmaktadır (Çetiner, 2009: 263).

Stok yönetimi ise, bir işletmede herhangi bir malzemenin doğru zamanda ve doğru miktarda stokta bulundurmak için politikaları, faaliyetleri ve prosedürleri için kararlardan oluşmaktadır (Waters, 2003: 3-4). Stok yönetimi, ürüne yönelik talep tahminleriyle uygun stok seviyesini belirlemek ile uygun fiyatla ürün tedariki için ölçek ekonomisini kullanmak üzere devam eden bir süreç olarak açıklanmaktadır (Hugos, 2003: 58). Dolayısıyla stok yönetimindeki amaç; işletme karlılığını ve piyasa değerini arttırmak üzere stoklama maliyetlerini minimuma indirecek stok seviyesini hesaplamaktır. Bu bağlamda işletme yöneticileri stok bulundurmakla elde edilecek gelirler ile stok tutmanın sebep olacağı giderler arasındaki farkın maksimizasyonuna odaklanmaktadır (Dizkırırcı, 2015: 242).

2. STOKLARIN ÖNEMİ, FAYDALARI VE GEREKLİLİĞİ

Öngörülen talebi karşılayabilmek için sistemde fiziksel stok bulundurmak gerekmektedir. Çünkü ihtiyaç duyulan malzemenin stokta bulunmaması üretimde/projelerde veya hizmet sunumunda gecikmelere yol açmaktadır (Vrat, 2014: 22). Dolayısıyla stoklar, üretim ve operasyon verimliliği ve üretkenliği açısından gerekli görülmektedir. Ayrıca stoklar teslimat süresini ve kullanım elverişliliğini de etkilediğinden üretilen/sunulan ürün ve hizmet niteliğine, müşteri memnuniyetine ve ürün/hizmetlerden algılanan değere de olumlu katkı sağlamaktadır (Waters, 2003: 10).

Stoklama taşıma, depolama, muhafaza etme, paketleme, bozulma, kayıp, sigorta, bağlı sermaye gibi birçok maliyete neden olmaktadır (Waters, 2003: 7-

8). Bu nedenle paradoks, stoklara ihtiyaç olmakla birlikte, söz konusu maliyetlerden dolayı stoklara sahip olunmak istenmemektedir (Vrat, 2014: 22). Ancak, her ne kadar stoklar atıl bir kaynak olarak değerlendirilse de, (i) işletme içi departmanlar arası ve işletme-tedarikçi arasındaki bilgi transferi, (ii) teslim süreleri ve (iii) alınan malzemelerin kalitesi üzerinde etkin bir kontrol mekanizmasına sahip olunmadığı ortamlarda stokların önemli rol oynadığı vurgulanmaktadır (Muller, 2003: 3). Dolayısıyla stoklarla ilgili önemli sorunun, stok bulundurma/bulundurmama kararı değil, tutulması gerek stokların nasıl yönetilmesi gerektiği olarak ifade edilmektedir (Waters, 2003: 10).

Stokların kontrolü ve yönetimi etkin yapıldığında, mal ve hizmetlerin zamanında teslimiyle müşteri ilişkilerinde iyileşme, sorunsuz ve kesintisiz üretim, işletme sermayesinin verimli kullanma, bozulma, eskime hasarı ve çalınma nedeniyle kayıpları en aza indirme, satın almada ekonomi, yinelenen sipariş olasılığını ortadan kaldırma gibi birçok faydası bulunmaktadır (Kumar ve Suresh, 2008: 92). İşletmelerin stok bulundurmaya gerek duyma sebepleri aşağıda ayrıntılı olarak başlıklar halinde açıklanmıştır:

2.1. Arz ve Talebi Dengelemek

Stok yönetimi, temelde arz ve talebi dengeleme üzerine kurgulanmaktadır (Scott, Lundgren ve Thompson, 2011: 10). Diğer bir ifadeyle, talepteki veya arzdeki (yenilenme döngüsündeki) değişkenlik belirsizliğine karşı korumak ve olası hammadde/malzeme tükenmesini önlemek için stoklara ihtiyaç duyulmaktadır (Lambert, Stock ve Ellram, 1998: 114). Talebi doğru bir şekilde tahmin edilemiyorsa veya talepte belirsizlikler varsa, talepteki bu değişkenliği absorbe etmek için tampon görevi görecektir ek envantere ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla talep değişkenliği arttıkça, gereken ek stok miktarı da artmaktadır. Öte yandan, yenileme döngüsü süresi (ihtiyaç duyulan malzemenin sipariş edilmesiyle tedariki arasında geçen süre) çoğu zaman gecikmeli olduğundan malzemenin siparişiyle teslimat arasında geçen süre zarfında talebi karşılamak için stok bulundurulması gerekmektedir (Vrat, 2014: 22-23).

Nihai müşterilerin ihtiyaç duyduğu/talep ettiği ürün miktarı net olarak bildirdiklerinde ve tedarikçilerden sipariş için süre verdiklerinde yönetim sürecinin çok kolay olacağı belirtilmektedir. Bunun yanında, tedarikçilerin

ihtiyaç duyulan zamanda ve istenilen miktarda teslimat yapması gerekmektedir. Ancak bu koşullar altında arz ve talep arasında tampon görevi görecektir stoklara ihtiyaç duyulmayacağı vurgulanmaktadır (Scott vd., 2011: 10). Örneğin; bir fırında (Angela's Bakery Shop), müşterilerin tam olarak ne zaman ekmek istediğini bilirse, ekmekler doğru zamanda hazır olacak şekilde pişirilmesi planlanabilir. Bu sayede, stoku ortadan kaldırma, müşterilere mümkün olan en taze ekmeği verme ve bayatlayacak artıkların kalmaması gibi avantajlara sahip olunabilir. Ancak, pratikte müşterilerin ne zaman ya da ne miktarda ekmek istedikleri tam olarak bilinmemektedir. Çözüm için örnekteki fırın ekmekleri önceden pişirip raflarında stok bulundurmaktadır. Bir diğer önemli sorun, müşterilerin az miktarda ekmek satın almasıdır. Ancak ekmek üretmenin en verimli yolu, bir seferde fırının dolu halidir. Stok, en iyi arz oranı ile gerçek talep arasındaki bu uyumsuzluğa izin vermektedir (Waters, 2003: 8).

2.2. Maliyetleri Düşürmek

Üretici/tedarikçi işletmeler toptan alımlarda fiyatlarda indirim yapmakta ve bu fiyat avantajı sebebiyle hammadde/malzemeler hemen gerekli olmasa da toplu olarak satın alınmaktadır (Kumar ve Suresh, 2008: 91). Ayrıca, bir işletme satın alma, nakliye ve üretimde ölçek ekonomisinden faydalanmak istiyorsa stoklara ihtiyaç duymaktadır. Büyük miktarda satın alımlarda indirimler sayesinde birim başına satın alma maliyetinin düşeceği, toplu sevkiyatla daha düşük nakliye maliyetine sebep olacağı belirtilmektedir (Lambert vd., 1998: 112-113). Ancak bu tasarruflara karşın uzun süre stok tutma maliyetinin tasarruftan daha yüksek olabileceğinden "tasarruf-maliyet" dengesi kurulması gerektiği vurgulanmaktadır (Lambert vd., 1998: 112-113; Muller, 2003: 4). Öte yandan, stoklar müşteriye yakın tutulduğunda maliyet düşüşü sağlandığı ifade edilmektedir. Örneğin IKEA, müşterilerine ürünlerini teslimatını hızlandırmak için mobilyalarını mağazalarda tutmaktadır. IKEA böylelikle müşterilerine nakliye maliyetini en aza indirmektedir (Scott vd., 2011: 9).

2.3. Kalite Kusurlarına Karşı Korumak

Stok bulundurmanın bir diğer önemli nedeni de kalite kusurlarına karşı korunmaktır. Hatalı bir ürün, stokta tutulduğunda hızlı bir şekilde değiştirilebilmektedir. Öte yandan, tedarik zincirinde stokta ürün

bulunmadığında ve bir ürün nakliye esnasında hasar gördüğünde, ürün değişimi için müşteriler uzun süre beklemektedir (Scott vd., 2011: 10).

2.4. Üretimi Stabilize Etmek

Stoklar, üretimi stabilize etmek içinde kullanılabilir (Scott vd., 2011: 10). Özellikle talep döngüsel veya mevsimsel ise, en yüksek dönem talebini karşılamak için zayıf talep döneminde stok oluşturmak, toplam üretim planlamasında bir strateji olarak kullanılmaktadır. Bu strateji, yılın bir bölümünde envanter ile sonuçlanmaktadır (Vrat, 2014: 23). Bu bağlamda stoklar (hammadeler ve bileşenler), stokların tükenmesi nedeniyle üretimin durması ve ihtiyaç duyulan malzeme eksikliği nedeniyle talebin karşılanamaması gibi durumları önlemek için üretime hazır halde bulundurulmaktadır (Kumar ve Suresh, 2008:s 91). Örneğin dondurmaya olan talep yaz aylarında önemli ölçüde artmaktadır. Bu talebi karşılayabilmek için yıl boyunca dondurma üretilmekte ve stokta tutulmaktadır (Scott vd., 2011: 10). Diğer bir örnekle Noel, Sevgililer Günü, Paskalya ve Anneler Günü gibi özel günlerde çikolata ürünlerinde önemli satış hacmi artışları yaşanmaktadır (Lambert vd., 1998: 113).

Ürüne olan yoğun talep dönemlerinde üretim kapasitesini artırma maliyeti yüksek olmakla birlikte, bu şekilde bir üretim anlayışı atıl kapasite ve işgücünde büyük dalgalanmalar ortaya çıkaracaktır. Öte yandan, yıl boyunca üretim çeşitli dönemlerde stoklara neden olsa da işgücünde ve üretimde istikrar yaratacak, işletme için toplamda daha düşük maliyetle üretim yapmaya olanak sağlayacaktır (Lambert vd., 1998: 113). Birçok mevsimlik ürünün üretiminde görülebilen bu yaklaşım, özellikle üretim teknolojisinin pahalı olduğu ve bu nedenle iyi bir yatırım getirisi elde etmek için yıl boyunca üretim yapılması gereken yerlerde durumlarda stoklar daha önemli olmaktadır (Scott vd., 2011: 10).

Bir ürüne olan talep yıl boyunca nispeten istikrarlı olmakla birlikte hammaddeler yalnızca yılın belirli dönemlerinde bulunabilmektedir. Konserve meyve ve sebze üreticileri örnek olarak gösterilebilir. Bu, nihai ürünlerin mevcut talebe göre üretilmesini ve stokta tutulmasını gerekli kılmaktadır (Lambert vd., 1998: 113). Öte yandan stoklar, siparişleri zamanında teslim etmeyen güvensiz tedarikçilerden, ürünün kıt olduğu dönemlerde veya düzenli

tedarik sağlamanın zor olduğu dönemlerde üretimin aksamasını önlemektedir (Muller, 2003: 3).

2.5. Fiyatı Korumak ve Değişen Piyasa Koşullarına Uyum Sağlamak

İşletmeler, malzemelerin bulunmaması veya fiyatlarda ani bir artış gibi değişen piyasa duyarlılıklarını önceden tahmin etmeli ve bu gibi beklentiler nedeniyle malzemeleri stoklamak zorundadır (Kumar ve Suresh, 2008: 92). Uygun zamanlarda belirli miktarlarda envanter satın almak, maliyet enflasyonunun etkisini önlemeye yardımcı olmaktadır. Fiyatları garanti altına almak için önceden sözleşme yapılabilmektedir. Bu açıdan satın alma ile teslimatın fiilen alınmasının aynı anda olması gerekmemektedir. Ayrıca pek çok tedarikçi, yıl boyunca tedarikini yapacağı belirli bir stok kalemini tek seferde göndermek yerine periyodik olarak teslim etmeyi tercih etmektedir (Muller, 2003: 4).

2.6. Diğer Faktörler:

İşletmelerde bazen tedarikçilerin siparişlerde minimum miktar koşulları, fiyatlardaki artış gibi enflasyonist baskılar, piyasalardaki malzeme kıtlığı, tedarikçilerin toplu alımları teşvik edici miktar indirimleri, teslimat programındaki aksamalardan kaynaklı sipariş kaybını önlemek, üretimi desteklemek ve uzmanlaşmayı sağlamak, malzemeler için ayrılan bütçenin yıl sonunda harcama arzusu gibi faktörler kaynaklı stoklar bulundurulmaktadır (Kumar ve Suresh, 2008: 91, 92; Lambert vd., 1998: 113-114; Vrat, 2014: 23).

3. STOKLARIN SINIFLANDIRILMASI

Stokların etkin bir şekilde yönetilebilmesi için çok sayıda bulunan stok kaleminin belirli kriterlere göre kategorize edilmesi gerekmektedir (Kaya, 2020: 14). Stoklar, elde veya depoda bulunan malların miktarı olarak tanımlanmakta ve ürün tedarik edilmesinden müşteri talebinin karşılanmasına kadar geçen süreçte girdi stokları (hammadde), işlemi devam eden (işlem içi) stoklar (yarı mamuller) ve çıktı stokları (bitmiş (nihai) ürünler) olarak farklılaşmaktadır (Basu ve Wright, 2008: 38; Scott vd., 2011: 9). Bu temel sınıflandırmaya göre stoklar 3'e ayrılmaktadır (Muller, 2003; 4-5; Waters, 2003: 9);

- Hammaddeler: Tedarikçilerden temin edilen ve operasyon/üretim için ihtiyaç duyulana kadar saklanan malzemeler olarak tanımlanmaktadır. Yarı mamul ve mamul üretmek için kullanılmaktadır,
- İşlemede olan ürünler: Üretim süreci devam eden tamamlanmayan ürünler olarak tanımlanmaktadır. Bu ürünlerin minimum düzeyde tutulması gerekmektedir. İş süreçlerinin devam etmesi, iş gecikmeleri, işlemler arasında uzun hareket süreleri, süreçteki ürün birikmelerinden kaynaklanmaktadır.
- Nihai ürün: müşteri sevkiyatı bekleyen tamamlanmış ürünler olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca, arz ve talep belirsizliklerine karşı korumak için kullanılabilir. (Vrat, 2014: 22).

Bazı stok kalemleri (bakım-onarım için yedek parçalar, sarf malzemeler) bu temel sınıflandırma içine girmese de operasyon/üretim faaliyetlerinin desteklenmesi için gerekli olmakla birlikte nihai ürünün bir parçasını oluşturmamaktadırlar (Waters, 2003: 9). Bazı kaynaklarda bu stok kalemleri de temel sınıflandırma içerisinde yer almaktadır (Ivanov, Tsipoulanidis ve Schönberger, 2019: 362). Öte yandan, doğrudan ürün montajına giden parça stokları da temel sınıflandırma da yer alabilmektedir (Vrat, 2014: 22).

- Bakım-onarım-çalıştırma için yedek parça stokları: makine ve süreçleri üretken tutmak için gerekli öğeler olarak kabul edilmektedir (Ivanov vd., 2019: 362).
- Sarf (tüketim) malzeme stokları ise işlerin devam etmesini sağlayan (kırtasiye, temizlik ürünleri vb.) ürünler olarak açıklanmaktadır (Waters, 2003: 9).

Stoklar, biriktirme nedenlerine göre de sınıflandırılabilir. Stok kategorileri arasında döngü stoku, geçiş halindeki (transit/nakliye) stoklar, güvenlik veya tampon stoku, spekülasyon stok, mevsimsel stok ve ölü stok yer almaktadır (Lambert vd., 1998: 116).

3.1. Döngü Stoku

Günlük talebi karşılamak için gerekli olan normal stoktur (Scott vd., 2011: 11). Diğer bir ifadeyle, satılan veya kullanılan stokun yenilenmesinden kaynaklı stoklardır. Talep kesin olarak tahmin edilebildiğinde ve teslimat sürelerinde aksama olmadığından döngü stokları haricinde stoka ihtiyaç

duyulmamaktadır. Örneğin, bir ürünün günlük satış miktarı sabitse (örneğin 20 birim) ve teslim süresi her zamanı aynı ise (örneğin 10 gün) ek stoklara gerek kalmamaktadır (Lambert vd., 1998: 116). Döngü stokları yenilenmesinde büyük miktarda sipariş verilmesi sayesinde ölçek ekonomisinden faydalanılarak indirim ve kurulum, taşıma, nakliye maliyetlerinden tasarruf edilmektedir (Frazelle, 2002: 94). Bununla birlikte, büyük miktardaki stokları saklama ve sigortama maliyetleri de artmaktadır. Bu yüzden, tasarruf-maliyet dengesinin yakalanması gerekmektedir (Hugos, 2003: 12).

3.2. Güvenlik Stoku

Ürüne olan talep tahmin hatalarına ve tedarikçilerin teslimatla ilgili muhtemel gecikmelere karşı tampon görevi görmektedir (Scott vd., 2011: 11). Diğer bir ifadeyle, acil durumlar için tutulan bir malzeme rezervidir (Waters, 2003: 9). Örneğin; hava şartlarına göre dondurma, alkollü/alkolsüz içecek tüketimi değişiklik gösterebildiğinden, bir perakendeci teslimat süresinden emin olamadığında güvenlik stoku bulundurabilmektedir (Sadler, 2007: 48). Talepteki belirsizlik ve teslimat sürelerindeki gecikmeler kaynaklı sipariş döngüsündeki değişkenlik güvenlik stokuna neden olmaktadır. Diğer bir ifadeyle, tedarik zincirindeki belirsizlik ne kadar yüksekse, gerekli olan güvenlik stok seviyesi o kadar yüksek olmaktadır (Hugos, 2003: 62-64). Güvenlik stoku, maliyetli olduğundan yöneticiler talebi daha doğru tahmin etmek ve tutarlı teslimat yapan güvenilir tedarikçiyle anlaşarak güvenlik stokunu azaltıcı girişimlerde bulunmaktadırlar (Lambert vd., 1998: 116-118). Güvenlik stoku sayesinde, daha az satış kaybı ve daha fazla müşteri memnuniyeti sağlanmaktadır (Frazelle, 2002: 94). Güvenlik stokunda, fazladan stok bulundurma maliyeti ile yetersiz stok nedeniyle satış kaybetme maliyetleri arasında tercih yapılması gerekmektedir (Hugos, 2003: 12-13).

3.3. Mevsimsel Stok

Talepteki mevsimsel değişiklikler nedeniyle istikrarlı operasyon sürdürmek için kullanılmaktadır (Waters, 2003: 10). Bu stok, yılın belirli bir döneminde artan satış hacimlerini karşılamak için önceden oluşturulmaktadır (Scott vd., 2011: 11). Bu yüzden spekülasyon stok türü olarak nitelendirilmektedir. Özellikle tarımsal ürünlerde (domates-biber salçası), tekstil ürünlerinde (kış/yaz sezon), eğitim dönemlerinde (kırtasiye malzemeleri) daha yoğun şekilde görülmektedir (Lambert vd., 1998: 119).

Mevsimsel stoklar, sabit miktarda üretim kapasitesine sahip işletme veya tedarik zinciri, gelecekteki talebi tahmin ederek ürün üretme ve stoklama kararında gerçekleşmektedir. Üreticinin üretim kapasitesini artırması pahalıysa, kapasite sabit olarak kabul edilmektedir. Mevsimsel stok yönetimi, doğru talep tahminini gerektirmekte, aksi taktirde ölü (eskimiş) stok ve stok bulundurma maliyetleri artmaktadır. Ayrıca bu stokların yönetiminde, tedarik zincirindeki üyelerin bu ürünleri önceden depolamalarına ikna etmek için fiyat teşvikleri sunmaları gerekmektedir. Mevsimsel stokun oluşturmanın alternatifi, olası talep artışların arzın hızla değiştirilebileceği esnek üretim tesislerine yatırım yapmaktır. Bu durumda, stok bulundurma maliyeti ile daha esnek üretim kapasitesine sahip olma arasında tercih yapılmasını gerektirmektedir (Hugos, 2003: 13, 62).

3.4. Transit/Nakliyat (Taşıma) Stoku

Teslimat sürecinde taşınan malzeme stoku olarak açıklanmaktadır (Waters, 2003: 10). Bu stoklar, bir ürünün veya bir malın uzun mesafelere dağıtımından kaynaklanmaktadır. Bu stoklar, tedarik zincirinin daha hızlı hareket etmesini sağlayarak azaltılabilmektedir (Vrat, 2014: 23).

3.5. Spekülatif Stok

Fiyat artışlarına karşı koruma sağlamak veya grev, doğal afet gibi nedenlerle malzeme kıtlığına karşı sigorta olarak tutulmaktadır (Frazelle, 2002: 94; Scott vd., 2011: 11). Örneğin, öngörülen fiyat artışı veya malzeme kıtlığı nedeniyle miktar indirimi almak veya grev olasılığına karşı koruma sağlamak için malzemeler gerekenden daha büyük hacimlerde satın alınabilmektedir (Lambert vd., 1998: 118-119).

3.6. Ölü (Eskimiş) Stok

Bu stokları, piyasadaki tüketiciler artık kullanmamakta veya satın almamaktadır (Scott vd., 2011: 11). Diğer bir ifadeyle ölü stok, belirli bir süre için talep kaydedilmemiş kalemleri ifade etmektedir. Bazı şirketler (J. C. Whitney Company) üretilmeyen otomobil parçalarını düşük hacim, yüksek kâr marjıyla yüksek fiyatla satabilmektedir (Lambert vd., 1998: 120).

3.7. Diğer Stoklar

Bu sınıflandırmaların dışında çeşitli promosyon ve reklam kampanyası öncesinde tutulan “promosyon stokları” (Scott vd., 2011: 11); perakende

işletmelerin müşterilere yeterli çeşitte ürün sunabilmek için tuttıkları “market stokları” (Sadler, 2007: 48); üretimi daha verimli kılmak üzere tutulan verimli üretim stoku veya ürünü daha düşük fiyatlarla tedarik etmek için verimli tedarik stoku gibi sınıflandırmalarda yapılmaktadır (Frazelle, 2002: 94).

4. STOK MALİYETLERİ

İşletmeler, büyük miktarda stok bulundurarak müşteri talebindeki dalgalanmaları daha kolay tepki vermekte ve kısa vadede operasyonel sorunları gizlemektedirler. Ancak, stok bulundurmanın gerek depolama gerekse nakit akışı açısından maliyetli ve riskli olduğu, yüksek düzeyde verimlilik elde etmek için stok seviyesini optimize ederek stok maliyetini mümkün olduğunca düşük tutulması gerektiği vurgulanmaktadır (Basu ve Wright, 2008: 97; Hugos, 2003: 12).

Stok yönetiminde karar alınırken “ne miktarda” ve “ne zaman” soruları göz önünde bulundurularak yanıt aranmaktadır. Stok miktarlarının hesaplanmasında; sipariş maliyetleri (sabit), stok bulundurma/elde tutma maliyeti (değişken), kurulum maliyetleri (sabit) ve stok eksikliği/stok tükenmesi maliyeti (değişken) olmak üzere dört tür maliyet dikkate alınmaktadır (Ivanov vd., 2019: 363). Öte yandan, stokların finansal açıdan (sermaye faiz geliri/faiz gideri, sermaye fırsat maliyeti) ve risk açısından (hasar, kayıp, hırsızlık, eskime vb.) birçok maliyete neden olmaktadır (Basu ve Wright, 2008: 96). Dolayısıyla, stokla ilgili maliyetler altı alt başlık altında detaylandırılmıştır:

4.1. Sipariş Maliyetleri

Stokların tedariki veya yenilemek için satın alma emrinin oluşturulmasıyla başlayan ve ortaya çıkan çabaların maliyeti ile yapılan harcamaların toplamı olarak ifade edilmektedir (Vrat, 2014: 26). Sipariş maliyetleri, eksilen ve ihtiyaç duyulan malzemelerin sipariş verilmesi ve teslim alınması ile ilgili maliyetleri kapsamaktadır (Ivanov vd., 2019: 363). Bu maliyetler, satın alma personelinin maaşları, kira ve diğer genel giderleri içermektedir. Daha küçük miktarlarda sık satın almalar, satın alma maliyetlerini arttırırken; daha büyük miktarda seyrek satın almalar, yüksek düzeyde stoklara sebebiyet verdiği için stok bulundurma maliyetleri artmaktadır. Dengeyi sağlamak zor olsa da en düşük maliyetle doğru miktarda ürün elde etmek için işletmeler çaba harcamaktadırlar (Muller, 2003: 116). Öte yandan, ürün

çeşitliliği ve talepteki dalgalanmalar gibi piyasadaki belirsizlikler arttıkça sipariş maliyetleri artmaktadır (Ivanov vd., 2019: 363). Satın alma ve teslim esnasındaki bazı hatalar yüksek maliyetlere neden olabilmektedir. Tedarik kaynaklı hatalar; eksik/fazla ya da yanlış malzeme siparişinde bulunmak, fiyat araştırması yapılmaması, nitelik, tür, tip vb. bakımından sipariş şartnamelerinin oluşturulmaması, tedarikçilerle zayıf ilişki, bütçe eksikliği, fatura ve ödemelerde denetim eksikliği, tedarikçi-satın alma görevlisi çıkar anlaşmaları, teslim almaya görevlisinin hırsızlık yapması şeklinde sıralanmaktadır. Teslim almayla ilgili hatalar ise; fiyat, nitelik ve nicelik bakımından denetim eksikliği, teslim alma yöntemleriyle ilgili prosedür/yönerge eksikliği, niteliği uygun olmayan ürünleri iadesi veya imhası için mali çözümler içeren sistem eksikliği, ölçüm, kayıt ve denetim eksiklikleri, teslim alma koşulları ve depolamada gecikmeler olarak sıralanmaktadır (Usal ve Kurgun, 2006: 183-184).

4.2. Stok Bulundurma/Elde Tutma Maliyeti

Belirli bir süre boyunca bir malzeme birimini elde tutmanın veya bulundurmanın tahmini maliyeti olarak tanımlanmaktadır (Vrat, 2014: 25). Bu maliyetler; operasyon maliyetleri, işçilik maliyetleri ve malzeme elde tutma maliyetlerini içermekte ve işletmenin türü, konumu ve finansal risklere bağlı olarak önemli ölçüde değişmektedir (Ivanov vd., 2019: 363). Depolama alanları (binalar, raflar, soğuk hava depoları, tehlikeli malzemelerin güvenli depolanması için özel depolar), istifleme, ambalaj, paketleme gibi operasyonel işlemlerde kullanılan özel ekipmanlar, personel ücretleri bu maliyetlere örnek gösterilebilir (Basu ve Wright, 2008: 97). Stok bulundurma maliyeti, sipariş miktarına bağlı olarak artmakla birlikte, ürün fiyatının %15'inin üzerinde ve hattı bazı stok kalemlerinde %40'ın üzerinde gerçekleşebilmektedir (Ivanov vd., 2019: 363). Sipariş sıklığı azaltılarak, stok bulundurma maliyetleri azaltılabilir. Ancak, yukarıda belirtildiği üzere bu seferde sipariş maliyetleri artacağından denge sağlanması gerekmektedir (Muller, 2003: 40). Ayrıca teslimat süreleri azaltılarak, tedarikçi güven belirsizliği azaltılarak, arz ve talep belirsizliği azaltılarak stoklarda azaltma sağlanabilir (Scott vd., 2011: 16). Öte yandan, stokların depolanması ve transferdeki bazı hatalar yüksek maliyetlere neden olabilmektedir. Depolama ile ilgili hatalar; uygunsuz yerleştirme (örneğin; yağ, yumurta ve sütün peynir ve balığın yanına konması), yanlış ısı ve nem ortamı, günlük kontrol eksikliği, kuru ve soğuk hava depolarında

koşulların elverişsiz olması, hırsızlık, kayıtların düzgün tutulmaması ve uyuşmazlıklar, depolama ve giriş-çıkışında yetki ve sorumluluğun dağılması şeklinde sıralanmaktadır. Transfer ile ilgili hatalar ise; depodan yapılan talep ve çıkışlardaki otorite ve denetim eksikliği, çıkış kayıt ve fiyatlamadaki eksiklikler, kontrolsüz çıkışlar olarak sıralanmaktadır (Uşal ve Kurgun, 2006: 184).

4.3. Kurulum Maliyetleri

Üretimde duraksamaları önlemek ve zaman alan kurulumlardan kaçınmak için büyük miktarda stoklara ihtiyaç duyulmaktadır (Axsater, 2006: 1-2). Kurulum maliyetleri, makineleri üretime hazırlama maliyetleri veya sipariş edilen bir malzemenin/hamaddenin üretim sürecine alma maliyeti olarak açıklanmaktadır. Ürün çeşitliliği ve piyasadaki belirsizlikler arttıkça kurulum maliyetleri de artmaktadır (Ivanov vd., 2019: 363). Bazı otomotiv işletmeleri, üretim programlarını kesintiye uğrayarak müşteri planlarının aksamaması ve parça eksikliği nedeniyle montaj hatlarının durmaması için düşük değerli ürünleri havayoluyla taşımak suretiyle temin edebilmektedir (Muckstadt ve Sapra, 2010: 14).

4.4. Stok Eksikliği/Stok Tükenmesi Maliyeti

Talep edilen veya ihtiyaç duyulan ürün yokluğundan kaynaklanan kayıp müşteri sipariş maliyetleri ve itibar kaybı maliyetleri olarak tanımlanmaktadır (Ivanov vd., 2019: 363). Stokun bulunmama maliyeti, böyle bir durumda ortaya çıkan sonuçlara göre değişmektedir. Örneğin, müşteri kaybı yaşandığında kayıp satışların fırsat maliyeti olacaktır. Talep gecikmeye devam ederse ceza maliyeti (varsa), itibar kaybı, üretim maliyeti veya proje gecikmeleri vb. olacaktır. Eksiklik maliyetini tahmin etmek, stok bulundurma maliyetinden nispeten daha zor olsa da yaklaşık bir tahmin yapılması bu tür maliyetleri tamamen göz ardı etmekten daha makul olacağı belirtilmektedir (Vrat, 2014: 25).

4.5. Finansal Maliyetler

Stoklara yatırılan sermayenin başka bir yatırım aracı olarak kullanılabilmesiyle ilgili fırsat maliyeti (faiz geliri), stokları tedarikinde yapılan ödemek için finansal borçlanma sonucu faiz giderleri ve sigorta gibi giderlerden oluşmaktadır (Basu ve Wright, 2008: 97). Sonuçta aşırı stok seviyesine bağlı olarak işletme karlılığı gerek sigorta (yangın, hırsızlık vb.), faiz gibi

maliyetlerle azalmakta gerekse stoklara yatırılan sermayenin daha üretken varlıklara yatırım yapma fırsatı kaybedilmektedir. Bu yüzden nerdeyse tüm işletmeler aşırı stok tutmanın hiçbir katma değer sağlamadığını kabul etmektedir. Dolayısıyla işletmeler, stoklara yapılan yatırım karşısından hangi getiri oranını feda ettiğini düşünmesi gerekmektedir (Lambert vd., 1998: 148-157).

4.6. Risk Maliyetleri

Kolay bozulabilir malların çabuk bozulması, depolama veya mal taşıma kazaları nedeniyle ürünlerin zarar görmesi ve malların çalınması gibi faktörlerden dolayı stoklama önemli riskler içermektedir (Türk ve Şeker, 2011: 718). Bunun yanında stoklar, moda değişiklikleri (stil, renk vb.), yeni teknolojiye bağlı eskime veya güncelliğini yitirme gibi eskimeyle ilgili risklerde barındırmaktadır (Basu ve Wright, 2008: 97). Eskime maliyeti, ürünün normal fiyattan satılamayacağından indirimli satış fiyattan satılması sonucu arasındaki fark tutarı olarak tanımlanmaktadır. Kayıp/hırsızlık maliyetleri, personel kaynaklı olabileceği gibi stok kayıtlarının düzgün tutulmaması, müşteriye yanlış ürün gönderilmesi veya miktarların gönderilmesinden kaynaklanmaktadır. Ayrıca, stoktaki eskimeyi ve fiyat düşüşlerini önlemek için stoklara iyi satılan yerlere aktarılabilir. Ek nakliye masraflarına neden olan bu durum, aşırı stok kaynaklı olduğundan yeniden konumlandırma maliyeti alt başlığıyla risk maliyetleri içerisinde yer almaktadır (Lambert vd., 1998: 159-160).

5. TURİZM İŞLETMELERİNDE STOK YÖNETİMİ

Stok yönetiminde amaç stok bulundurma ile bulundurmama maliyetlerini dengelemektir. Stok yönetim politikası ile stok miktarı, sipariş sıklığı veya üretim kararı verilmektedir. Stok kontrol problemlerinde amaç toplam maliyeti minimize edecek veya toplam kârı maksimize edecek sipariş ve üretim miktarına ve zamanına karar verilmesidir (Algburi, Eroğlu ve Sulak, 2019: 12). Öte yandan Stok yönetiminde iç siparişleri karşılama süresi, malların stok devir hızı, risk yönetimi için en az stok seviyesinin belirlenmesi ve gerekli durumlarda anında kullanıma verilmesi önemlidir (Türk ve Şeker, 2011: 718).

Stoklar tampon bölge görevi görmektedir. Stok tutma, iş sürecindeki belirli sorunlar çözülene kadar, örneğin belirli malzemeleri daha uzun bir süre boyunca tedarik edememe gibi, üretimdeki alt süreçlerin kesintisiz akışını

sağlamaktadır (Dadić, Ribarić ve Vlahov, 2020: 79-80). İşletmelerde aşırı stok depoların gereksiz yer işgali ve bozulma/kırılma gibi sonuçlar doğurmaktadır (Ayaz ve Akay, 2016: 31). Ayrıca büyük stoklar, bir işletme için büyük bir maddi varlığı temsil etmektedir. Ancak bir işletmenin amacı çok büyük stoklar tutmak değil, üretim sürecinin kesintisiz işlenmesini sağlayacak büyüklükte stoklar tutmaktır. Çok düşük stok seviyesi, hizmet üretim sürecinde aksamalara neden olabilmekte, müşteri memnuniyetsizliği yaratabilmekte ve potansiyel satışların kaybedilmesine neden olabilmektedir. Öte yandan yüksek seviyedeki stoklar, stok tutma maliyetlerinin artmasına ve stok devir hızının azalmasına neden olabilmekte ve sonuç olarak daha düşük kâr marjlarına yol açmaktadır. Stok tutma maliyetleri, stok tedarik maliyetleri ve depolama maliyetleri hesaplanarak elde edilen bilgiler, stok kararıyla ilgili gelecek iş dönemleri için planlama sürecini kolaylaştırmaktadır (Dadić vd., 2020: 79-80).

Stok yönetimi aynı zamanda malların tedarik süresi, varlık yönetimi, stok taşıma maliyetleri, gelecekteki stokların fiyat tahmini, stoklar için kullanılabilir alan, talep tahmini ve çok daha fazlası arasında temel bağlantıların kurulmasını da içermektedir. Bu rekabet halindeki gereksinimleri dengeleyerek, bir işletme en uygun stok seviyesini keşfedebilmektedir. Stok yönetimi işletme genişledikçe ve büyüdükçe değişmesi ve uyum sağlaması gerekeceğinden dinamik bir süreci kapsamaktadır (Putra ve Yudoko, 2013: 193).

Turizm endüstrisi içerisinde yer alan işletmeler açısından; konaklama işletmelerinde, kat hizmetleri bölümü için departmanın ihtiyaç duyduğu araç-gereçler, temizlik malzemeleri, önbüro, pazarlama, insan kaynakları, muhasebe gibi bölümler için kırtasiye malzemeleri, yiyecek-içecek bölümleri için dayanıklı ve dayanıksız yiyecek ve içecek ürünleri, ofis programları gibi kalemlere ihtiyaç duyulmaktadır. Seyahat işletmelerinde; temizlik, kırtasiye malzemeleri, harita, hediyelik eşya, transfer formları ve araç-gereçleri gibi kalemler satın alınmaktadır. Yiyecek-içecek işletmelerinde; alkollü/alkolsüz içecekler, sebze, meyve, bakliyat, konserve vb. gıdalar, temizlik malzemeleri, kırtasiye malzemelerine ihtiyaç duyulmaktadır. Ulaştırma işletmelerinde; temizlik ve kırtasiye malzemeleri temin edilmektedir. Rekreasyon işletmelerinde ise; spor ve boş zaman etkinliğini arttırmak üzere araç-gereçler, temizlik ve kırtasiye malzemeleri gibi kalemlerin satın alınmasına gerek duyulmaktadır (Ayaz ve Akay, 2016: 27-28).

Turizm endüstrisi içinde stoklar konaklama işletmelerinde önemli bir oran teşkil etmektedir. Bir konaklama işletmesinde stok yönetimi performansı, en az satın alma ve stok tutma maliyetlerine maruz kalırken, hizmet üretim süreçlerinin normal seyrini sağlayacak bir seviyede stok tutma kabiliyeti ile belirlenmektedir (Dadić vd., 2020: 79). Birçok konaklama işletmesi maliyetleri düşük tutmak üzere yılda bir kez topluca alım yapmaktadır. Bu durum ilk başta normal olarak görünse de stok bulundurma maliyetini büyük ölçüde arttırmaktadır. Bu nedenle, konaklama işletmelerinin stok bulundurma maliyetini göz önüne alarak, ihtiyaca uygun olarak stok bulundurmaya gitmeleri gerekmektedir (Yıldırım, 2006: 168). Ayrıca konaklama işletmelerinde talep esnekliği yüksek olduğundan uzun vadeli ve kesin miktarlarla bir satın alma uygulamasının riskli olduğu bunun yerine esnek sözleşme veya talebe göre esneklik sağlayan bir tedarikçi-işletme ilişkisi kurulması gerektiği vurgulanmaktadır (Türkay, Şengül ve Ocak, 2016: 29).

Stok bulundurmama işletmede beklenmedik maliyetlere neden olabilmektedir. Stokların tükenmesi sonucunda talebin karşılanmaması veya ileri bir tarihe alınması, işletmenin bazı giderlere katlanmasını neden olmaktadır. Konaklama işletmeleri için bu durum hizmetin aksamasına, müşterilerin memnun edilmemelerine ve satış kaybına neden olmaktadır. Konaklama işletmelerinde satış ileriki bir tarihe ertelenemediğinden satış kaybı maliyeti telafi edilememektedir. Örneğin, müşterinin gece saat 23.00'da istediği içecek talebinin, ertesi gün sabah saat 10.00'da karşılanması mümkün değildir (Yıldırım, 2006: 169-170). Müşterilerin memnuniyetsizliği sonucu işletmenin maruz kaldığı itibar kaybı gibi fiktif maliyetler de oluşmaktadır (Özenci ve Cunbul, 1998: 18-19). Bu tür maliyetler yıllara göre satış rakamları ve fiili iptaller dikkate alınarak hesaplama yapılabilmektedir (Yükçü, 2007: 554). Öte yandan, hatalı üründen kaynaklı itibar kaybını en aza indirmek, işletme imajını ve itibarını yenilemek üzere pazarlama faaliyetleriyle ilgili yeni maliyetlerde oluşabilmektedir (Blocher, Stout ve Cokins, 2010: 761). Otel işletmeleri imaj kaybının minimum seviyeye indirmek ve kusur olduğunda düzeltilebilmek adına indirim yapma gibi promosyon yöntemlerine başvurabilmektedir. Bu da işletmede gelir kaybı ile sonuçlanmaktadır (Şahin, 2012: 101).

Turizm işletmelerinde stok yönetiminde tam zamanında üretim (TZÜ) yaklaşımını da benimseyebilirler. TZÜ, işletmenin üretimde ihtiyaç duyduğu

ürünleri hemen üretime sokarak atıksız ve yüksek kalitede üretim gerçekleştirmesi, üretim sonrasında yine bekletmeden teslim etmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Baykoç, Abacı ve Duyar, 2002: 140). Bu yöntemle bölüm yöneticileri kolay bozulabilecek malzemelerin bozulma sürelerine göre sipariş ederek olası bir bozulma riskinin önüne geçebilmekte ve atık oluşumu engelleyebilmektedir. Ayrıca, birbirine ikame olan malzemeler belirli dönemlerde fayda/maliyet analizlerine tabi tutularak daha kaliteli ve daha az maliyetli çıktı alınabilmektedir. Böylece işletme, maliyetlerde fayda sağlarken, kaliteden taviz verilmemekte ve müşteriler de memnun edilmektedir. Ayrıca otel işletmelerinin sundukları yiyecek ve içeceklerin taze olması, düzgün servis edilmesi, hijyenik olması gibi sorumlulukları bulunmakta, bu sorumluluklarla ilgili yaşanacak sıkıntı işletmeyi zor durumda bırakabilmektedir (Şahin, 2012: 91-92-101). Örneğin; otel işletmelerinde işletme kaynaklı sağlık sorunları, vaat edilen hizmeti bulamayan müşterilerin şikâyetleri nedenleriyle seyahat acenteleri otel işletmesi ile yapılan anlaşma çerçevesinde reklamasyon faturası kesebilmekte bu da işletmeye ek maliyet olarak yansımaktadır.

Turizm işletmeleri açısından depolamada en fazla önem verilmesi gereken kalemler kolay bozulabilir özelliğinden dolayı yiyecek ve içeceklerdir (Ayaz ve Akay, 2016: 30). Yiyecek-içecek ürünlerinde malzemelerin çabuk bozulabilmesi nedeniyle bu ürünlerde stok devir hızı yüksek olmaktadır. Stokta bekleme süresi uzadığında ürünlerin renk ve görünüşünde bozulma meydana gelebilmekte ve bakteri üreyebilmektedir. Öte yandan, bazı yiyeceklerin reçetesinde çok sayıda türde malzeme içermesi ve kalemlerdeki fiyat değişiklikleri kontrolü zorlaştırmaktadır. Ayrıca, gün ve saate göre talep yoğunluğundaki değişimler ihtiyaç duyulan malzemenin sürekli hazır bulundurulması gerektirebilmektedir. Bu faktörlerin haricinde, yemeklerin hazırlanmasından sonra bazı atık malzemeler tekrar kullanılabilir. Potansiyel müşteri talebine göre hazırlanan yemekler tahmin edildiği kadar tüketilmeyebilmekte veya tadında görülen bozulmalar farklı şekilde kullanılmasına neden olabilmektedir (Türksoy, 2002: 230-231). Örneğin; artan ve bayatlayan ekmekler fırınlanarak galeta unu olarak şnitzel ve köfte yapımında, artan pilavlar kadınbudu köfte ve çorbalarda, kimi sebze içleri mücver domates içleri ise soslarda, pişmiş etler özel şef salatalarında, servis edilmeyen yemekler de uygun koşullarda muhafaza edilip yeni yemek şeklinde servis edilebilmektedir. Özellikle yiyeceklerde kayıp ve fireleri de dikkate

almak gerekmektedir. Örneğin; klasik anlayışla yapılan bir hazırlık işleminde soyma işleminde olması gereken %10'luk fire kaybı %45'lere kadar çıkabilmektedir. Bunun dışında uygun depolama koşulları, pişirme esnasındaki dikkatsizlikler (yanma) gibi nedenler oluşan bu kayıplarda önemlidir (Altınel, 2011, s. 175-178). Diğer bir önemli husus hırsızlık, zayi vb. sebeplerle oluşan malzeme açıkları maliyetidir. Bu maliyetlerin ölçüsü envanter sonuçlarının incelenmesinde bulunabilmektedir (Özenci ve Cunbul, 1998: 16). Zira, otel işletmelerinde ay sonlarında özellikle yiyecek-içecek ve temizlik ürünlerinin envanter sayımları yapılmakta ve bu açıklar tespit edilmektedir. Dolayısıyla yiyecek-içecek stok kararlarında ürünlerin kayıp, fire, hırsızlık, zayi ve tekrar kullanılma durumlarını da dikkate almak gerekmektedir. İşletme dışındaki bazı faktörlerde stok kontrolünü etkileyebilmektedir. Enflasyonist ortamdaki fiyat artışları, arz ve talep miktarındaki değişiklikler, tüketim eğilimlerindeki değişimler (vegan, vejetaryen, sağlıkla ilgili un, şeker vb. tüketim hakkındaki düşünceler) kontrolü zorlaştırmaktadır (Türksoy, 2002: 230). Bu bağlamda işletme içi ve dışı tüm faktörlere göre bir stok yönetim kararının verilmesi gerekmektedir.

Turizm işletmelerinde satın alma miktarını belirlerken birçok yöntem kullanılabilir. Bu yöntemler; sabit sipariş miktarı yöntemi, ekonomik sipariş miktarı yöntemi, talep kadar sipariş modeli, periyodik sipariş miktarı modeli, en düşük birim maliyeti modeli, parça periyot algoritması, Silver-Meal sezgisel yöntemi ve Wagner Whitin yöntemi şeklinde sıralanmaktadır. Talep miktarı net tahmin edildiğinde ve talep hızı değişmediğinde eşit periyotlarla sabit sipariş miktarı modeli uygulanabilmektedir. Ekonomik sipariş miktarı yönteminde, sipariş sıklığının yaratacağı maliyet ile stok bulundurma maliyeti arasından optimum nokta bulunmaya çalışılmaktadır. Özellikle maliyeti yüksek ve pahalı ürünlerde talep kadar sipariş modeli daha uygun görülmektedir. Ayrıca sipariş maliyetinin yüksek olduğu durumlarda belirli periyodik aralıklarla sipariş verilebilmektedir. Öte yandan birim sipariş ve stoklama maliyeti en düşük olduğu miktarda satın almayı öngören en düşük birim modeli kullanılan diğer bir yöntemdir. Parça periyot algoritması modelinde, değiş talep miktarlarına göre sipariş miktarı en ekonomik değerde tek siparişte toplanmaya çalışılmaktadır. Silver-Meal sezgisel yöntem, parti büyüklüğü probleminin çözümü için geliştirilen bir modeldir. Wagner-Whitin yöntemi ise, konaklama işletmeleri için en elverişli yöntem olup tüm seçenekleri ve periyot dönemlerini

dikkate alarak sipariş ve stok maliyetlerini en düşük seviyeye indirmeye çalışılmaktadır (Türkey vd., 2016: 32-35).

6. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Stoklar, üretim ve operasyon verimliliği ve üretkenliği açısından gereklidir. Ayrıca stoklar teslimat süresini ve kullanım elverişliliğini de etkilediğinden üretilen/sunulan ürün ve hizmet niteliğine, müşteri memnuniyetine ve ürün/hizmetlerden algılanan değere de olumlu katkı sağlamaktadır. Stok yönetimindeki amaç; işletme karlılığını ve piyasa değerini arttırmak üzere stoklama maliyetlerini minimuma indirecek stok seviyesini hesaplamaktır. Bu bağlamda işletme yöneticileri stok bulundurma ile elde edilecek gelirler ile stok tutmanın sebep olacağı giderler arasındaki farkın maksimizasyonuna odaklanmaktadır.

Stokların talepteki veya arzdaki (yenilenme döngüsündeki) değişkenlik belirsizliğine karşı korumak ve olası hammadde/malzeme tükenmesini önleme, toptan alımlarda fiyatlarda indirim sağlayarak maliyetleri düşürme, hatalı bir ürünü yenisiyle değiştirerek kalite kusurlarına karşı koruma, üretimi stabilize etme, malzeme kıtlığı, satış kaybı, enflasyonist baskı gibi öngörülme-yen koşullara karşı koruma gibi önemli faydaları bulunmaktadır. Stok yönetimi karar alınırken “ne miktarda” ve “ne zaman” sorularına yanıt aranmaktadır. Stok miktarları hesaplanırken; sipariş maliyetleri, stok bulundurma maliyeti, kurulum maliyeti, stok eksikliği/stok tükenme maliyeti, finansal maliyeti (sermaye faiz geliri/faiz gideri, sermaye fırsat maliyeti) ve risk maliyetini (hasar, kayıp, hırsızlık, eskime vb.) gibi tüm maliyet kalemlerini dikkate almak gerekmektedir.

Turizm endüstrisinde yer alan işletme türleri açısından farklı stok kalemleri olmakla birlikte özellikle konaklama işletmelerinde önemli bir oran teşkil etmektedir. Birçok konaklama işletmesi maliyetleri düşük tutmak üzere yılda bir kez topluca alım yapsa da bu durum stok bulundurma maliyetini önemli ölçüde arttırmaktadır. Ayrıca konaklama işletmelerinde talep esnekliği yüksek olduğundan uzun vadeli ve kesin miktarlarla bir satın alma uygulamasının riskli olduğu bunun yerine esnek sözleşme veya talebe göre esneklik sağlayan bir tedarikçi-işletme ilişkisi kurulması gerekmektedir. Öte yandan turizm işletmelerinde satış ileriki bir tarihe ertelenemediğinden satış

kayıbı maliyeti telafi edilememektedir. Bu durumda hizmet aksamakta, müşterileri memnuniyetsizliği oluşmakta ve satış kaybı meydana gelmektedir.

Turizm işletmeleri açısından depolamada en fazla önem verilmesi gereken kalemler kolay bozulabilir özelliğinden dolayı yiyecek ve içeceklerdir. Bu malzemelerin çabuk bozulabilmesi nedeniyle bu ürünlerde stok devir hızı yüksek olmaktadır. Bazı yiyeceklerin reçetesinde çok sayıda türde malzeme içermesi ve kalemlerdeki fiyat değişiklikleri kontrolü zorlaştırmaktadır. Ayrıca, gün ve saate göre talep yoğunluğundaki değişimler ihtiyaç duyulan malzemenin sürekli hazır bulundurulması gerektirebilmektedir. Ayrıca artan malzemelerin yeniden kullanımı, kayıp ve fireler de stoklama kararlarını oldukça etkilemektedir. Turizm işletmelerinde satın alma miktarını belirlerken birçok yöntem kullanılabilir. Bu yöntemler arasında Wagner-Whitin yönteminin, tüm seçenekleri ve periyot dönemlerini dikkate alarak sipariş ve stok maliyetlerini en düşük seviyeye indirmeye çalıştığından konaklama işletmeleri için en elverişli yöntem olduğu belirtilmektedir.

KAYNAKÇA

- Algburi, A. A., Eroğlu, A. VE Sulak, H. (2019). Ekonomik sipariş miktarı modellerinde talebin kısmen ertelenmesi ve bir uygulama. *Yönetim ve Ekonomi*, 26 (13-32).
- Altinel, H. (2011). *Menü yönetimi ve menü planlama*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Axsater, S. (2006). *Inventory control*. the United States of America: Springer Science+Business Media, LLC.
- Ayaz, N. VE Akay, B. (2016). *Turizm işletmelerinde maliyetler ve kontrolü*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Basu, R. ve Wright, J. N. (2008). *Total supply chain management*. Oxford: Butterworth-Heinemann, Elsevier.
- Baykoç, Ö. F., Abacı, S. ve Duyar, M. (2002). Tam zamanında üretim sisteminin servis sistemlerine uygulanabilirliği. *Gazi Üniv. Müh. Mim. Fak. Dergisi*, 17 (4), 139-155.
- Blocher, E. J., Stout, D. E. ve Cokins, G. (2010). *Cost management: A strategic emphasis* (5th ed.). Irwin: McGraw-Hill.
- Crandall, R. E., Crandall, W. R. ve Chen, C. C. (2015). *Principles of supply chain management*. Boca Raton: Taylor & Francis Group, LLC.
- Çetiner, E. (2009). *Otel işletmeleri muhasebesi*. Ankara : Gazi Kitabevi.
- Dadić, L., Ribarić, H. M. ve Vlahov, B. (2020). Inventory management in bars and restaurants – Employees' attitudes. *Biennial International Congress, Tourism & Hospitality Industry* (s. 79-91). Opatija: University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management.
- Dizkırıncı, A. S. (2015). Stok yönetimi. F. Kaya içinde, *Finansal Yönetim* (s. 241-250). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Frazelle, E. H. (2002). *Supply chain strategy: The logistics of supply management*. New York: McGraw-Hill.
- Hollins, B. ve Shinkins, S. (2006). *Managing service operations; Design and implementation*. SAGE Publications: London.
- Hugos, M. (2003). *Essentials of supply chain management*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. .
- Ivanov, D., Tsioulanis, A. ve Schönberger, J. (2019). *Global supply chain and operations management*. Switzerland: Springer Nature.
- Kaya, N. (2020). *Stok yönetimi*. Erzurum: IKSAD Yayınevi.
- Kumar, S. A., & Suresh, N. (2008). *Production and operations management (with skill development, caselets and cases)*. New Delhi: New Age International Limited, Publishers.
- Lambert, D. M., Stock, J. R., & Ellram, L. M. (1998). *Fundamentals of logistics management*. United States of America: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Muckstadt, J. A. ve Sapro, A. (2010). *Principles of inventory management*. New York: Springer Science+Business Media.
- Muller, M. (2003). *Essentials of inventory management*. the United States of America: American Management Association.
- Özenci, B. T. ve Cunbul, Ö. L. (1998). *Kalite ekonomisi* (2. bs.). İstanbul: KalDer Yayınları.
- Putra, A. W. ve Yudoko, G. (2013). An analysis of inventory management at MJS Restaurant, Jakarta. *Journal of Business and Management*, 2(2), 190-205.
- Sadler, I. (2007). *Logistics and supply chain integration*. London: SAGE Publications.

- Scott, C., Lundgren, H. ve Thompson, P. (2011). *Guide to supply chain management*. Berlin: Springer.
- Şahin, M. A. (2012). *Alanya ve çevresinde beş yıldızlı otellerde yiyecek içecek kalite maliyetlerinin değerlendirilmesine yönelik bir araştırma*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Sezen, B. (2004). Tedarik zincirinde stok yönetimi problemleri için elektronik tablolar yardımı ile simülasyon uygulaması. *Yönetim ve Ekonomi*, 11(1), 57-68.
- Türk, M. ve Şeker, M. (2011). Stratejik stok yönetimi: Bir kamu hastanesi örneği. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1), 713-727.
- Türkay, O., Şengül, S. ve Ocak, K. G. (2016). *Konaklama işletmelerinde satınalma: Organizasyon-İşlemler-Süreçler Fidelio MC anlatımlı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Türksoy, A. (2002). *Yiyecek ve içecek hizmetleri yönetimi*. Ankara : Turhan Kitabevi.
- Usal, A. ve Kurgun, O. A. (2006). *Turizm işletmelerinde maliyet analizleri*. Ankara : Detay Yayıncılık.
- Vrat, P. (2014). *Materials Management: An Integrated Systems Approach*. India: Springer.
- Waters, D. (2003). *Inventory control and management*. England: John Wiley & Sons.
- Yıldırım, M. (2006). *Konaklama İşletmelerinde işletme sermayesi (alacak- nakit- stok) yönetiminin işletme karlılığı üzerine etkisi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi SBE Yüksek Lisans Tezi.
- Yükçü, S. (2007). *Yöneticiler için muhasebe: Yönetim muhasebesi*. İzmir: Birleşik Maatbacılık.
- Yükçü, S. (2014). *Herkes İçin Yönetim Muhasebesi*. İzmir: Altın Nokta.

BÖLÜM 22

YENİ BİR KENTSEL KOLEKTİF TÜKETİMİ

Dr. Öğr. Üyesi Songül MOLLAOĞLU¹

Prof. Dr. Tansel TÜRKDOĞAN²

¹ Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Bölümü, Resim-İş Öğretmenliği Bölümü

Sivas/Türkiye, E-mail: songulmollaoglu@gmail.com, ORCID:0000-0002-3519-8702

² Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Resim Bölümü, Resim Anabilim Dalı, Ankara/Türkiye, ORCID:0000-0001-8805-8335

GİRİŞ

Kent, soyut sahadaki bağlantıları ile farklı açılardan ifade edilen, yazılan ve çizilen, yakın zamanda popüleritesi giderek artan ve üzerinde farklı argümanların sürdürüldüğü bir konudur. Birçok alanın çalışma konusunu oluşturan kent farklı tanımlamalarla ele alınmaktadır. Bir tanıma göre kent, “ Mal ve hizmetlerin, inşa, dağıtım ve harcama sürecinde toplumun devamlı bir şekilde değişen ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla meydana gelen iktisadi bir sistemdir” (Sağlam, 1995:5). Tarihin değişik zamanlarına ait toplumsal, tarihsel ve soyut tabakaların tarihsel devamlılık kapsamında üst üste birikmesiyle meydana gelen fiziksel, mekânsal ve toplumsal bir platformdur (Mumford, 1971). Diğer bir ifadeye göre, şehir bir uygarlığın hafıza aparatı; onun açık DNA’sı gibidir (Lam, 2015). Bir başka görüşe göre ise kent; “platform üzerine inşa edilmiş ve belli bir nüfus sayısına ulaşmış, iktisadi, teknolojik, idari, toplumsal ve tarihsel formda örgütlenmiş, kırsal bölgelerden ayrılabilen esas kentsel servislerin ve kent şuurunun inşa edildiği, oturmuş ve bütünleşmiş bir mekan formudur, bir düzendir (Kaal, 2011). Tüm yerleşim alanlarının veya kentlerin kendilerine özgü bir havası, öyküsü ve yapısı vardır. Karmaşık ve iç içe geçmiş tabakalardan ve ilişkilerden oluşmuş kent; mimarlık, kültür, iktisadi, tarih, sosyal, sağlık, hukuk gibi birçok alanı içinde barındırdığı için çağımızda tüm alanlar kentleri kendi yöntemleriyle inceler ve analizini yapmaya çalışırlar (Biol, 2007:12). Bir şehri gözden geçirmek o şehri akıldan geçirmek de sadece tarihsel geri planını oluşturan medeniyetlerin mekânsal yıkıntılarının izini takip etmek anlamına gelmez. Toplumsal, tarihsel, mekânsal gündelik hayat deneyimlerinin farklılaşması kent dönüşümünü etkiler (Öz Baysal, 2017). Zamanla; iktisadi, siyasi, hukuki, idari, toplumsal ve tarihsel sahalarda yaşanan gelişmeler ve dönüşümler, kişilerin gereksinimlerinin ve isteklerinin farklılaşmasına sebep olmuştur (Tekkanat ve Türkmen, 2018:110). Kişilerin değişen artarak farklılık gösteren istek ve ihtiyaçları ve ihtiyaçların taleplerini karşılayabilecek ortamların sağlanması aynı zamanda yerinden üretimin de gerekliliğinin önemini ortaya koymuştur. Bu nedenle başlangıçtan günümüze kişinin hayat biçiminin farklılaşması ve tüketim pratiklerinin farklılaşması ile kentler şekillenmiştir (Türk, 2015: 45).

Kent anlamında ilk yerleşimler, M.Ö. üç binlerde Mezopotamya’nın Nil, İndus, Sarı Irmak vb. büyük su birikintilerinin civarında tarım mahsullerinin

stoklandığı ve değiş tokuş edildiği bir tür ticari tekniğin uygulandığı noktalar şeklinde inşa edilmiştir. Bu yerleşim alanlarının sonraki dönemlerde Yunan ve Roma medeniyetlerine kentsel form anlamında referans oluşturduğu da bilinmektedir. Çağdaş medeniyetler dünyasına gelindiğinde; tüm bu kent formlarının dönüşüme uğradığı ve farklılaştığı gözlenmektedir. Günümüzde kentler, sadece küçük oranlı ticaret merkezleri olmaktan çok uzak, mega yapıların oluştuğu ve çok büyük insan yığınlarının, topluluklarının yaşamlarını sürdürdüğü birer yerleşim merkezlerine dönüşmüştür (Aydoğan, 2009:208). Süreç içinde kentler sadece yaşamlarını sürdürdükleri yerler olmaktan çıkıp, üzerinde yaşayan toplumla ortak hafızalar ve ortak yaşam dinamikleri ürettikleri mekanlara evrilmiştir.

Aşağıda geçmişten bugüne kentlerin oluşumu ile ilgili anlayışlar ve yaklaşımlar yer almaktadır.

İlk Çağ Kenti (Yerleşmeleri)

İnsanlığın en baştaki yaşam yönelimlerinin diğer canlı türleriyle ortak alanlar olduğunu, bu yönelimlerle insanların taşları, ilkel barınakları ve mağaraları kullandıkları, ovalarda, köylerde, çadırlarda, ağıllarda hayatlarını sürdürdükleri bilinmektedir. İnsanlık kültüründeki yerleşim tercihleri arasında özellikle ilk tercihlerini ılıman coğrafik özelliklerine sahip yerlerden yana kullandıkları görülmektedir. Bununla beraber su kenarları, flora, fauna ve yeraltı kaynaklarının olduğu alanlar insanların hayatlarını sürdürebilmeleri için uygun yerleşim alanları olarak tercih edilmiştir. İnsanlığın ilerleyiş süreci betimlenirken neolitik devrim (tarım devrimi) ve kentsel devrim olmak üzere iki önemli kritik kırılmadan söz etmek gerekmektedir (Childe, 1962; Tezer, 2001).

Tarım devrimiyle yerleşik yaşama akışla beraber üretim ve bunun sonuçları olarak merkezi krallıklar güç kazanmıştır. Kentsel ilerleyişle merkezi bölgelerde oluşturulan krallıklar, saray ve tapınaklarla, medeniyetin tüm unsurlarını denetimine alan, kentin nabzını tutan ve manipüle eden ve güçlü bir çekici güç olarak kent imajını inşa eden temel bir misyon üstlenmiştir. Köy merkezlerinde devasa ve kalın duvarlarla örölmüş uzun sütunlu kaleler ve kale duvarları içinde konumlandırılmış saraylar, tapınaklar ve depolar yer almaktadır. Kalenin dışında ise, evrenin insan eliyle inşa edilmiş bir örneği oluşturulmuştur. Böylece, kenti çevreleyen dış duvar, kent ve kırsal mekan

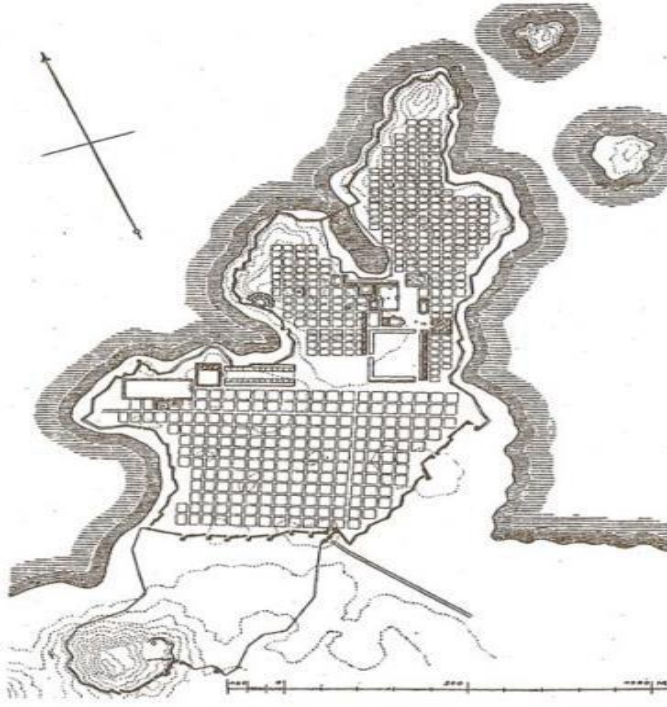
arasında fiziki bir hat formunda; içerde ve dışarda yaşayanlar açısından ayrımcı bir sınır çekilmektedir.

Eski şehirlerin su boyları, ırmak kenarları, yeşil alan ve ormanlıklar, ciddi ulaşım yollarının kesişmeleri, deniz, karayolu istikameti üzerinde inşa edildiği gözlenmektedir. Bunlarla beraber askeri sebeplerle inşa edilmiş şehirlerde coğrafi ve iktisadi etmenler dikkate alınmıştır (Ertürk, 2006). Güvenlik sorunu olmayan, güçlü bir savunmaya sahip, ulaşımın ve saldırının zor olduğu, civara hakim zirveler seçilmiştir. Kentin formu önceden sınırlandırılarak, kent su kanalları ve hisarlarla kuşatılmıştır. Dini inanış, görüş farklılıkları, savunma, üretim benzeri unsurlarla beraber toplumsal kuruluştaki kompleksin artmasıyla beraber kent-devletler ilk kez Mezopotamya'da biçimlenmişlerdir. Kent merkezlerinden muhafız mimarilerinin kapı girişlerine ve kapı girişlerinden kırsal bölgeye yönelmiş yollar damarlara ayrılmaktadır. Yollardan kente doğru ilerledikçe yol kenarlarına iktisadi ve sosyolojik kimliklerine bağlı değişkenlik gösteren kişilerin evleri yer almaktadır. Kentin genel yapısı dağınık, doğal ve ölçsüz bir düzenle biçimlenmiştir (Tekkanat ve Türkmen, 2018: 112).

Teknolojinin ilerlemesiyle, yenilikler, icatlar, düşün ve bilim dünyasının gelişmesi, Antik Yunan şehirlerinin de fonksiyonel bakımdan hareketli, kompleks ve değişkenlikler barındıran bir durum almasına yol açmıştır. Akropolis, politik ve inanç açısından şehirlerde odak bir konumdayken, agora ve limanlar; iktisadi pratiklerin, gymnasium, stadion, tiyatrolar gibi kültürel eylemlerin teşhir edildiği, kale, sur ve duvarlarla defansın güçlendirildiği, inanç merkezleri, tapınaklar ve kutsal yerler ve dini ritüellerin yaşandığı alanlar olmuştur. Konumlandıkları coğrafyaların özellikleri bakımından konseptlerinde farklılıklar görülse de yaygın bir şekilde kent mimarilerinin aralarında güçlü bir benzerlik bulunmaktadır. Klasik Yunan, Roma, Rönesans ve Barok şehirlerinin çizelgeleri birbirinden farklı görünmesinin yanında her birinin kendi içinde bir düzen oluşturma ve kent formu verme çabası olduğu izlenmektedir. Söz konusu bütün sebepler şehir formu ve mizacı üzerinde azami veya asgari düzeyde belirleyici rol üstlenmiştir. Roma'nın kuvvetini yitirmesiyle pagan kültüründen Hristiyanların yönetimi devraldığı zamanda Roma şehir kültürünün etkisini azaltarak terk etmiştir. Böylelikle Orta Çağ

anlayışına doğru, klişenin etkisini yükselttiği bir evreye geçilmiştir (Tekkanat ve Türkmen, 2018:119).

Bir şehrin konstrüksiyonu, sadece şehrin kimliğinin değerli bir bölümünü oluşturmaz, aynı zamanda o şehirdeki toplumsal, sosyal, tarihsel veya kültürel hayatına yönelik belirtiler de taşır. Konstrüksiyonlu bölgenin varlığı, şehirdeki toplumsal ve tarihi yaşamsal varlığının da göstergesidir. Çünkü kolektif kimlikler, toplumsal hayatın mekana dönüşmesinin vasıtasıyla oluşan toplumsal konfigürasyonlardır (Neill, 1997). Ek olarak, konstrüksiyonlu bölgenin kimliğiyle topluluğun toplumsal ve tarihi kimliği müşterek bir şekilde birbirini tesir eder. Dolayısıyla, bir şehirde bütün hayatı düzenleyen fiziksel ortamın kimliğini inşa eden değerler, makro etkiye sahiptir. Korunum ve kentsel dizayn görüşmelerinde, yerin lokal kimliğinin ilerletilmesi amaçlı kimlik inşa edici bir unsur olarak görülmelidir. Bununla beraber, mekan üretmek, bir mekana anlamlar atfetmenin en etkili tarafıdır. Şehir, toplumsal faaliyetler için bir gösteri platformudur ve tüketicinin hatıraları, şehrin kıymetini inşa eder. Şehre sakinlerin sınırlayacağı rutin günlük eylemleri, anlamı oluşturmada veya dönüştürmede yetkilidir (Perry & Liggett, 1995). Bundan dolayı, birey eliyle inşa edilmiş civarda bulunan ve kimlik inşa etme yetisini elinde tutan öğedir, o şehirde yer alan ve şehirlilerin rutin hayatlarında yer edinmiş abide özelliğindeki yapılar, konstrüksiyon takımları ve bu binaların paydaşlığından inşa edilmiş şehir örüntüsüdür. Şehre kişinin mekana değer atfetmesi, o şehir ortamının kişi için hangi anlama denk geldiğiyle bağlantılıdır. Anlam, Norberg-Schulz'un genius loci nosyonunun dikkat çektiği şekliyle, bir şehirlili çevreye kimlik atfeden, bu civarda hayatını sürdüren kişilerin direkt belirtmedikleri fakat varoluşunun bilincinde oldukları bir durumdur (Norberg-Schulz, 1979). Şehirde bir konstrüksiyon takımı meydana geldiği zamanın yaşantısına şahitlik etmiş dahası direkt katılmışsa ve çağın mimari yapısını ve tarihini aksettiriyorsa, şehirlili için bir ifadesi veya karşılığı vardır. Bu anlam, yalnızca eski imgesine saygı odaklı nostaljik bir pratik değil, bununla beraber içinde olunan vakitteki ortak pratiği de içermektedir (Neill, 1997).



Şek. 3. Miletos (von Gerkan, Lev. 6)

Görsel 1. Antik Yunan Kent Yapısı Örneği; Milet.(Tekkanat ve Türkmen, 2018)

Orta Çağ Kenti

Orta Çağ kenti, değişim gösteren sosyolojik yapı ve yönetim biçimine göre değişiklikler sergilemiştir. Orta Çağ şehirlerinde de savunma tüm zamanlarda olduğu en temel konu olma özelliğini koruyarak, şehirler surlar, kaleler ve yoğun güvenlik ve savunma örüntüsünden oluşturulmuştur. Ancak süreç içinde nüfusun artması ve buna bağlı barınma, güvenlik sadece şehirlerin içinde sağlanamadığından, mevcut sınırların dışına taşarak şehre eklenen yeni yapılar inşa edilmiştir. Etnik ve sosyolojik kimlik değişkenlerinin görülür düzeyde önemli oluşu, konutların biçimlenmesinde bu alanların formüle edilmesinde temel oluşturmuştur. Henry Pirenne bu şehirler için “ticaretin ayak izlerinden var olmuşlardır” ifadesinde bulunmuştur. Max Weber ise Orta Çağ şehrini “Hukuksal, askeri, politik, iktisadi ve sosyal merkezlerdir. Kalesi, kilise

ve meclisinin olduğu mekanlardır” olarak betimlemiştir. Rönesansla beraber tasarım ilerlemiş, İtalya’daki Palmanova gibi bir takım şehirlerin konseptlerinde radikal geometriksel sınırları görünür kılmıştır. Şehirler geometrik savunma çeperleriyle kuşatılmış, yollar da bu planlamaya uygun bir biçimde şehrin merkezine doğru konumlandırılmıştır. Şehre doğru uzanan bu yolların tümü kent merkezinde bulunan ve merkezi bir lokasyona sahip olan pazar alanında kesişmektedir. Şehir coğrafik ve iklimsel birçok unsurla beraber yönetim ve sosyolojik unsurlarla da biçimlenmiştir. Şehrin merkezi endüstri öncesine kadar feodal sistemlerden kaynaklı inanç veya yönetim merkezleri olurken; cami, katedral, veya inanç merkezleri toplumsal hayatın odağını meydana getirmiş, şehir bu odakların çeperinde biçimlenmiştir. Yanı sıra; defans amaçlı oluşturulmuş duvarlar, kanallar, sütunlar ve kapılarla doğal ulaşım mekanizması şehir konseptini şekillendiren esas etmenler olarak inşa edilmiştir (Tekkanat ve Türkmen, 2018).

19. yüzyılım son çeyreğine doğru sanayileşmeyle şehirler, ortaçağ şehir (bir inanç merkezinin çeperinde inşa edilmek gibi) görünümünden uzaklaşarak, ticaret merkezlerinin, iş ve alışveriş merkezlerinin civarında konumlanmaya doğru gitmiştir. Walter Benjamin’ e göre (2012) 19. Yüzyılım başkenti olan Paris’te, gotik öykünmeyle mimari yapılar çağdaş anlayışın bir minyatürü halini almış ve Pasajlar, meta fetişizmi ifade eden binalar şeklinde yaşamın bir parçası olmuştur.

Sanayi Devrimi Sonrası Kentsel Gelişmeler

Endüstri devrimiyle beraber kent konseptini şekillendiren belirleyici unsurlar; teknolojik ilerlemeye bağlı olarak ulaşım- telekomünikasyonla üretim yapısı ve materyallerindeki dönüşüm olmuştur. Bu unsurlara dayalı olarak şehirler devingen bir oluşuma evrilerek, süratli bir genişleme evresine ulaşmıştır. Orta Çağ şehirleri, kalelerin duvarlarını aşarak, fabrika ve semtlerin ilave edilmesiyle gelişmiştir. Hızlı büyümeler ve buna bağlı olarak süratli bir ilerleyişle ortaya çıkan sorunların giderilmesi ve çözüm yollarının geliştirilmesine dayalı oluşturulan yasal düzenlemeler, ütopyalar, şehir formları, düşünce tarzları ve sanat anlayışları şehir konseptinin biçimlenmesinde belirleyici bir önem arz etmektedir. Owen, St Simon, Fourier, Godin ve Cabet benzeri bilim insanlarının ütopyalarının gelişmesi bu döneme denk gelmektedir. Bu araştırmacıların ütopyaları sadece bir toplum

tasarlamakla beraber bir yere konumlanma teklifini de sunmuştur. Ütopyalarda beliren bu hayat tarzı konteksti içinde bulunulan çağa özgü çevresel determinizm görüşüne dayandığına inanılmaktadır. Daha iyi çevrenin daha iyi bireyler oluşturacağı düşüncesiyle çözümler aramak adına geliştirilen yenilikler çevresel hazırlıklarla start almıştır (Tekeli, 2010).

Şehirleşme süreçlerinin esas değişimleri ilerlemekte olan yerkürenin birçok bölgesinde şehire özgü görünümde açık olarak izlenmektedir. Dönüşümün sembollerinden en fazla konuşulan kent merkezlerinin etrafı bir biçimde baştan ilerleyişi olmuştur. 19. Yüzyıl endüstri devrimi bağlamında inşa edilmiş şehirler, İngiltere, ABD ve Avrupa şehir yapılarının önemli bir bölümünü meydana getirmektedir. Endüstrileşme, bu ülkelerdeki çoğu kentin iç bölgelerinin yanı sıra iktisadi, siyasi ve fiziksel ağlarını da etkilediği görülmüştür. Bu kentlerin öğretileri, ileriki şehirleşme anlayışının formunu da biçimlendirmiştir (Mumford, 1971). Endüstri formunda gelişen şehircilik anlayışı 19. Yüzyılın ikinci yarısında kabul ve onam alarak tanınırlık kazanmıştır. Varoş yapılanmaların görüldüğü alanlarda meydana gelen olumsuz koşullar, basın ve bilim insanlarının çalışma ve ilgi konusunu oluşturmuştur. Kapitalist-endüstriyel gelişmeler idealinin fantazmagorilerinden olan Paris Pasajları ve benzeri mimariler, çağımızda neredeyse hayatımızın tümünü eskisinden daha fazla ve düzenli bir biçimde etkilemektedir (Tekkanat, Türkmen, 2018:115).

Enformasyon Çağı

20. yüzyılın ikinci yarısında dijital çağa geçişle, modernizm sanayi odaklı makine şehir fikrinin etkisini kaybettiği ve yerine postmodern bilgi şehri anlayışının yerleştiği görülmüştür. Dolayısıyla bu noktada arz-talep ve tüketim anlayışının değiştiği görülmektedir. İmgeyi veya izlenimi fonksiyonelliğin önünde tutarak imaj üretimine odaklı tüketim toplumunu inşa etmeyi amaçlamışlardır. Bilgiye dayalı süratli teknolojik ilerleyiş, otomotiv sanayinin getirileriyle merkezden periferde doğru yönelişi (desantralizasyon) hızlandırmaktadır. Bu davranış şehirleri ağır (kompakt) şehir modelinden kurtarmıştır (Norberg-Schulz, 1979; Renfrew, 1973) Globalleşme ve telekomünikasyon yüzyılın kazançları olmakla birlikte, konumsal ve bölgesel

sınırların flulaşması ve yaşanan mekanların küresel bir köy konumunu almasıyla, zamanda ve lokasyonda değişik sınırlar meydana gelmekte, iletişim çağını yaşayan şehirlerin iletişimsizliği, yabancılaşma, yalnızlaşma ve ötekileştirilme gibi sorunlarla karşılaşmaktadır. İletişim çağıyla inşa edilmiş bu yeni mekanın nitelikleri; çalışma hayatında bireyselleşme, etkinliklerin farklı mekanlarda olması, bitimsiz dinamiklik ortamı olması, haberleşme ve enformasyon teknolojilerinin konumda ilerleyişi gibi özelliklerdir. Global ortam tek başına bir ortam veya mekan olarak görülmemeli aynı zamanda bir süreç olarak da kabul edilmelidir (Castells, 2005).

KENTSEL KOLEKTİF TÜKETİME İLİŞKİN YAKLAŞIMLAR

Kenti, Marksist anlayışa göre araştıran yakın dönem teorisyenlerinden olan Castells, Lefebvre ve Harvey'dir. Kenti, Castells, kentsel mekan ile sosyal süreç arasındaki ilişkiyi; Lefebvre, kentsel mekanın kapitalist toplumda nasıl üretildiğini ya da nasıl meta haline getirildiğini; Harvey ise, kentsel devrim ya da global kentsel yaşantıyı vurgulamıştır (Türk, 2015: 44).

Castells, şehirleri, işgücünün baştan oluşumu için ihtiyaç duyulan eğitim, sağlık, barınma benzeri kolektif harcama gereksinimlerinin temin edildiği yerler olarak değerlendirmekte ve şehirli biçiminde betimlenen esas sorunların toplu tüketim dönemleriyle alakalı olabileceğine inanmaktadır. Castells, topluluğun mekânsal formu, ilerleyişi ve işleyişi gibi temalar üzerine çalışmaktadır. Castells'e göre, şehirleri anlamının yöntemi mekânsal formların nasıl inşa edildiği ve değiştiğini anlamaktan geçmektedir. Şehir ve mahallelerin yapısal nitelikleri ve tasarıları, değişik toplumsal öbekler arasındaki arbede ve çekişmeleri akseder. Mesela, gökdelenler, kar amaçlı yapılmış yapılar olarak görüldüğü gibi güvenlik sorunuyla şehrin üzerinde oluşturulmuş ekonomik bir güç göstergesi olarak da görülmektedir. Ek olarak bu mega yapılar, kapitalist yükselişin katedralleri olarak da görülebilmelidir (Kolektif Tüketim ve Kentsel Hareketler, 2019).

Castells'in (2005) şehir kuramının özellikleri özetle aşağıda yer almaktadır.

1. Şehir kolektif tüketim alanlarıdır ve ortak tüketim gereçleri şeklinde görülen mesken, eğitim, sağlık, alışveriş, vs. öğelerin giderildiği alanlardır.

2. Şehirler üretim elde edilen mekânsal yerlerdir.
3. Ortak tüketim materyalleri başlıca lokal idare ve devlet tarafından sağlanmaktadır. Devlet söz konusu bu kolektif tüketim gereçlerini temin ederken esas gayesi ihtiyaç duyulan besin, sığınma, istirahat etmek gibi gereksinim duyulan diğer ürün ve servisleri gidermektedir (işgücünün tekrar üretimi).
4. Ortak tüketim teması olan şehir görevleri yaygın ölçekte politize edilmeye uygundur. Bu politize olabilme durumu, şehirli sosyolojik devinimlere neden olabilir ve bu davranış kapitalist düzenin çökertilmesiyle nihayetlendirilebilir.
5. Şehir esasta bir düşünce tarzına sahiptir ve şehir problemlerine sınıfsal çekişmeler ve sosyolojik pratikler odağında bakılmalıdır.
6. Şehirli kolektif tüketimin dağılımı çerçevesinde gelişen karşıtlıklar şehirli sosyolojik davranışların meydana gelmesine ve güçlenmesine yol açmaktadır.
7. Şehirde kolektif tüketim materyallerinin dağılımının ne şekilde olacağı problemi, şehirli ortamda karşılaşılacak sosyal grupların politik arbedeyi ve sosyolojik ayrışmayı meydana getirir.
8. Şehir “ inşa edilmiş bir muhit formunda” yalnızca devlet veya müteşebbis eliyle kalmayıp bununla beraber bu girişimciye direnç geliştiren şehirli toplumsal öbekler pratikleriyle biçimlenmektedir.

Lefebvre ise (2014), mekan formunun temel inşasında sosyolojik bakış ve anlayışın yer aldığını belirtmektedir. *Lefebvre*'nin bütünlüklü mekan kuramıyla değerlendirildiğinde kentsel alanlar, sıradan toplumsal bağlantıların yaşandığı algılanan, tasarlanan, yaşanan yerler şeklinde üç ayrı kategoride ele almaktadır. Bu trialektik, lokasyon inşasının tüm kompleks yapısıyla, sosyal mekana maddi üretimin, enformasyon üretiminin, kavram üretiminin ne şekilde etkilediğini de ortaya koyar. Mekan formu sosyolojik bağlamdan inşa edilir. (Avar, 2009:8). David Harvey'in dikkat çektiği şekliyle “ Giderek, bireylerin, grupların yaşamsal pratiklerini devam edebilecekleri değil parayı yatırıma dönüştürecek şehirler dizayn edilmektedir.” Tektipleşen yapılar, parapetleşen alanlar, kültürün içine yerleştiremeyecek eğreti mimariler pratiklerle bellekleştirilen şehrin anlık sıradan dinamikleri farklılaşmakta, şehir baştan

tasarlanmaktadır (Lefebvre, 2011:148). Çeşitliliğin ve kavranırlığın konforu kendine haslığını kaybettiğçe flulaşan şehir, bütün tabakalarıyla çeşitlenen bir şehir hafızasından çok merkezi yönetimin siyasetine eklemenecek elverişli bir mazinin kurgulanmasına ortam olur ve sosyal hafızanın anılarıyla dolu mekânsal eylem yok sayılır (Lefebvre, 2014).

Türkdoğan ise (2014), kent' e ilişkin görüşlerini aşağıdaki ifadelerle açıklamaktadır:

“Sanat= yaşam mottosu ile varoluşunu yenileyen sanatçı için, bugünün insanının yaşam alanlarını oluşturan kentleri malzemesi yapması kaçınılmazdı. Bu saptama bugün şu açıdan çok önemli, nüfus hareketliliği verilerine göre, Türkiye nüfusunun %75’i artık kentlerde yaşıyor. Bu, kent dinamiklerini ve sanatın üretimini de yeniden ve derinden etkiliyor. Kent denilen şey tabii ki sadece kent yaşamına ait düzenlilikleri, yapıları, yolları değil evsizleri, kağıt toplayanları, çöpten beslenenleri, eylemleri de, anarşiyi de içerisinde barındırıyor. Bu yaşamsal gerçeklikler “yokmuş gibi yaparak” sanat yapmanın pratiği çoktan gerilerde kaldı günümüz sanat gramerinde. “Güzel” dışında yepyeni bir estetik peşinde koşan sanat, metropolün bazen hemen çeperinde bazen de tam kentin merkezindeki-kalbindeki karmaşık ve çarpık kurguyu referans alıyor. Soğuk havada atm kulübesinde yaşayan evsiz çocuklardan, zabıtabadan kaçan seyyar satıcıya bu yelpazede aktüel olan ne varsa sanat alanında ona rastlamak mümkün. Bağlamlarını kurgularken ideolojik bir duruş ile var olabildiği gibi kenti tüketen tüm etnisiteler ve onların oluşturdukları komünler, kısacası yaşamın ve kentin tüm kültürünü var bu üretimlerde (Türkdoğan, 2014: 220).

O halde, şehir ve sanat ilişkisi temalı alternatifler içinden seçilecek temel iki nokta bulunmaktadır: Bunlardan biri sanatın bir materyal olarak şehri etkileyip manipüle etme gücüdür. Diğeri ise, şehrin yeniden düzenlenmesi bağlamında sanatı manipüle ederek dönüştürmesidir. Yani kent ve sanat arasında bulunan korelasyon önemli ve komplekstir. Çünkü birbirini dönüştürme, birbirinden beslenme ve birlikte yükselme veya birlikte çöküş geçme ilişkileri de mümkündür. Her kent kendi hikayesini, kendi dokusunu, kendi kültürünü oluşturur. Bu kendi ontolojisini oluşturan kentin yaşam

pratikleri ve yaşamsal alanlarını inşa ederken sanata da konu ve mekan sağlamaktadır. Sanat ise, çalışma alanlarını ve mekanlarını oluştururken ihtiyaç duyduğu itici gücüyle şehrin mekânsal algısını ve yaşam dinamiklerini irdeleyerek, değişime zorlamaktadır. Dolayısıyla her kent kendini bağlam veya süreç içinde sahip olduğu geri plan, şimdi ve gelecek yaşantılarıyla yeniden var ederken, etkileşim halinde olduğu diğer disiplinlere de çalışma alanları inşa etmektedir. Şöyle ki; Kent ve Sağlık, Kent ve Ekonomi, Kent ve Ekoloji, Kent Sosyolojisi, Kent ve İletişim, Kent ve Sanayi gibi başlıklar ve içerikler oluşturmaktadır (Littlefield, 2012, Türkdoğan, 2014). Dolayısıyla buradaki başlıklarda da görüleceği gibi kent ve sanatta birbirini etkileyen, birlikte çalışabilen ve kent kimliğinin oluşumunda kendine destek ve veri sağlayabileceği önemli bir disiplin olabilmektedir.

Çağımızda kent kavramı neredeyse tüm disiplinler tarafından araştırma ve inceleme konusudur. Her şehrin kendine özel dokusu, ezgisi, aurası, kokusu ve hikayesi vardır. Oluşturulmuş bu konseptin bütünü de o kentin düşünsel peyzajının toplamı veya tamamıdır. Avar'ın (2009:7) dikkat çektiği gibi, bir şehre bakmanın o şehri görmek anlamına gelmeyeceği gibi şehri düşünmekte sadece önceki kültürel süreçlerinde veya geçmişlerinde yaşamış medeniyetlerin mekansal harabelerinin işaretlerini takip etmek değildir. Toplumsal, tarihsel, mekansal sıradan günlük yaşam deneyimleri farklılaştıkça, şehir ve yaşam da değişmekte ve dönüşmektedir.

SANATTA KAMUSAL ALAN

Kamusal kavramı, tüm yurttaşların erişimine veya ulaşımına açık mekanları akla getirmektedir. Toplumsal bağları, normları ve bildirişim formları ifade eden kamusal alanlar, hayat içindeki her türkü yaşamsal aktivitelerin yerine getirildiği, ihtiyaçların giderildiği, rutin, gündelik ve sıradan gereksinimlerin karşılandığı alışveriş, dinlenmek ve dolaşılacak mekanlar olarak, genele açık, şehrin örüntüsünü ve toplumsal dinamiklerin oluşumunda etkin konumlardır (Akdoğan, 2018, s:384)

Kentsel alana dönük eylemlerde, yakın zamanda dikkate değer rağbet mekanlar arasına giren kamusal alanda sanat veya kamusal sanat terimiyle sıkça karşılaşmaktadır.

Kamusal alanda sanatın üç ayrı değerler dizisine sahip olduğunu ileri süren Palermo, konu ile ilgili paradigmaları “kamusal alanlarda gerçekleştirilen sanat” (art in public places), “kamusal mekan olarak sanat” (art as public spaces) ve “ kamu faydasına sanat” (art in public interest) şeklinde betimlemektedir. Buna dayanarak “kamusal alanlardaki sanat” şehirli alanları süslemek, zenginleştirmek veya değer katmak amaçlı yapılan pratiklerken, “kamusal mekan olarak sanat” objelerden çok yapı, manzara, konstrüksiyon gibi kalıcı ve kent kimliğinin oluşmasında etkili yeniden tasarım planlarının ortaya çıktığı parklar, alanlardır. “Kamu faydasına sanat” ise ağırlıklı olarak, kent merkezli projeler aracılığıyla çizgi dışı toplumsal gruplarla kolektif yapılı ortam üzerinde inşa edilen ve siyasi, sosyolojik boyutlu pratikleri içermektedir (Gökçen, 2019: 221; Selvi, 2017). Kamusal alan sanatının temel hedefi seyircisiyle birleşmek ve somut, soyut ya da sanal bir platformda bir alan açmak, tanrılık kazanmasını desteklemek, topluluğun bir aksını oluşturmak ve kamu alanının tutum formlarını anlamlandırmak biçiminde ele alınır. Sanatın şehirlerdeki varoluşu kent soylularının itibarlarının şehirlere aksettığı seçkin bir temas nedeniyle siyasi bir boyut kazanmaktadır (Gökçen, 2019: 217-218).

Günümüzde kamusal sanat, kolektivizm kapsamlı, toplumsal boyutlu ve birçok sosyal tabaka ve kısımla işbirliği halinde, uzun ömürlü, farklı mecalarda inşa edilen sanat pratikleri ve sanat tasarımlarını içermesi anlamında oldukça kapsamlı bir husus olarak post sanat sahaların da ilgisini çeken bir alan olarak varlığını sürdürmektedir.

KENTSEL KOLEKTİF TÜKETİMDE SANATÇININ SORUMLULUĞU

Bir şehir, yalnızca içinde ikamet edenler ve konuklarının, gezginlerin fikirleri ve yazdıklarıyla değil; aynı zamanda, bilim, sanat, dijital, teknoloji mimari, görsel sanatlar, müzik vs. gibi sanat disiplinlerine sağladığı yararlarla da hatırlanır ve tanınır. Şehirli alanlarda inşa edilen organizasyonlarda sanat ve mimari özellikler baskın gelmektedir. Bu özelliği inşa eden unsurlar ise; su, manzara, mimari unsurlarla beraber yontu, müzik, fer ve ses sergileri, rölyef, seramik, resim gibi sanatsal unsurlardır (Akdoğan, 2018). Görsel sanatların heykel, mimarlık, resim gibi, sahne sanatları, ses sanatları veya işitsel

sanatlar olarak da adlandırılan formların öncüleri ve üreticileri geçmişten günümüze bağlamsal olarak toplumun şekil almasında toplumsal bir rol üstlenmişlerdir. Bu sanat formlarının temel prensibi; bireyi veya toplumsal grupları artan bir şekilde duygusal ve spirütüel açıdan devinim sağlamak, genişletmek ve canlandırmaktır. Bugünlerde bu misyon, bir çağdan bir diğerine sıçrayarak, çağ tarzı değiştiren sosyolojiye, doğrudan destekleyici formda şekil değiştirir. Çağcıl görsel sanatlar, sahne sanatları ve mimari konstrüksiyona adaptasyonu veya uyumu yüksek duyarlılıkta olan ve kavrayıp ilgiyle takip eden ayrıca bunu şehir santrallerine hayat tarzlarına geçirebilen bir topluluğu inşa edebilmek bağlamsal anlam ve içerik oluşturmak kent kültürünün oluşmasında önemlidir. Dolayısıyla değişik disiplinlerin ortak işler üzerinde buluşması lokal ve genel idarecileri mekânsal tasarımlara doğru bir yönelim ve tutum geliştirmeleri noktasında oryantasyonları sağlanmalıdır (Aydoğan, 2009). Şehrin dökümanterini, toplumsal-şiyasi göçe dayalı problemler güncel sanat anlayışla işler üreten birçok sanatçının çalışma konusunu oluşturmaktadır. Bu süreçte sanatçı kendi deneyim, yaşam pratikleri ve gözlemlerine dayalı gelişen veya olgunlaşan düşüncelerini toplumsal bağlam zemininden kopuk olmadan sanatsal bir dile evrilterek kendi sanat pratikleri içerisinde kültürel kodlar ve göstergeler aracılığıyla işlemektedir. Buradan da anlaşılacağı gibi kamusal alanda sanat kolektif bir bilinç ve kolektif bir hafıza gerektirmektedir. Toplumsal kodlar üzerinden inşa edilen mitolojik içerikli bu pratikler sosyolojik bir işbirliğiyle kent merkezlerinde, istasyonlarında, önemli kamusal alan veya mekanlarda halka açık ve zamansız veya mekansız yapılan ve halka bireysel bellek veya toplumsal bellek gerçekliği üzerinden sunulan görseller, sesler, eylemler gibi pratiklerden oluşmaktadır. Kentin dökümantasyonu, sosyopolitik göç soruları günümüz sanatçısının ilgi alanlarını oluşturmaktadır.

Türkdoğan, (2014) Sanatçının tüketim toplumuyla ilişkisini aşağıdaki ifadelerle açıklamaktadır:

“Elbette sanat ve sanatçı da tüm bu değişen dengelerden bağımsız düşünülemez ve bunun sonucu olarak da, sanat alanında tarihsel süreç içerisinde sanatçıların tüketim toplumuna karşı duyarsız kalmadıklarını görmekteyiz. Kullanım nesnelерinin, sanat nesnesi olarak kullanıldıkları ve tepkilerin “üslup” haline geldiğini de görmek mümkündür. Duchamp, Schwitters, Warhol, Hamilton, Wesselmann, Reuschenberg, Beuys tepkilerini açık bir şekilde göstermek amacı ile popüler kültüre ait malzemeler kullanmışlardır. Sanatçı bu değişimlere duyarsız kalmamıştır. Kendi tavrını ister bir tepki isterse değişime bir ayak uydurma şeklinde kabul edelim tavırlar “üslup” laşmıştır. Popüler kültüre ait ya da tüketim malzemesi sanat objesi ya da sanatsal yüzeylerde yer almıştır. Tüketim malzemelerinin insanlar üzerinde etkili olduğunu araştıran Richart Hamilton ve Peter Blake, heykeltıraş Eduardo Paolozzi, mimar John Voeleke ve yazar olan Alloway’in de içinde bulunduğu bir grup insan; süreli ve her yerde insanların karşısına çıkan bu imgelerin aslında sanat kaygısıyla yapılmadığını, ürünleri tanıtmak adına her tür yolun denendiği ekonomik kaygı ile yapıldığı ve tüketime sunulan malzemeler olarak algılanmıştır. Vitrinlerden evlere, sokaklara özetle her yere etki eden bu görüntüler sanatta da yerini alıyordu. Hamilton’nun çalışmalarında görüldüğü gibi bu diyalogu duyarsız kalınmamıştır. Aslında bir reklamcı olan Hamilton, aynı zamanda bir mühendis ve bir sanat eğitimcisidir. Sanatçı mekanik görüntüler ile birlikte günlük hayatta kullanılan malzemeleri de kullanmıştır. Sanatçı’nın; Günümüz Evlerini Bu Denli Çekici ve Farklı Kılan Nedir? Adlı kolajı 1956’da Londra’da açılan “işte yarın” konulu serginin aynı zamanda sergi afişi olma özelliğini de taşımaktadır. (Türkdoğan, 2014:221-224).

KAMUSAL MEKANLARDA SANATSAL PRATİK ÖRNEKLERİ

Şehir zaman zaman bir kitabın başkarakteri, bir şiirin veya bir şarkının esas vuruşu, bazen bir sinema filminin veya tiyatronun başrol oyuncusu ya da bir görselin temel figürü olarak görülebilmektedir (Cantek & Zırh, 2014). Şehrin fiziksel konumu sanata materyal sağlar, sokakları, caddeleri, bulvarları ve yaşanmışlıklar üzerinden performanslarını gerçekleştiren günümüz sanatı sanatçılarıyla anlam ve görünürlük kazanırlar.

20.yüzyıl sürecinde ağırlıklı olarak birey ve toplum bağlantıları baştan veya yeniden bir inşa formu perspektifiyle sosyolojik bağlam gerçekliğinde baştan belirlenmiştir. Bu durum hem sanatın kendi ontolojik ilerleyişi içinde, avangardist anlayışın ortaya çıkmasıyla somutlaşırken öte taraftan geniş ölçekli toplumsal ve politik dönüşümler bu betimleme şekilleri belirleyici bir güç olmuştur. 20. yüzyılın ilk yarısında Rusya’da Konstrüktivizm ve Almanya’da Bauhauşa yönelimleri çağcıl kürenin sanayi ilişkili yönelimleridir. O zamana değin benimsenmiş olan sanat için sanat anlayışının tam karşıtı olan toplumsal yarar için işlevsel veya fonksiyonel olanın öncelendiği bir anlayışın inşa edildiği konstrüktivistler yeni ve farklı bir anlayışı benimsemişlerdi. 1921’de Rusya’nın başkentinde düzenlenen Genç Sanatçılar Birliği’nin organize ettiği bir sergide sergilenen soyut metal heykeller bir laboratuvar objesi mantığıyla teşhir edilmişti. Rus konstrüktivizmin en önemli ismi olarak görülen Vladamir Tatlin’in atıl materyallerle oluşturduğu konstrüktif çalışmaların en temel niteliği, heykel çalışmalarının kümelenmiş kitlesel yığınlardan arındırarak seyirciyi reel mekanda, doğru materyalle karşı karşıya getirmesidir (Antmen, 2009: 106; Ross & Uzzell, 1996).



Görsel 2. Vladamir Tatlin, 1919, Üçüncü Enternasyonal Anıtı Tasarımı

Kaynak: <http://mimdap.org/2021/08/vladimir-tatlin/>

Sanatçının performanslarıyla Kamusal Mekana Taşınmasında birçok sanatçının katkısı olmuştur. Post minimalist anlayışa sahip Richard Serra “Tilted Arc” (Eğilmiş Yy,1981) adlı alana has çalışmasıyla, kamusal alanda inşa edilen sanat pratiklerinde söz sahibinin kim olduğuna dair bir tartışma zemini oluşturulmuştur. Sanatçının çalışmalarında bireye kendi fiziksel varoluşu duyumsatılmaktadır. Eğilmiş Yay isimli çalışmasıyla; plazaya girişlerinde sorun olduğundan, plazaya giriş çıkışlarda hem çalışanın hem ziyaretçilerin farklı giriş alternatifleri arayışına girmesi ayrıca görsel uyumsuzluk gibi problemler yaşanmıştır. Çalışma, bir mahkeme kararıyla 1989 yılında yerleştirildiği yerden sökülmüştür (<http://mimdap.org/2021/08/vladimir-tatlin/>).

Sanatçı Banksy ’nin ironisi fikirseldir, mizahi reddedişlere ve ironi unsurlarının kullanımına geniş yer verir. Banksy ’nin protest sanatının en etkili çalışması İsrail hükümetinin Filistin hududuna yerleştirdiği geniş bir alanı kapsayan ve BM’nin yasa dışı olarak duyurduğu güvenlik duvarındaki çalışmasıdır (Türkdoğan, 2014,s.44). Utanç duvarı diye de isimlendirilen

duvarda dokuz çalışması bulunmaktadır. Çalışması insanlık tarihinin ayrımcı, dışlayıcı, ötekileştirici gibi kavramları konu edinmiştir. Tarihsel, sosyal, kültürel etkileşimleriyle aralarındaki setlerin yıkılması, kişilerin her an başka veya yepyeni kültürleri tanınması ve başka kimlikler kazanmasını sağlar. Böylece karakterlerimiz, kimlik ve kişiliklerimiz yeni kimlik, karakter ve kişiliklerle de eklemlenebilir (Türkdoğan, 2014, s. 141).



Görsel 3. Banksy ile Dünyayı Bombalamak

Kaynak: <https://www.plastikmagazine.com/interview/banksy>

Sınır tanımayan ve seyirciyi üzerinde oldukça düşünmeye veya düşündürmeye zorlayan, ayrıca çalışmalarının görünürlüğünde ağırlıklı olarak kamusal alanı tercih eden Banksy, kuşkusuz grafiti anlayışıyla işler üreten en önemli isimdir. Sokaklarda, caddelerde, metro duraklarında veya tren istasyonlarında, bulvarlarda çalışan sanatçı, çok önemli ve prestijli sanat ve sergi galerilerinde de yağlıboya tuvaler üreterek sergilemiştir. Banksy ile Dünya'yı Bombalamak adlı çalışması Utanç Duvarı üzerine yapılmış en önemli ve etkileyici işlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Banksy, kendi web sayfasında Filistin'e yolculuk etmenin geri planındaki göstergeleri ifade etmektedir. Karakteristik zeka ve katı ironik bir tavırla, Filistin ve İsrail'i ayıran ve Filistin'i baştan başa çevreleyen bu duvarın Filistin'i gerçekte tüm zamanların en devasa ve en büyük açık hapisanesine çevirdiğini yansıtmaya çalışmaktadır. Bu durumun da grafiti çalışanlar için oldukça uygun ve elverişli bir zemin oluşturmaktadır (<https://www.plastikmagazine.com/interview/>

banksy). Güçlü bir mizahi tarzı olan Banksy toplumsal veya evrensel sorunlara karşı duyarlı çalışmalarıyla post modern sanat anlayışı içinde kamusal sanata yön vericidir.



Görsel 4. Ai Weiwei, 2016, 66. Berlin Film Festivali için Konzerthaus Binası, Erişim: 20.04.2021.

Kaynak: Remembering – Ai Weiwei (<https://www.diken.com.tr/remembering-ai-weiwei/>) Erişim: 27.11.2022

Ai Weiwei yakın dönem çalışmalarında özellikle mülteci sorununa dikkat çekmektedir. Aidiyet, kimlik, ötekileştirme, kültür, hafıza gibi kavramları çalışmasında öne çıkaran sanatçı Midilli Adası'nda mülteciler tarafından bırakılan çok sayıda topladığı turuncu renkli can yeleklerini Berlin Konzerthause binasında bulunan geçitteki sütunların üstünde sergileyerek kamusal alanda gerçekleştirdiği performansıyla çok ses getirmiştir. Ayrıca konser salonunun girişine üstünde “#safepassage” notunun yazılı olduğu bir şişme bot yerleştirmesi de bir önceki çalışmasıyla benzer şekilde günümüzün önemli sorunu olan mülteci krizine dikkat çekmekte ve dünyanın özellikle batının seyirci kalmasına vurgu yapmaktadır. Böylece kamusal alanda gerçekleştirilen bu sanatsal çalışma ile Ai Weiwei yaşadığımız yüzyılın önemli bir küresel sorununu kamunun yoğun olduğu bir alana taşıyarak görünür hale getirmektedir.

Diğer bir çalışmasında ise Ai Weiwei 2008 yılında Siçuan eyaletinde yaşanan depremde yaşamlarını yitiren çok sayıda çocuğun saygısına atfen, çocukları temsil eden dokuz bin okul çantasını Almanya'nın Münih kentinde Haus Der Kunst Müzesi'nin dışa bakan yüzeyine sergilemiştir ve üzerine

Çince, “Bu dünyada yedi yıl mutlu yaşad” notunu eklemiştir
(<https://www.diken.com.tr/remembering-ai-weiwei/>).



Görsel 5. *Doris Salcedo, Installation at 8th International Istanbul Biennial, 2003.* **Kaynak:** <https://www3.mcachicago.org/2015/salcedo/works/untitled-istanbul/>

Görsel 6. *Noviembre 6 y 7* **Kaynak:** https://www3.mcachicago.org/2015/salcedo/works/noviembre_6_y_7/

8. Uluslararası İstanbul Bienal günlerinde İstanbul’a gelen Doris Salcedo, İstanbul’un merkezi bir semti olan Karaköy Yemeniciler Caddesi üzerinde bulunan harabelere dönüşmüş yapıların ağırlıklı olduğu bir bölgede iki binanın boşluğuna yerleştirdiği 1550 sandalye ile gerçekleştirmiştir. Kamusal alanda gerçekleştirilen bu enstalasyonda göç ve göç sorununa dikkat çekilmiştir (<https://mcachicago.org/>).

Kamusal alanda gerçekleştirdiği bir çalışmada da Doris Salcedo, 280 adet sandalyeyi Bogota Adalet Sarayı’nın tepesinden aşağıya doğru asılı bir şekilde sallandırmıştır (Karabıyık, 2002). M-19 ‘6-7 Kasım’ (Noviembre 6 y 7) adlı bu çalışması, M-19 gerillalarının 17 yıl sene evvel 1985 senesinde Adalet Sarayını çevrelemeleri ve hükümetin karşı saldırısı neticesinde gerillalar ve rehinelere hayatlarını yitirmelerini konu almıştır (Salcedo, <https://www3.>

mcchicago.org/2015/salcedo/works/noviembre_6_y_7/ - Museum Of Contemporary Art Chicago) .".

Kent yerleşim planları veya kent meydanlarında bulunan yapılar, mimariler, anıtlar, görseller veya heykeller de birer sanat pratiği olarak kentsel örüntünün doğal bir parçası olabilmektedir. Esasen müzeler ve sanat salonları tekeline bırakılmış sanat pratiklerinin veya sanat objelerinin, çok daha büyük seyirci veya takipçi topluluklarına ulaşması, etkileşmesi, sergilenmesi kamusal mekanlarda varoluş veya mevcudiyet göstermesi önemlidir.

SONUÇ

Toplumsal, tarihsel, iktisadi ve siyasal bağlantılar arasında meydana gelen kentler; neredeyse canlı bir metabolizma gibi dinamik, devinimsel yapıda ve sürekli dönüşüm yaşamaktadırlar. Kent kavramı farklı kuramlarla, yaklaşımlarla ele alınmaktadır. Yaşanılan ortamı sosyolojik bir yapıt şeklinde inceleyen Lefebvre, bu ortamın nasıl inşa edildiğini ve bunun oluşturduğu uyumsuzlukları araştırırken, Castells kenti emeğin baştan inşa odağı şeklinde ifade etmiştir. Harvey ise kapital birikimini ve bunun oluşturduğu buhranın analiz noktası olarak kenti incelenmiştir. İktisadi –siyasi bakış açısıyla incelenen kent, bu süreçte kapitalin en temel kölesi konumuna evrilmiştir.

Tarihsel bağlamda kent modelinin şekil alışı; kişinin hayat biçiminin başkalaşması ve tüketim alışkanlıklarının dağılım ve farklılığıyla ilgilidir. Sanayi devrimin ardından kent modelini şekillendiren birincil veya asıl unsurlar; teknolojik ve dijital çağın ilerleyişine bağlı ulaşım – telekomünikasyonla inşa yöntem, materyal ve tekniklerdeki başkalaşım belirleyici olmuştur. Şehirler, ihtiyaç duyulan eğitim, sağlık ve barınma benzeri kolektif tüketim gereksinimlerinin temin edildiği yerleşim alanlarıdır.

Bu bağlamda sanatçının günümüz bireylerinin yaşamsal alanlarını inşa eden şehirleri çalışma materyali yapması ve bir analiz nesnesi haline getirmesi kaçınılmazdır. Görsel ve işitsel sanatlar, çağımız sosyal hayatının biçimlenmesinde önemsenmesi gereken disiplinlerdir. Bu disiplinler, bireye ve toplumu duygusal ve psikolojik açıdan eyleme geçirmek, uyumlandırmak ve geliştirmektedir. Bu bağlamda sanatçılar kenti şekillendiren unsurları bilgi çağının topluma sunduklarıyla sadece toplumsal olarak değil bireysel nitelikleriyle incelemesi, bu yaklaşımla yeni bir kurulum imajına olan ihtiyacı belirlemesi önemlidir. İstikrarlı bir devamlılık gerektiren şehirleşmeyi anlamak

için sürecin çok kapsamlı ve çok nitelikli bir şekilde incelenmesi ve eleştirel bir yaklaşımla değerlendirilmesi ve çözüm önerileri geliştirilmesi gerekir.

KAYNAKLAR

- Akdoğan ÖG. (2018). Kent, Kimlik Ve Sanat: Anafartalar Çarşısı Ve Kamusal Sanat Üzerine Bir İnceleme.*Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*,8, 5(2): 383-415.
- Avar AA (2009). Lefebvre'in Üçlü –Algılanan, Tasarlanan, Yaşanan Mekân–Diyalektiği. *Dosya*,7-11
- Aydoğan F. (2009).Tüketim Kültürünün Gölgesinde Kentler.*Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 17 (2):203-215.
- Benjamin, Walter. (2012), Pasajlar, Çev. Ahmet Cemal, İstanbul:Yapı Kredi Yayınları.
- Biröl, G. (2007). Bir Kentin Kimliği ve Kervansaray Otel Üzerine Bir Değerlendirme. *Arkitekt Dergisi*,514:46-54.
- Cantek F.Ş.& Zırh, B.C. (2014). Bir Semt Monografisine Doğru: Cebeci'ye Bakmak. İdeal kent,138-170
- Castells, M. (2005). Enformasyon çağı I: Ekonomi, toplum ve kültür-ağ toplumunun yükselişi. (çev. E. Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Childe, V. G. (1962) *The Prehistory of European Society*. London: Cassel
- Ertürk, Ş. (2006). *İlk Çağ kentlerinde kullanılan grid planlamanın toplumsal, düşünsel ve ekonomik yönlerinin değerlendirilmesi için bir çalışma örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Gökçen Ş (2019).Kamusal sanat ve kültür eksenli kentsel dönüşüm.*International Journal of Interdisciplinary and Intercultural Art*. 3(6):215-236.
- Kaal, H., (2011). *A Conceptual History of Livability, City:Analysis of Urban Trands 1575*, UK.
- Kollektif Tüketim ve Kentsel Hareketler. Çağdaş Kent Sosyolojisi Kuramları. Erişim Tarihi: 12. 03.2019. <http://sosyolojisi.com/manuel-castells-1942-kollektif-tuketim-ve-kentsel-hareketler-cagdas-kent-sosyolojisi-kuramlari/1557.html>
- Lam, S., (2015). In The Shadow of the Kowloon Walled City, Salient, Melbourne.
- Lefebvre, H. (2011). Kent hakkı. *Eğitim Bilim Toplum*, 9 (36): 140-153.
- Lefebvre, H. (2014).*Mekânın Üretimi*. (I. Ergüden; Çev.).İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Littlefield, D., (2012), (Re) generation: Place, Memory, Identity. *Architectural Design*, 82(1):8-13
- Mumford, L., (1971). The death of the monument. J.L.Martin, B.Nicholson, N.Gabo (Ed.), *Circle International Survey of Constructive Art*. (s. 263-270) içinde. New York: Praeger Publishers.
- Norberg-Schulz, C. (1979) *Genius Loci: Towards a Phenomenology of Architecture* New York: Rizzoli.

- Öz Baysal E (2017). *Kent - Bellek İlişkisinde Güncel Sanat Pratikleri: İstanbul'u Belgelemek*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Işık Üniversitesi, İstanbul.
- Perry, D. C. ve Liggett, H. (1995). *Spatial practices: critical explorations in social/spatial theory*. Sage Publications.
- Renfrew, A. C. (1973) *Before Civilization: The Radiocarbon Revolution and Prehistoric Europe*. London: Cape
- Ross, C.L.T., Uzzell, D., L., (1996). *Place And Identity Processes*. *Journal Of Environmental Psychology* 16;205–220.
- Sağlam A. (1995). *Çevre ve Görsel Etkileşim*, (Yayımlanmamış Sanatta Yeterlilik Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Selvi Y. (2017). Sanatın 'öteki'ne açılması ya da kamusal alanda sanat. *Idil*, 6 (36): 2209-2232.
- Tekeli, İ. (2010). *Türkiyenin Kent Planlama ve Kent Araştırmaları Tarihi Yazıları*. Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- Tekkanat, S.S., Türkmen, S.N. (2018). Tarih boyunca kent formlarının biçimlenişi üzerine bir inceleme. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10 (4):107-124.
- Tezer, S. T. (2001). *Kent biçiminin köprüler etkisinde değişiminin incelenmesi, Floransa örneği* (Yüksek lisans tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul). <http://tez.yok.gov.tr/> adresinden edinilmiştir.
- Türk SM. (2015) 20. Yüzyıl Kent Kuramları. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 2(3):41-59.
- Türkdoğan T. (2014). *Sanat Kültür Politika Modernizm Sonrası Tartışmalar*. Nobel Yayınları: Ankara.

BÖLÜM 23

SOSYAL HİZMETLER AÇISINDAN SOSYAL RİSK KAVRAMI

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet YILMAZ¹

¹ Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İİBF Sosyal Hizmet Bölümü,
Kahramanmaraş/TÜRKİYE mehmety@ksu.edu.tr ORCID:0000-0002-5710-5263

Giriş

Sosyal risk kavramı, sosyal problemlerin artmasıyla birlikte sosyal güvenlik alanındaki dar anlamının dışında geniş bir alanda gündeme gelmeye başlamış ve önem kazanmıştır. Sosyal hizmetler açısından sosyal risk, sosyal problemlerin birey, aile ve toplumda meydana getirdiği hasar ve zararlar toplamı şeklinde tanımlanabilir.

Günümüzde parçalanmış aile, boşanma, aile içi şiddet, eğitim hayatının dışında kalma, fırsat eşitsizliği, sağlık problemleri ve sağlık hizmetlerine erişim problemleri, cinsiyet eşitsizliği, işsizlik, bağımlılık, çocuk ihmal ve istismarı, uluslararası düzensiz göç, göçmen kaçakçılığı, insan ticareti, çocuk işçiliği, engellilikle ilgili zorluklar, suç, şiddet, vb. gibi çeşitli sosyal problemlerden söz etmek mümkündür. Sayılan bu ve buna benzer problemlerin birey, hane halkları ve topluluklar açısından ortaya çıkardığı tehlikeler sosyal risk olarak adlandırılabilir. Bu problemlerin kendisi de aynı zamanda birer sosyal risk unsuru olarak birey ve toplum için tehlike oluşturmaktadır.

Sosyal hizmetler alanında sosyal risk kavramının tanımlanması, türlerinin tasnif edilmesi ve bertaraf yöntemleri önem taşımaktadır. Tanımlama ve sınıflandırma, uygulama esnasında sosyal politika yapıcılara ve çalışmacılara rehber oluşturacak ve hem politikaların geliştirilmesinde hem de bu politikaların sahada uygulanmasında kolaylık ve hızlilik sağlayacaktır.

Bu çalışmada kavramın tanımlanması, ana hatlarıyla tasnifi ve temel önleme yöntemleri özet bir biçimde ele alınmaktadır.

Sosyal Risk Kavramı ve Kapsamı

Geleneksel sosyal refah yaklaşımlarında sosyal risk kavramı sosyal güvenlik alanıyla sınırlı olarak çalışanların gelirinin kesilmesine yol açan, gelir azalması ve gider artışı ortaya çıkaran mesleki, fizyolojik ya da sosyo-ekonomik riskler şeklinde sosyal güvenlik riskleri olarak incelenir. Bu bakış açısından söz konusu riskleri bertaraf etmek için sosyal sigortalar kurulur ve çalışanların sosyal sigortaya tabi olarak bu risklerden korunmaları amaçlanır.

Ancak günümüzde sosyal risk kavramının anlamı genişlemiş ve sosyolojik açıdan, geniş anlamda sosyal politikalar ve sosyal hizmetler açısından sosyal riskler tanımlanmaya ve incelenmeye başlanmıştır. Günümüzde kadınların istihdama kitlesel olarak daha fazla katılmaya başlamaları, yaşlı nüfusun oranının genel nüfus dağılımı içindeki oranının

artmaya başlaması yeni birtakım sosyal risklerin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Teknolojik gelişmeler sonucu vasıfsız işlerin giderek makineler tarafından yapılmaya başlaması nedeniyle düşük eğitilmiş ve vasıfsız işgücünün daha düşük ücretlerle çalışmaya zorlanması ya da işsizlik riskiyle karşı karşıya kalması gibi nedenlerle de yeni sosyal riskler ortaya çıkmaya başlamıştır. Sosyal risklerin sayısı ve kapsamı olarak artmasının ve sosyal risk anlayışının değişmesinin bir diğer nedeni ise hükümetlerin geleneksel refah devleti anlayışı içinde kamu tarafından gerçekleştirilen birtakım sosyal koruma fonksiyonlarını giderek daha fazla oranda piyasaya ve özel sektöre bırakmaya başlamalarıdır (Sarıipek, 2018: 74-77).

Sosyal risk, bireyin yaşadığı dünyadan, fiziki ve sosyal çevre faktörlerinden, çalışma hayatından, aile ve bireysel faktörlerden, sosyal sorunlardan kaynaklanabilen sonucu negatif anlamda sosyal tehlikeye işaret eden ihtimaller dâhilindeki belirsizlik durumları şeklinde tanımlanabilir.

Bu çerçevede, ILO'nun 102 sayılı Sosyal Güvenliğin Asgari Standartları Sözleşmesi ile belirlediği dar anlamda sosyal güvenlik kavramı kapsamındaki riskler, temel sosyal risklerdir. Bunlar, iş kazası ve meslek hastalıkları şeklindeki mesleki riskler, hastalık, analık (hamilelik ve doğum), yaşlılık, maluliyet, ölüm şeklindeki fizyolojik riskler ve işsizlik, aile yükleri (evlenme, konut edinme, eğitim, vb.) şeklindeki sosyo-ekonomik riskler, şeklinde sayılabilir. Bunun yanında yoksulluk ve gelir düşüklüğü, bakıma muhtaçlık, çocuk, yaşlı ve kadınlar bakımından ihmal, istismar ve şiddet problemleri, engellilik, engelli öğretim ve rehabilitasyon sorunları, bağımlılık, boşanma ve parçalanmış aile sayılarındaki artış, örgün eğitim dışında kalma, genel olarak toplumsal sapma, suç ve şiddet eğiliminin artması vb. gibi sosyal riskler de günümüzde geniş kapsamda sosyal politikacıların ve sosyal hizmet görevlilerinin ilgi ve inceleme alanına girmektedir.

Sosyal Risk Türleri

Günümüzde sosyal politika uzmanları ve uygulamacıları sosyal riskleri dış dünyadan kaynaklanan tabii afetlerin toplum üzerindeki sonuçlarından ekonomik dalgalanmalarının etkilerine, oradan siyasi istikrarsızlığın sonuçlarına kadar çok farklı etkenler açısından ve farklı düzeylerde incelemektedirler. Geniş kapsamlı toplumsal risk analizi bakımından risk analizi ve boyutları Tablo-1'de şemalaştırılmıştır.

Toplumda tek kişi, aile ya da belli kişileri etkileyen riskler, küçük ölçekte kaldığı ve birey ve aileye yönelik politika ve uygulamalarla önlenmesi mümkün olduğu için “mikro riskler” olarak değerlendirilir. Hastalık, yaşlılık, vb. gibi riskler, mikro ölçeklidir. Bunun yanında birli bir grup ya da bölgeyi, belli bir topluluğu etkileyen riskler ise “mezo riskler” olup orta ölçekli sorunlar oluşturur. Belli bir bölgede ortaya çıkabilecek şiddetli yağmur, toprak kayması, bir beldeyle sınırlı kalan salgın hastalık, yangın, vb. riskler bu kapsamda değerlendirilebilir. Geniş bir bölgeyi ya da ülkenin tamamını hatta tüm dünyayı etkileme ihtimali bulunan riskler ise “makro riskler”dir (Aktan, 2002: 1). Makro risklerin örnekleri ise, deprem, sel, kuraklık, işsizlik, ekonomik kriz, Covid-19 salgınında olduğu gibi tüm dünyada yayılan salgın hastalıklar şeklinde sıralanabilir.

Sosyal risk faktörleri ve sebepleri de geniş kapsamlı olarak ele alınabilir. Tabiat, coğrafya, sağlık, sosyal, ekonomik, siyasi, çevresel kaynaklı faktörler sosyal risklere yol açabilir. Tabiat kaynaklı riskler, mezo boyutta, aşırı yağış, toprak kayması, volkanik patlamalar şeklinde ya da makro boyutta, deprem, sel, kuraklık, fırtına şeklinde ortaya çıkabilir. Yine çevresel ve coğrafi risk faktörüne bağlı olarak çevre kirliliği, ormansızlaşma, iklim değişikliği, nükleer sızıntılar şeklinde riskler ortaya çıkabilir. Tabiat kaynaklı ve çevresel riskler, sonuçları ve etkileri itibariyle sosyal risk oluşturmaktadır. Bunlar Tablo-1’de gösterilmektedir.

Tablo-1: Sosyal Risk Faktörleri, Boyutları ve Örnekleri

Risk Boyutları	Mikro		Mezo	Makro
	Belli	durumlara		Genel ve ortak
Risk Faktörleri	özü			
Tabiat kaynaklı			Aşırı yağış Toprak kayması Volkanik patlama	Deprem, Sel Kuraklık, Fırtına
Sağlık faktörüne bağlı	Hastalık Yaralanma (Kaza, Meslek Hastalığı) Engellilik		Bölgesel Salgın Kronik rahatsızlıklar	Küresel Salgın
Yaşam döngüsü kaynaklı	Doğum Yaşlılık Ölüm			
Sosyal	Suç Hane İçi Şiddet Sosyal dışlanma		Terörizm Gasp-Kapkaç Gangasterlik	İç karışıklık Savaş Sosyal patlama

		Sosyal dışlanma	
Ekonomik	İşsizlik Kıtlık İflas	İşsizlik Zorunlu göç/iskan Kıtlık	Ekonomik kriz Durgunluk Finansal kriz
Siyasal	Etnik ayrımcılık Din ve mezhep ayrımcılığı	Etnik ve ırk ayrımcılığı Din ve mezhep ayrımcılığı	Siyasal karışıklık Siyasi istikrarsızlık
Çevresel Coğrafi	Kötü yaşam koşulları	Çevre kirliliği	Kirlilik, Orman kaybı İklim değişikliği Nükleer felaket

Kaynak: Holzmann ve Jørgensen, 2000: 12'den tarafımızdan geliştirilmiştir.

Türkiye’de günümüzde toplumsal değişimle beraber öne çıkan sosyal risklerden bazıları, sosyal ve ekonomik yoksunluk, bakıma muhtaçlık, çocuk ihmal ve istismarı, kadına yönelik şiddet, bağımlılık yapıcı maddelerin kullanımı, çocukların suça sürüklenmesi şeklinde sıralanabilir. Ayrıca, işsizlik, yoksulluk, engellilik, şiddet, suç ve suçluluk oranlarındaki artış, sosyal-psikolojik sorunlarla baş etme güçlüğü ve intihar eğilimi, eğitim-öğretim sorunları, çevre sorunları ve sağlık sorunları vb. gibi sosyal risklerden de söz etmek mümkündür.

Sosyal risk haritalarında dikkate alınan belli başlı sosyal riskler, yoksulluk, gelirden pay almamak, eğitimden pay almama, gelir dağılımı adaletsizliği, sosyal dışlanma, yetersiz beslenme, düşük yaşam kalitesi, suç eğilimi, toplumsal ve şiddet olayları başlıkları altında ele alınmaktadır (Yılmaz ve Göktürk, 2019: 82).

Sosyal Risk Yönetim Teknikleri

Sosyal riskleri tespit etmek kadar riski yönetmek de önem taşımaktadır. Risk yönetim süreci birbiriyle bağlantılı beş basamaktan oluşmaktadır. Riskin tanımlanması, değerlendirilmesi ve hesaplanması, risk yönetim ve düzeltme araçlarından uygun olanın analizi, bu risk yönetim tekniğinin uygulanması ve nihai kontrol ve izlenmesi süreçleri şeklinde birbirini izleyen süreçler söz konusudur. Risk yönetim teknikleri ise, önleme, kaçınma, devretme, etkisini azaltma, kabul etme ve başa çıkma başlıkları altında incelenmektedir (Emhan, 2009: 213-215). Tablo-2’de başta yoksulluk olmak üzere çeşitli sosyal risk yönetim teknikleri ve örneklerine yer verilmektedir.

Tablo-2: Sosyal Risk Yönetim Teknikleri ve Tarafların Uygulayabileceği Yöntemler

	İnformel Mekanizmalar		Formel Mekanizmalar	
Risk Yönetim Tekniği	Birey ve hanehalkı temelli	Topluluk/gr up temelli	Piyasa temelli	Kamu tarafından sağlanan
Riski önleme ve riskten kaçınma	*Koruyucu sağlık uygulamaları *Göç etmek *Daha güvenli gelir kaynakları *Çalışma hayatında iş sözleşmesi yaparak kendini güvenceye alma	*Altyapı kanalları, teraslar için toplu eylem *Ortak mülkiyet ve varlık yönetimi		*Sağlam makroekonomik politika *Aktif işgücü piyasası politikaları *Sosyal politika *Eğitim ve mesleki eğitim politikası *Halk sağlığı politikaları Sosyal hizmet politikaları
Riskin etkisini azaltma-kaynak çeşitlendirme	*Mahsul ve arazi çeşitlendirmesi *Gelir kaynaklarını çeşitlendirme *Fiziksel sermaye yatırımları ve insani sermaye yatırımları	*Mesleki birlikler *Dönüşümlü tasarruf ve kredi ortaklıkları	*Finansal kuruluşlarda tasarruf hesapları *Mikrofinans	*Tarımsal geliştirme *Ticaretin serbestleştirilmesi *Yoksulların haklarının korunması *Girişimcilik destekleri *Eğitim programları
Riski devretme-sigortacılık	*Evlenme ve geniş aile imkânlarından yararlanma *Ortak kiracılık	*Sosyal sermaye yatırımları (sosyal çevreyi genişletme, sosyal ağ kurma)	*Yaşlılık sigortaları *Kaza, maluliyet ve diğer hayat türü sigortalar	*Sosyal güvenlik/sigorta sistemi *İş kazası, meslek hastalığı, hastalık, işsizlik, yaşlılık, maluliyet vb. için sosyal sigortalar
Riski kabul etme-riskle başa çıkma	*Varlık satma *Çevreden borç alma *Mevsimlik, göç *Tüketimi azaltma *Evde çalışan sayısını artırmaya çalışma ve çocukların çalıştırılması	*Meslek birlikleri vb. dayanışma ağlarından karşılıklı transfer sağlama/borç alma	*Finansal varlıkların satılması *Finansman kuruluşlarından kredi sağlama	*Sosyal yardım *İşsizlik sigortası *Sübvansiyonalar *Sosyal fonlar *Nakit transferi *Sosyal destek *Eğitim desteği *Bakım hizmeti

Kaynak: World Bank, (2001): 141'den tarafımızca geliştirilmiştir.

Kamu sosyal politikaları açısından sosyal risklerin önlenmesi ve riskten kaçınma ilk sırada kullanılan tekniklerdir. Sosyal politikalar, sosyal hizmet uygulamaları, aktif işgücü piyasası politikaları, gerektiğinde vergi politikaları, gelir eşitsizliğini azaltıcı politikalar sosyal risklerin önlenmesi ve sosyal risklerden kaçınma amacıyla kullanılabilir. Riskin devredilmesi ya da paylaşılması tekniği çerçevesinde kurulan sosyal sigortalar, sosyal güvenlik alanında kullanılan birinci öncelikli tekniktir.

Sosyal riskleri azaltma ve etkilerini hafifletme tekniği ise kamu hizmetlerinde ikinci öncelikli bir sosyal risk yönetim tekniğidir. Eğer riskten kaçınmıyorsak ya da önleyemiyorsak etkilerini azaltmaya çalışırız. Dezavantajlı kesimleri koruyucu politikalar bu tekniğe örnek olarak gösterilebilir. Çünkü bazı sosyal sorunları önlemek kişi ya da toplum açısından mümkün olmayabilir. Bünyeden, tabii afetlerden ya da dış etkenlerden kaynaklanan ve kaçınılması, önlenmesi mümkün olmayan riskler söz konusu olabilir. Ya da kamu kaynakları riski önlemede yeterli olmayabilir. Engelli hakları, yoksulların desteklenmesi, girişimcilik destekleri, meslek eğitimleri, kaynaştırma uygulamaları risk azaltma ve etkilerini hafifletme tekniği çerçevesinde geliştirilen uygulamalardır.

Sosyal risk yönetiminde en son ve acil durumlarda devreye giren teknik ise, riski kabul edip riskle başa çıkmanın yollarını aramaktır. Kriz yönetim süreçleri, şoklarla başa çıkma yöntemleri bu teknik çerçevesinde sosyal hizmet görevlileri eliyle yürütülür. Çocuk koruma ve bakım sistemleri, sosyal yardımlar, işsizlik yardımları, pasif işgücü piyasası politikaları, şiddet önleme çalışmaları, bağımlılıkla mücadele programları, hasta ve yaşlı bakım hizmetleri, var olan risklerin sağaltılması amacıyla kamu tarafından yürütülür.

Sosyal Problemler ve Sosyal Risk

Sosyal problem ya da sosyal sorun kavramı, sosyolojik açıdan topluma veya toplumu oluşturan grup ve kurumlara tehdit içeren davranış modeli olarak tanımlanabilir. Belirli bir durum veya olgunun çok sayıda kişi tarafından paylaşılan norm ve değerlerden sapması şeklinde tanımlamak da mümkündür (Adak, 2018: 18-20).

Sosyal problemler, olumsuz sosyal şartları içeren kötü durumları ifade eder. Bu kötü şartların toplumun belli bir kesimini etkilemesi gerekir. Sosyal sorunlar dış faktörlerden kaynaklanmış olsa bile sonuçları değiştirilebilir ve

olumlu yöne kanalize edilebilir. Dolayısıyla sosyal problemleri tamamen ortadan kaldırmak mümkün olmasa bile sonuçlarını değiştirmek ya da etkilerini azaltmak mümkündür. Toplumsal açıdan sosyal problem olarak tanımlanan olgu ve durumlar, yerel ölçekte sahada sosyal risk olarak değerlendirilir.

Sosyal problemlerden hareketle oluşturulabilecek belli başlı sosyal risk türleri aşağıdaki şekilde sıralanabilir. Mevcut sosyal problemler ve sosyal hizmet uygulamalarından hareketle oluşturulan bu liste genişletilebilir ve geliştirilebilir:

- Sosyal Ekonomik Destek İhtiyacı
- Engellilere evde bakım ihtiyacı
- Genel asayiş olayları
- Kadına yönelik şiddet vakaları
- Çocuklara yönelik koruyucu destekleyici tedbir ihtiyacı
- Özel eğitim ve rehabilitasyon hizmetleri ihtiyacı duyan engellilerin sorunları
- Suça sürüklenen ve suç mağduru çocuklar
- Uyuşturucu madde kullanımı
- Yoksulluk ve sosyal yardım ihtiyacı,
- Engelli ve yaşlı aylığından yararlanma ihtiyacı,
- İşsizlik
- Suç işleme riski ve hükümlülük
- Sosyal güvencesizlik

Sonuç ve Değerlendirme

Sosyal risklerin yerel ölçekte tespiti ve çözümlenmesi açısından tanımlanmaları önem taşımaktadır. Türlerinin sınıflandırılması da sorunların çözümünde kolaylık sağlayabileceği gibi sosyal politika ve sosyal hizmet aktörleri, sosyal hizmet kurum ve kuruluşlarından hangilerinin hangi sorun alanıyla ilgilenmesi gerektiğini de açıklığa kavuşturacaktır. Böylece kurum ve kuruluşlar arasında koordinasyon sağlanması kolaylaşacak ve görev alanları da netleşecektir.

Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı bu alanlarda genel politikaları belirler ve koordine ederken Aile ve Sosyal Hizmetler İl Müdürlükleri, İl Milli Eğitim Müdürlükleri, Sağlık İl Müdürlüğü vb. gibi sosyal hizmet paydaşları da

kendi görev alanlarına giren sosyal risklerle ilgili çalışmalarını koordineli bir şekilde yürütmeleri mümkün olacaktır.

Öte yandan sosyal risklerin yerel ölçekte tespiti önem taşıdığından, yerel ölçekte paydaş kurumlardan biri de belediyeler olup belediyeler de “sosyal belediyeçilik” uygulamaları ile dezavantajlı kesimler başta olmak üzere, sosyal risklere maruz kalan hemşerilerine uygun sosyal hizmetleri sunmaları gerekmektedir (Göktürk ve Yılmaz, 2020). Bu hizmetler arasında sosyal konutlar, sosyal danışmanlık ve rehberlik, yoksullukla mücadele programları, yaşlı ve engellilere yönelik hizmetler, kadın ve aile danışmanlığı hizmetleri vb gibi faaliyetler sayılabilir.

Sosyal risklerin azaltılması, önlenmesi ve sonuçlarının tehlikelerinden korunabilmek açısından devlet ve yerel yönetimlerin yanında birey, aile ve sivil topluma da görev ve sorumluluklar düşmektedir. Her kişi ve her kesim haklarıyla beraber sorumluluklarını da yerine getirdiği takdirde dünya daha yaşanılır bir yer haline gelecektir.

KAYNAKLAR

- Adak, Nurşen, (2018), “Sosyoloji ve Sosyal Problemler”, Sosyal Problemler Sosyolojisi Dünyadan ve Türkiye’den Örnekler (Ed. Nurşen Adak) içinde Siyasal Kitabevi, Ankara. (s. 15-34).
- Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, (2016), Sosyal ve Ekonomik Destek Hizmeti (SED): İdarecilere ve Meslek Elemanlarına Yönelik El Kitabı, Ankara. <https://www.ailevecalisma.gov.tr/uploads/chgm/uploads/pages/yayinlar/sed-hizmetini-yuruten-idarecilere-ve-meslek-elemanlarina-yonelik-el-kitabi-yeni.pdf> (12.12.2020)
- Emhan, Abdurrahim, (2009), “Risk Yönetim Süreci Ve Risk Yönetmekte Kullanılan Teknikler”, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 23, Sayı: 3, ss. 209-220.
- Göktürk, İsmail ve Yılmaz, Mehmet, (2020), Sosyal Problemlerin Yerel Ölçekte Çözümünde Sosyal Belediyecilik Yaklaşımı, Eğitim, Enerji ve Emek Piyasası (Editör: K. Hakan Derin), İKSAD Uluslararası Yayınevi, 2. Baskı, Ankara içinde s: 29-78
- Holzmann, Robert and Jørgensen, Steen, (2000), Social Risk Management: A New Conceptual Framework for Social Protection and Beyond, Social Protection Discussion Paper Series, No: 0006, The World Bank, <http://siatma.org/sitios/biblioteca/uploads/00036-GRAF-SLM.pdf> (erişim tarihi: 10.12.2020)
- Kahramanmaraş Valiliği ASP İl Müdürlüğü, (2015), Kahramanmaraş Valiliği İl Risk Haritası, Hazırlayan: Ali Aslan SAK, Kahramanmaraş.
- Sarıpek, Doğa, Başar, (2018), Yeni Sosyal Riskler Ve Yeni Refah Düzeni, KARATAHTA/İş Yazıları Dergisi, Sayı : 11 / Ağustos 2018 (s: 69-86)
- World Bank, (2001): World Development Report 2000/2001: Attacking Poverty, <http://documents1.worldbank.org/curated/en/230351468332946759/pdf/226840WDR00PUB0ng0poverty0200002001.pdf> (erişim tarihi, 05.12.2020)
- Yılmaz, Mehmet ve Göktürk, İsmail, (2019), Sosyal Problemler ve Sosyal Risk Analizi: Kahramanmaraş Kentsel Alanı Araştırması, İKSAD Publications, Ankara. <https://www.iksad.net/product-page/sosyal-problemler-ve-sosyal-risk-analizi> (erişim tarihi: 10.12.2020)

Yılmaz, Mehmet, (2020a), “Çocuk Refahı Problemleri Ve Çocuğun İyi Olma Hali Açısından Koruyucu Aile Hizmeti: Kahramanmaraş İli Uygulaması Üzerine Bir Araştırma”, Farklı Boyutlarıyla Sosyal Problemler: Sosyal Politikalar Ekseninde Multidisipliner Yaklaşımlar, (Editörler: Mehmet Yılmaz, Enver Günay), İKSAD Publications, Ankara içinde sayfalar: 181-229

Yılmaz, Mehmet, (2020b), “Dünyada Ve Türkiye’de Tarihsel Süreçte Sosyal Güvenlik Sisteminin Sürdürülebilirliği”, Türkiye’nin Yakın Dönem İktisadi Tarihi Ve Sosyo-Ekonomik Sorunları (Editör, Enver Günay), Gece Kitaplığı Yayınları, Ankara içinde sayfalar: 349-383

BÖLÜM 24

YARATICI DRAMA VE YABANCI DİL OLARAK TÜRKÇE ÖĞRETİMİNDE KULLANIMI

Dr. Öğr. Üyesi Ömer Faruk KADAN¹

¹ Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler Birimi Koordinatörü, Mevlana Programı Kurum Koordinatörü, Mütercim Tercümanlık Bölüm Bşk. Yabancı Diller Yüksekokulu, ofkadan@mku.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5187-3694, Antakya, Hatay/Türkiye,

Giriş

İnsanlar arasında iletişimin sağlanabilmesi ve sürdürülebilmesi için elbette ki en etkili araç dildir. Dil, içerisinde barındırdığı sembol ve sesler aracılığıyla insanların bir kavram, nesne veya varlık konusunda ortak paydada buluşmalarına, aynı şeyi anlamalarına olanak sağlamaktadır. Eğer dil olmasaydı insanlar ne anlatmak istediklerini anlatabilir ne de başkalarının anlatmak istediklerini anlayabilirlerdi. Bu durumu, birbirlerinin dillerini bilmeyen iki insanın soyut düşünceler üzerine tartışmalarını hayal ettiğimizde daha net anlayabiliriz.

Dünya genelinde yaklaşık 8 milyar insan ve bu insanlar tarafından kullanılmakta olan yaklaşık 6 bin dil bulunmaktadır (Doğru ve Bozkurt, 2021: 439). Bazı diller sadece belirli bir bölgede kullanılırken bazıları ise farklı bölgelerde yaşayan insanlar tarafından kullanılmaktadır. Türkçe de birçok coğrafyada kullanılan dillerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Ünalın'a (2012: 8) göre dünyada en çok konuşulan dillerden biri de Türkçedir. O, dünyada Türkçe konuşan yaklaşık 300 milyon olduğunu, bu insanların Moğolistan, Çin, Sırbistan, Sibiryaya, Kazan ve Bağdat gibi büyük bir coğrafyaya yayıldıklarını, 7 tanesi Türk devleti olmak üzere 23 ayrı devletin Türkçe ve onun lehçe veya ağızlarını konuştuklarını dile getirmiştir. Gerek Türkçenin bu kadar yaygın bir dil olması gerekse dünyada meydana gelen siyasi, kültürel, ekonomik, vb. sebeplerden ötürü Türkçe öğrenmeye ilgi veya gereksinim duyan yabancı insan sayısı da önemli bir oranda artmaktadır. Özellikle Suriye'de meydana gelen iç savaş sonrası Türkiye'ye göç eden Suriyeliler, ülkemize uyum sağlamak, sosyokültürel gelişimlerini hızlandırmak, öğrenim görmek veya bir iş sahibi olabilmek gibi nedenlerle Türkçe öğrenmeye başlamıştır. Bu durum yabancı dil olarak Türkçe öğretimini hiç olmadığı kadar popüler bir hale getirmiştir.

Yabancılar Türkçe öğretimi tarihçesinin Hun İmparatorluğu kadar eskilere dayandığını öne süren bir çalışma (Biçer, 2012) olsa da Türkçenin yabancı dil olarak öğretilmesine ilişkin bilinen ilk yazılı eser, Kaşgarlı Mahmud tarafından yazılan *Divan-ü Lûgati't-Türk'tür*. Kaşgarlı Mahmud, Arapça olarak kaleme aldığı bu eserinde Araplara Türkçeyi öğretmeyi amaçlamıştır. Kaşgarlı, sözlük niteliğindeki bu eserinde Türkçenin Arapça kadar gelişmiş bir dil olduğunu da göstermeyi amaçlamıştır. Her yönüyle çağının ötesine geçmeyi başarmış bu eserden sonra Türkçenin yabancı dil olarak öğretimine yönelik çok

sayıda başka eser de kaleme alınmıştır. Ancak ortaya koyulan eserlerden hiçbiri Divan-ü Lûgati't Türk kadar ses getirmemiştir.

Türkçenin yabancı dil olarak öğretimine yönelik yazılan tüm eserlerde farklı yöntem ve teknikler önerilmiştir. Bunların dayandığı birtakım yaklaşımlar bulunmaktadır. Bu yaklaşımlardan biri davranışçı yaklaşımdır. Eski, geleneksel yöntem ve tekniklerin tamamı davranışçı yaklaşımın çatısı altında yer almıştır. Skinner tarafından geliştirilen bu yaklaşıma göre öğrenme, bireylerin davranışlarında gözle görünür değişimleri yansıtmaktadır. Skinner, dilin de bir davranış olduğu görüşünü savunmaktadır. Bu yaklaşımda öğretim sürecinin hedefi öğrencilerde davranış değişikliğini sağlamaktır. Bu nedenle öğrencilerin zihinsel gelişimlerine yeterince özen gösterilmemektedir.

Ülkemizde dil öğretimi epey bir süre davranışçı yaklaşım esasına dayanmış ve bu yaklaşım doğrultusunda dil becerilerinden ziyade davranışlar temele alınmıştır. Bu yaklaşımda öğrencilerin zihinsel becerileri göz ardı edildiği için onların okuduklarını anlama, fikirlerini yazılı olarak ifade etme ve dili doğru kullanma noktasında sıkıntı yaşadıkları dile getirilmiştir (Güneş, 2007: 26). Bir diğer dil öğretim yaklaşımı ise yapılandırmacı yaklaşımdır. Davranışçı yaklaşımdaki eksiklikler anlaşılmaya başlayınca yapılandırmacı yaklaşıma bir yöneliş gerçekleşmiştir. Yapılandırmacı dil yaklaşımının temsilcileri Vygotsky ve Bruner'dir. Yapılandırmacılık olgusuna dayanan bu yaklaşıma göre birey, bilgiyi zihninde yapılandıran, anlamlandıran, yorumlayan ve geliştiren konumundadır. Bu yaklaşıma göre öğretmen bilgiyi doğrudan aktarmaz, yalnızca öğrencinin bilgiyi yapılandırmasına imkân sağlar. Bu sebeple de öğrenci merkezli bir yaklaşımdır. Demirel (2010: 159), bu yaklaşımın bir eğitim teorisi değil, hayatı anlama ve yorumlama şekli olduğunu öne sürmüştür. Bu yaklaşıma göre öğrenme, bireyin önceden sahip olduğu bilgilerini, yani eski tecrübelerini, karşısına çıkan yeni bir durum ile ilişkilendirmesi ve bunu var olan bilgilerinin üzerine yapılandırmasıyla meydana gelmektedir (Daley, 2001: 41). Bu yaklaşımda, bir dili öğrenmenin tam manasıyla zihinsel işlemlere dayandığına inanılmaktadır (Onan, 2013: 69). Bir dili öğrenebilmek için bilişsel süreçlerin aktif hale getirilmesi gerekmektedir.

Yapılandırmacı yaklaşım temel olarak öğrenende öğrenme isteği uyandırmak, onu öğrenme sürecine dahil etmek ve hatta bu sürecin merkezine yerleştirmek gayesindedir. Bu şekilde öğrenmenin daha etkin ve kalıcı

kılınması amaçlanmaktadır. Dolayısıyla bu yaklaşıma dayanan bir dil yaklaşımı ve bunu esas alan birçok yöntem ve teknik bulunmaktadır. Bu yöntemlerden biri de yaratıcı dramadır. Yaratıcı drama yönteminin farklı derslerde uygulanabilirliğine ve faydalarına ilişkin çok sayıda çalışma vardır (Briones, Gallego & Palomera, 2022; Clement, 2021; Danckwardt-Lillieström, Andree & Enghag, 2020; Ernst-Slavit & Wenger, 1998; Hançer Tok & Cerit, 2021; Kadan, 2021; Şahin, 2018). Bu çalışmada, yaratıcı dramanın ne olduğu, aşamaları, yaratıcı dramaya uygun sınıf ortamı, yaratıcı dramada öğrenci ve öğretmenin rolü, yaratıcı dramanın yabancı dil ile ilişkisi, yabancılara Türkçe öğretiminde yaratıcı drama konularından bahsedilecektir.

1. Yaratıcı Drama



Drama kelimesi, duymak, konuşmak ve okumaktan farklı olarak yapmak anlamına da gelmektedir (Powell, 1948: 43). Dramanın eğitim ortamında uygulanması, “eğitimde drama” ve “yaratıcı drama” gibi kavramların ortaya çıkmasına yol açmıştır. Dolayısıyla yaratıcı drama; dramanın eğitime uyarlanması yoluyla meydana gelmiş bir kavramdır. Yaratıcı drama, ilk olarak 1920’lerin başında Winifre Ward tarafından öne sürülmüştür. Ward tarafından kaleme alınan “*Creative Dramatics (Yaratıcı Tiyatroculuk)*” adlı eser öğretmenlerin yaratıcı drama konusunda sahip oldukları ilk yazılı eser olma özelliğine sahiptir (Wells & Ellen, 1993: 13). İlk başlarda “*yaratıcı tiyatroculuk*” kavramı yaygın olarak kullanılmış olup daha sonra bu kavram yerini “*yaratıcı drama*” ifadesine bırakmıştır. Yaratıcı drama, insanların geçmiş tecrübelerini hayal gücü, düşünme ve yansıtma yoluyla doğaçlamalı olarak

ifade etme şeklidir (Davis & Behm, 1978). Yaratıcı drama, yeni bir durum ile karşılaşıldığında, bireylerin bir lider eşliğinde geçmiş bilgilerinden faydalanarak var olan bir durumu yorumlayıp herhangi bir metne bağlı kalmadan doğal bir yolla canlandırma şeklidir. Yaratıcı dramada, grup üyelerinin tecrübe ettikleri, düşündükleri olay veya durumlar bir lider rehberliğinde yansıtılmaktadır. Bu bağlamda liderin görevi, rehberlik etmek ve katılımcılara düşüncelerini tiyatral yollarla sergileme noktasında yardımcı olmaktır. Ayrıca yaratıcı drama, bireyin duyuşsal deneyimlerini, hayal gücünü harekete geçirmeye ve öğrenme sürecine aktif bir şekilde katılım gerçekleştirmesine olanak sağlamaktadır. Çeşitli özellikleri ve farklı işlevleri sayesinde her yaşta insana uygun birçok öğrenme ortamında etkili bir şekilde kullanılabilir (Adıgüzel, 2006: 21-22).

Johnson (1998: 2)'in bazı araştırmacılarından (Block, 1997; Edwards, 1997; Heinig, 1993; Kelner, 1993) aktardığına göre yaratıcı dramayı bir oyun sergilemekten farklı kılan şey; yazılı bir diyalog kullanmadan öğrencilerin hayal gücü ile öğrenmelerine olanak sağlamasıdır. Oyuncular, başkaları tarafından yazılan dizeleri okur veya ezberlerler oysa yaratıcı dramada anlamı aktarabilmek için kendi kelimelerini belirlemeye ve kullanmaya ihtiyaç duyarlar. Yine de öğretmen, rehberlik etmesi açısından bir başlangıç yapısını öğrencilere sunar.

Kadan (2021: 89)'a göre yaratıcı drama; bireylerin olay veya durumları yazılı bir metin olsun ya da olmasın ön bilgilerinin yardımıyla ve doğal bir biçimde canlandırma şeklidir. Bu sebeple yaratıcı dramanın, öğrencilerde analiz etme, değerlendirme ve yaratma gibi üst düzey düşünme becerilerinin harekete geçirilmesinde etkili bir yöntem olduğu düşünülmektedir. Yaratıcı drama yönteminin uygulanma aşamaları konusunda farklı öneriler ortaya konulmuştur ancak bu çalışmada Kadan (2021: 89-91) tarafından önerilen aşamalar aktarılacaktır.

1.1. Yaratıcı Dramanın Bileşenleri

Johnson (1998: 4), yaratıcı dramanın “yapı”, “açık uçluluk”, “güvenli bir ortam” ve “geri bildirim” şeklinde dört asli bileşenin olduğunu ifade etmiştir. Bu bileşenlere ilişkin bilgiler aşağıda sunulmaktadır (1998: 4-5):

1.1.1. Yapı

Çocuklar rahat bir şekilde numara yapabilseler de doğaçlama yapmak onlar için zor ve soyut bir süreç olabilir. İlk aşamalarda onlar, eylem ve diyaloglarını yönlendirecek bir rehbera ihtiyaç duyabilirler. Bu noktada öğretmen olası eylem, diyalog ve karakterlerle ana hikâyeyi modelleyerek ve göstererek bu yapıyı oluşturabilir. Yaş ilerledikçe yapıya ihtiyaç duyma oranı da azalmaktadır. Bu sebeple, ileri yaştaki öğrencilere daha az yapı sunulması beklenmektedir.

1.1.2. Açık Uçluluk

Yaratıcı drama kendiliğinden olur ve değişebilir. Yukarıda ifade edildiği gibi öğretmen başlangıçta bir yapı sunduğunda yaratıcı drama daha verimli olmaktadır ama bu yapının esnek ve açık uçlu olması gerekmektedir. Öğrenciler yaratıcı drama sayesinde daha huzurlu ve rahat hissettikçe kendi hayat tecrübelerinden yola çıkarak özgün ve orijinal fikirler üretmeye başlayacaklardır. Hazır bir metin kullanmak onların yaratıcılık ve özgünlüklerini engelleyecektir. Bu nedenle yazılı bir diyalog kullanmamak güzel bir kuraldır. Öğrencilere yapı sunularak onların kendi kelimeleriyle anlamı sunmaya ve farklı sonlar bulmaları yoluyla doğaçlama yapmaya çalışmalarını teşvik edilmelidir.

1.1.3. Güvenli Ortam

Yaratıcılığın her türü belli bir oranda risk ve açıklık barındırmaktadır ve ancak öğretmen tarafından eğlenceli ve güvenli bir ortam oluşturulursa gerçekleşmektedir. Dolayısıyla yaratıcı dramanın ilk öğrenme aşamalarında sınıf kapılarını kapalı tutmak güven ve aidiyet duygusunun gelişimine katkı sağlayabilir. Öğretmen de yaratıcı dramayı modelleme ve ona katılım sağlama noktasında risk almaya istekli olursa daha fazla yaratıcılık ortaya çıkacaktır.

1.1.4. Geri Bildirim

Öğrenciler gerek formal gerekse informal geri bildirimler almaktan hoşlanırlar. İnfomal geri bildirimler özellikle öğretmen oyuna uygun tepki verdiğinde (bir duruma gülmek veya ağlamak gibi) etkilidir. Bir drama süreci tamamlandığında öğretmen öğrencileriyle süreci değerlendirerek veya güzel yaptıkları şeyleri açıklayarak daha çok formal geri bildirimler sağlamalıdır.

Öğrenciler geri bildirim sürecine alıştıkça deneyimlerini daha iyi yansıtabilecek ve başarılı drama unsurlarını açıklayabilecektir.

1.2. Yaratıcı Dramanın Aşamaları

Yaratıcı dramanın uygulanmasına ilişkin farklı araştırmacılar tarafından farklı aşamalar önerilmiştir. Mesela bazı araştırmacılar (Adıgüzel, 2006; Sulak ve Erdoğan, 2019), yaratıcı dramanın hazırlık-ısınma çalışmaları, canlandırma, değerlendirme-tartışma şeklinde üç aşamadan oluştuğunu dile getirmiştir. Aykaç (2009: 29) da benzer şekilde yaratıcı dramanın hazırlık-ısınma, canlandırma, değerlendirme (tartışma yok) şeklinde üç aşamadan oluştuğunu ifade etmiştir. Ayrıca, yaratıcı drama yönteminin 70 civarında teknikten oluştuğunu ileri sürmüştür. Diğer taraftan Kollarova (2013: 74), yaratıcı drama yönteminin rol yapma, yorumlama, doğaçlama veya tiyatral oyun aşamalarını ihtiva ettiğini beyan etmiştir. Kadan (2021: 89) ise yaratıcı dramanın “*ısınma çalışması*”, “*asıl çalışma*” ve “*değerlendirme*” şeklinde üç aşamadan oluştuğunu dile getirmiştir.

1.2.1. Isınma Çalışması

Isınma çalışması aşamasında, öğrencilerin kendilerini rahat hissetmeleri ve birbirleriyle sağlıklı bir iletişim kurmaları için onlara güvenli ve uyumlu bir ortam sunmak hedeflenmektedir (Adıgüzel, 2006: 25-26). Ayrıca bu aşamada yapılan etkinlikler, öğrencileri bir sonraki aşamaya ve yeni konuya hazır hale getirmek için kullanılmaktadır. Bu aşama, öğrencilerin dikkatini derse çekmek, dikkat çekici unsurlarla onları derse hazırlamak, onların ön bilgilerini kontrol etmek ve yeni duruma uygun bazı bilgileri onlara hatırlatmak bakımından son derece gerekli ve yararlı bir aşamadır (Kadan, 2021: 89-90). Yaratıcı dramada ısınma çalışmaları düzenlenirken, bireylerin ilgi alanları, zihinsel seviyeleri ve kabiliyetleri göz önüne bulundurulmalıdır (Hornbrook, 2002:56). Bu aşamada liderin rolü büyüktür ve bu aşama ile aşırı zaman kaybedilmemeli ve bunun sadece diğer aşamalara geçiş için gerekli olduğu akılda tutulmalıdır.

1.2.2. Asıl Çalışma

Kadan (2021: 89)'a göre asıl çalışma aşaması kendi altında *pantomim*, *rol oynama* ve *oluşum* şeklinde üç başlıktan oluşmaktadır. Bu başlıklara ilişkin bazı bilgiler bu bölümde aktarılmaktadır.

1.2.2.1. Pandomim

Pandomim, duygu ve düşüncelerin kelimeler olmadan, yalnızca jest, mimik ve vücut hareketleriyle ifade edilme şeklidir. Özellikle çocukların yaratıcı dramayı sevmelerinde ve onlara drama sürecinin anlatılmasında oldukça etkin bir yöntemdir. Pandomim etkinlikleri, öğrencilerin jest, mimik vb. vücut hareketlerini daha iyi anlamalarını, yorumlamalarını ve sözcüklere ihtiyaç duymadan da kendilerini ifade edebilmelerini sağlamaktadır. Pandomim etkinlikleri aynı zamanda kelimelerin farklı anlamları nedeniyle bazı durumlarda ortaya çıkan anlam karmaşasının da önüne geçilmesini sağlamaktadır. Çünkü duyguların vücut diliyle ifade edilmesi her zaman, herkes tarafından tek ve eşsiz bir şekilde yorumlanmaktadır.

1.2.2.2. Rol Oynama

Rol oynama; bir bireyin kendisini herhangi bir yerde ve zamanda, gerçek ya da kurgusal olan başka bir kişinin yerine koyarak o kişiye has bir davranışı canlandırması şeklinde tanımlanabilir. Rol oynama, bireylerin empati kurma yoluyla diğerlerinin duygularını anlamalarını ve onların ifade şekillerine saygı duymalarını sağlamaktadır. Rol oynama sürecinde bireylerde, tonlama, diksiyon, telaffuz gibi dil becerileri ve dinleme, başkalarının sözünü kesmeme ve sabretme gibi toplumsal beceriler gelişmektedir (Önder, 1999: 138). Rol oynama farklı amaçlarla yapılabilir. Yazkan (2000: 72), rol oynamanın; tutum ve kavram geliştirme, tutum ve kavramları gösterme, sosyal durumları kapsamlı bir şekilde anlama, toplumsal problemlere çözüm bulma, problemlerle ilgili tezleri sınama gibi amaçlarla yapılabildiğini dile getirmiştir. Rol oynama sayesinde bireyler, herkesin kendileriyle aynı şekilde düşünmek mecburiyetinde olmadığını, karşılaşılan durumlara farklı tepkilerle yaklaşılabilirdiğini görürler.

1.2.2.3. Oluşum

Yeni karşılaşılan ve olayların nereye varacağını bilinmediği çalışmalar bu aşamada gerçekleşmektedir. Karşılaşılan yeni duruma ilişkin bireylerin yeni şeyler ortaya koyması, ön bilgilerinden faydalanarak anlamlı ve somut çıktılar üretebilmesi, bu aşamada gerçekleşmektedir. Bu aşamayı doğaçlama olarak da ifade etmek mümkündür. Yaratıcı dramının bileşenlerinden biri olan yapının öğretmen tarafından ortaya koyulmasından sonra öğrencilerin ilgili durumu,

kendi zihinsel süzgeçlerinden geçirerek ve önceki deneyimlerinden yararlanarak doğaçlama yapımları bu aşamada gerçekleşmektedir. Bu şekilde öğrenciler aynı duruma karşı farklı yaklaşımlar sergilemekte ve diğerlerinin yaklaşım şekillerini değerlendirme fırsatı bulabilmektedir.

1.2.3. Değerlendirme

Bu aşamada tamamlanan süreç ve yapılan drama etkinliklerine ilişkin öğrencilerden fikir alınır ve hedeflenen kazanımların elde edilip edilmediğini görmek adına onlara sürece yönelik alıştırma ya da ödev verilir. Bu aşamada onlardan “Neler yaşadınız?, Nasıl hissettiniz?, Nerede sorun yaşadınız?, Nerede zevk aldınız?” gibi sorulara cevap vermeleri istenebilir (Kadan, 2021: 91). Yani, yaratıcı drama sürecinin önemi ve niteliği bu aşamada değerlendirilir. Sürece ilişkin duygu ve düşünceler bu aşamada açıkça ifade edilir. Hedeflenen kazanımlara veya meydana getirilen oluşumlara yönelik tartışmalar genellikle bu aşamada yapılır. Diğer alanlarda yararlanılan değerlendirme şekillerinin, yaratıcı dramanın değerlendirme aşamasında da kullanılması mümkündür (Adıgüzel, 2006: 26).

1.3. Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretiminde Yaratıcı Drama

Türkçenin yabancı dil olarak öğretiminde kullanılan setler genellikle dil bilgisi odaklı ve öğretmen merkezli bir öğretim tarzını benimsemektedir. Dolayısıyla bu setleri kullanan eğitimciler de geleneksel olarak adlandırılan öğretmen merkezli bir öğretim tarzına başvurmuşlardır. Bu şekilde bir öğretim tarzı, dilin en önemli işlevlerinden biri olan iletişimin sağlanmasını göz ardı edebilmektedir. Bu yüzden, öğrenciyi öğrenme sürecinin merkezine alan, onu sürecin her aşamasında aktif kılan, öğrenmeyi kendisinin yapılandırmasına olanak sağlayan yapılandırmacı yaklaşıma dayalı yöntem ve tekniklere başvurulmalıdır.

Öğrenci merkezli yöntemlerden biri olan yaratıcı dramada, bilgiyi öğrencinin kendi başına yapılandırması ve kullanması amaçlanmaktadır. Başka bir deyişle, öğrencinin yaparak ve yaşayarak öğrenmesi beklenmektedir. En etkin ve kalıcı öğrenmenin yaparak yaşayarak gerçekleştiği zaten birçok kişi tarafından bilinen bir gerçektir. Ayrıca öğrenme sürecinde birden fazla duyu organının harekete geçmesinin hatırlamayı kolaylaştırdığını ortaya koyan birtakım çalışmalar bulunmaktadır. Mesela Halliday (2020: 351), insanların gördükleri, kokladıkları ve dokundukları şeyleri daha çok hatırladıklarını öne

sürmüştür. Bu durum, harekete geçirilen duyu sayısı ile öğrenme arasında doğru orantı bulunduğunu göstermesi açısından anlamlıdır. Öğrenme sürecine tam manasıyla dahil olabilmek için bu doğrultuda hareket etmek gerekmektedir. Bunu sağlayabilmenin temel yollarından biri öğrenmede kullanılacak yöntem ya da tekniktir ve bu yöntemlerden biri de yaratıcı dramadır.

Yaratıcı drama, öğrencileri öğrenme sürecine tam olarak dahil ettiği için eğitimde birçok farklı alanda önemli görülen bir yöntemdir. Özellikle yabancı dil eğitimi alanında yaratıcı dramanın veya dramanın etkinliğini ortaya koyan çok sayıda çalışma bulunmaktadır (Aldağ, 2010; Ghiselli, 1998; Güzelsoy, 2018; Hyacinth, 1990; Kadan, 2021; Shand, 2008). Son yıllarda giderek daha önemli bir alan haline gelen yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde de bu doğrultuda çalışmalar yapılmaktadır. Mesela Karadağ ve Göçer (2018), drama yönteminin Türkçenin yabancı dil olarak öğretiminde kullanılmasının öğrencilerin akıcı konuşma becerileri üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmada yöntemin, akıcı konuşma becerisinin kazanılmasında önemli etkisinin olduğunu ve iletişim becerisini geliştirdiğini belirtmişlerdir. Sivrioğlu (2014) da benzer şekilde yaratıcı dramanın yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde kullanılmasının, öğrencilerin kendilerini rahat bir şekilde ifade edebilmelerine ve iletişim kurabilmelerine olanak sağladığını belirtmiştir. Ayrıca, farklı drama tekniklerinin kullanılmasının sınıfta sağlıklı bir iletişim ortamı oluşturduğunu dile getirmiştir. Çınar Genç ve Özçakmak (2021), da dramatisasyon tekniğinin yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde fiil öğretimi üzerine etkisini inceledikleri çalışmada, drama etkinliklerinin öğrencilerin fiil öğrenmelerine olumlu yönde katkı sağladığını beyan etmişlerdir. Benzer şekilde Karakuş ve Ökten (2018), öğrencilerin görüşlerinden yola çıkarak drama ile Karagöz ve Hacivat oyunlarının yabancılarla Türkçe öğretimine katkıda bulunacağını anlaşıldığını ve dramanın kaynaşmış fiillerin öğretiminde etkili olduğunu aktarmışlardır. Diğer taraftan Tüm (2010), Türkçenin yabancı dil olarak öğretilmesinde drama yönteminin kullanılmasının öğrencilere bildiklerini hatırlatmada ve onların ileri düzeyde dil kullanmalarına katkı sağlamada onları motive ettiğini ifade etmiştir.

Yabancı bir dil öğrenmenin önündeki en büyük engellerden biri motivasyon eksikliğidir. Bireyler ancak yabancı bir dil öğrenebileceklerine inandıklarında bunu başarabilirler. Bu yüzden öğrenme ortamlarında onların

motivasyonlarını artıracak yöntem ve tekniklere yer verilmesi gerekmektedir. Yaratıcı drama yönteminin, öğrencilerin motivasyonlarına olumlu yönde katkı sağladığını ortaya koyan pek çok çalışma bulunmaktadır (Aldağ, 2010; Kadan, 2021). Dolayısıyla yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde, öğrencilerin öz güven ve motivasyonlarına katkıda bulunmak, dil öğrenmelerini kolaylaştırmak amacıyla yaratıcı drama yönteminden faydalanmak mümkündür.

Yaratıcı drama sadece motivasyon açısından değil, bireylerin yabancı dil olarak Türkçe öğrenmesine yönelik pek çok noktada fayda sağlamaktadır. Mesela, bireylerin ilgi ve dikkatini çekecek yaratıcı drama etkinlikleri, onların dil öğrenmekten zevk almalarına, başarılı olmalarına ve kalıcı öğrenmeyi gerçekleştirmelerine yardımcı olmaktadır. Bu aşamada liderin yani öğretmenin rolü büyüktür. Öğretmen, öğrencilerini iyi tanımalı ve onların ilgi ve ihtiyaçlarına yönelik drama etkinliklerini uygulamalıdır. Bir yabancı dili öğrenmenin en temel manası o dili kullanma gereksinimidir. Bu yüzden yabancı bir dilin sadece mekanik unsurlarına odaklanmak, bürünsel öğelerini ve iletişim unsurlarını görmezden gelmek, bireye o dili kullanma imkânı sağlamayacaktır. Bu noktada yaratıcı drama, ona günlük hayattan kesitler sunacak, gerçek hayatta kullanabileceği ifadeleri öğretecek, karşılaşması muhtemel sorunları önceden görmesini sağlayacaktır. Dilin her tür ögesine ve yapısına yönelik bireyde bir farkındalık gelişmesin

Yaratıcı drama yönteminin yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde kullanılması dört temel dil becerisi olarak nitelendirilen okuma, yazma, konuşma ve dinleme becerilerinin tamamında uygulanabilir. Nitekim literatürde, İngilizcenin yabancı dil olarak öğretilmesinde yaratıcı dramının dört temel dil becerisine katkı sağladığını ortaya koyan çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Zaten tüm bu dil becerileri bilgilerin zihinde yapılandırılmasını gerekli kılmaktadır. Yapılandırmacı yaklaşıma dayanan yaratıcı drama yöntemi ise bireylere bilgileri zihinde yapılandırma fırsatı sağlamaktadır. Okuma becerisinde harflerle sesler arasında ilişki kurulması, seslerden anlama erişilmesi, durumun ön bilgiler doğrultusunda yorumlanması gibi karmaşık işlemler bu yöntem sayesinde kolaylaşmaktadır. Yazma becerisinde duruma uygun önceki deneyimlerden yararlanarak fikirler oluşturulması, bu fikirlerin sistemli bir biçimde bir araya getirilmesi, bir araya gelen fikirlerin yazılı hale gelebilmesi için ses-harf ilişkisinin kurulması gibi işlemler yine bu yöntem

sayesinde daha etkin yürütülmektedir. Konuşma ve dinleme becerilerinde de duygu ve düşüncelerin bir mantık çerçevesinde gerek aktarılması gerekse yorumlanması birtakım bilişsel sürecin aktif hale gelmesini gerektirmektedir. Yaratıcı drama yöntemi bu noktada katkı sunmaktadır. Yaratıcı drama yöntemi, yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde bireylere şu şekilde katkılar sağlamaktadır:

- 1- Onların motivasyonlarına olumlu yönde etki eder.
- 2- Onların öğrenmekten zevk almalarını sağlar.
- 3- Onlara huzurlu ve güvenli bir öğrenme ortamı sunar.
- 4- Onların empati duygularını geliştirir.
- 5- Onlara farklı bakış açılarını görme imkânı sunar.
- 6- Onların akranlarından öğrenmelerine yardımcı olur.
- 7- Onlara öğrenmeyi öğretir.
- 8- Onlara dil yapılarını ve kalıplarını görme ve uygulama olanağı sunar.
- 9- Onlara dilin iletişimsel boyutundan daha çok yararlanma fırsatı verir.
- 10- Onlara gerçek problem durumları sunarak asıl öğrenme amacına katkı sağlar.
- 11- Onlara telaffuzlarını geliştirme ve farklı ağızları görme fırsatı verir.
- 12- Onların üst düzey düşünme becerilerini harekete geçirir.
- 13- Onlara kültürel öğeleri daha iyi tanıma olanağı sağlar.
- 14- Onlarda dört temel dil becerisinin tamamının gelişmesini sağlar.
- 15- Onlarda çekingenlik duygusunun azalmasına katkı sunar.
- 16- Onların takım çalışması yapmasına ve grup öğrenmelerine yardımcı olur.

Yaratıcı drama yönteminin yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde kullanılmasının burada ifade edilemeyen daha birçok faydası bulunmaktadır. Buradaki en önemli hususlardan biri öğrencilere, hedef dil olan Türkçeyi sadece öğretmenden duymaktan ziyade öğrenme sürecine dahil olarak ve kullanarak öğrenme fırsatı vermesidir. Zaten bir dilin kullanılmadan ve sadece duyularak öğrenilmesi beklenemez. Türkiye’de yıllardır ikamet edip Türkçeyi öğrenemeyen Suriye uyruklu vatandaşların durumu bunu ispatlamaktadır. Onlar, Türkçeyi dışarıda duysa da kendileri kullanmadıkları için öğrenememektedir. Bu sebeple, okul veya kurs ortamında yabancılara Türkçe eğitimi veren öğretmenlerin bu konuda duyarlı olması gerekmektedir. Bireylere, hangi yaş düzeyinde olursa olsunlar, gerçek hayata uygun bir öğrenme ortamı

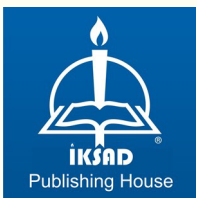
hazırlayarak ve gerçek hayatta karşılaşılabilecekleri problem durumlarını bu ortamlara taşıyarak yaratıcı dramaya uygun etkinlikler sunmaları son derece önemlidir. Bu şekilde onların öğrenme sürecinin her aşamasında aktif bir şekilde rol almalarına ve öğrendiklerini uygulamalarına olanak vererek, onlarda etkin ve kalıcı bir öğrenmenin gerçekleşmesine katkı sağlamış olurlar.

Sonuç olarak, yaratıcı drama birçok alanda olduğu gibi yabancı dil olarak Türkçe öğretimi alanında da kullanılması beklenen yöntemlerden biridir. Yaratıcı drama; bireylerin ilgilerini derse çekmede, onları derse hazırlamada, onları hem fiziksel hem de bilişsel olarak daha aktif kılmada, onların birbirlerini anlamalarına fırsat vermede, onları sosyal öğrenmeye teşvik etmede, vb. etkili bir yöntemdir. Tüm bu nedenlerden dolayı, Türkçeyi yabancı dil olarak öğreten öğretmenler tarafından dikkatle incelenmeli, yönetime uygun etkinlikler hazırlanmalı ve bunlar derslerde kullanılmalı, araştırmacılar tarafından tüm dil becerilerine yönelik örnek bir kılavuz kitap hazırlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, H. Ö. (2006). Yaratıcı drama kavramı, bileşenleri ve aşamaları. *Yaratıcı Drama Dergisi*, 1(1), 17-30.
- Aldağ, E. (2010). *The effects of creative drama on enhancement of motivation in language learning*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Aykaç, M. (2009). Türkçe ders kitaplarında önerilen yaratıcı drama etkinliklerinin uygulanabilirliği. *Yaratıcı Drama Dergisi*, 4(8), 19-34.
- Biçer, N. (2012). Hunlardan günümüze yabancılara Türkçe öğretimi. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 1(4), 107-133.
- Briones, E., Gallego, T., & Palomera, R. (2022). Creative drama and forum theatre in initial teacher education: Fostering students' empathy and awareness of professional conflicts. *Teaching and Teacher Education*, 117, 1-12, DOI: 10.1016/j.tate.2022.103809
- Clement, P. (2021). The use of creative drama in inculcating moral values to children. *Dougirei Journal of Education*, 13, 182-185.
- Çınar Genç, N., ve Özçakmak, H. (2022). Yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde dramatizasyon yönteminin fiil öğretimi üzerindeki etkisi. *Trakya Eğitim Dergisi*, 12(2), 727-742
- Daley, Barbara J. (2001). Learning and professional practice: A study of four professions. *American Association for Adult and Continuing Education*, 52(1), 39-54.
- Danckwardt-Lillieström, K., Andree, M., & Enghag M. (2020). The drama of chemistry – supporting student explorations of electronegativity and chemical bonding through creative drama in upper secondary school. *International Journal of Science Education*, 42(11), 1862-1894, DOI: 10.1080/09500693.2020.1792578
- Davis, J. H. & Behm, T. (1978). Terminology of drama in theatre with and for children: A redefinition. *Children's Theatre Review*, 27(1), 10-11.
- Demirel, Özcan. (2010). *Eğitimde Program Geliştirme – Kuramdan Uygulamaya*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Doğru, F. ve Bozkurt, F. (2021). Sosyoekonomik katmanlarda dil kullanımı. *Mukaddime*, 12(2), 435-484.
- Ernst-Slavit, G., Wenger, K. (1998). Using creative drama in the elementary ESL classroom. *TESOL Journal*, 30-33.
- Ghiselli, J. T. (1998). *Using creative drama and storytelling in the ESL classroom*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Kean University.
- Güneş, Firdevs. (2007). *Yapılandırıcı Yaklaşımla Sınıf Yönetimi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Güzelsoy, R. (2018). *Yaratıcı drama yönteminin İngilizce kelime edinimine etkisi (dokuzuncu sınıf örneği)*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.

- Halliday, T. (2020). Use of information, education and communication (IEC)-based materials: An effective teaching learning strategy in nutrition education. *International Journal of Research and Scientific Innovation (IJRSI)*, 7(9), 350-354.
- Hançer Tok, H., & Cerit, B. (2021). The effect of creative drama education on first-year undergraduate nursing student attitudes toward caring for dying patients. *Nurse Education Today*, 97, 1-6, DOI: 10.1016/j.nedt.2020.104696
- Hornbrook, D. (2002). *Crafting Dramas - On The Subject of Drama*. London and New York Routledge.
- Hyacinth, G. (1990). Using drama techniques in language teaching. Washington, DC: *Education Resources Information Center. ERIC Database ED366197*.
- Johnson, A. P. (1998). How to use creative dramatics in the classroom. *Childhood Education*, 75(1), 2-6, DOI: 10.1080/00094056.1998.10521967
- Kadan, Ö. F. (2021). The effects of creative drama on achievement and motivation levels of the 7th graders in English language classes. *Participatory Educational Research (PER)*, 8(3), 88-104, DOI: 10.17275/per.21.55.8.3
- Karadağ, B. F., ve Göçer, A. (2018). Türkçenin yabancı dil olarak öğretiminde drama yönteminin akıcı Konuşma üzerindeki rolü. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 7(1), 431-446.
- Karakuş, N., ve Ökten, C. E. (2018). Teaching semantically stereotyped compound verbs through drama technique with using Karagöz and Hacivat plays in teaching Turkish as a foreign language. *International Online Journal of Educational Sciences*, 10(1), 259-275, DOI: 10.15345/iojes.2018.01.019
- Kollarova, D. (2013). Creative drama in support therapies for children with learning disorders. *Acta Educationis Generalis*, 3(1), 73-85.
- Powell, J. (1948). Drama in religious education. *Religion in Education*, 15(2), 43-46.
- Onan, Bilginer. (2013). *Dil Eğitiminin Temel Kavramları*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Shand, J. W. (2008). *The use of drama to reduce anxiety and increase confidence and motivation towards speaking English with two groups of English language learners*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. The School of Theatre Arts, The Arizona University.
- Sulak, S. E., & Erdoğan, M. (2019). Yaratıcı drama yönteminin ilkokul 4. sınıf öğrencilerinin yaratıcı yazma becerilerine etkisi. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(16), 1118-1139.
- Şahin, B. (2018). Yaratıcı drama ile matematik öğreniyorum. *Journal of Inquiry Based Activities (JIBA)*, 8(1), 37-50.



ISBN: 978-625-6955-36-3