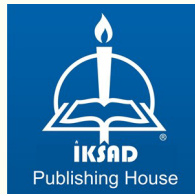


SOSYAL BİLİMLERDE SEÇME KONULAR-10

EDİTÖRLER

Doç. Dr. Hasan ÇİFTÇİ

Doç. Dr. Kasım KAYA



SOSYAL BİLİMLERDE SEÇME KONULAR - 10

Editörler

Doç. Dr. Hasan ÇİFTÇİ

Doç. Dr. Kasım KAYA

Yazarlar

Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY

Doç. Dr. Cemile ÇETİN

Doç. Dr. Feriha DİKMEN DELİCEIRMAK

Doç. Dr. Nimet HARMANCI

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Bora KIRKLIKÇI

Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Nur MORKOÇ

Dr. Öğr. Üyesi Gülden KADOOĞLU AYDIN

Dr. Öğr. Üyesi Gülsüm TARÇIN

Dr. Öğr. Üyesi Harun ÇALHAN

Dr. Öğr. Üyesi İlyas KARA

Dr. Öğr. Üyesi İsmail Cem KARADUT

Dr. Öğr. Üyesi Meryem GÜL

Dr. Öğr. Üyesi Metin Gani TAPAN

Dr. Öğr. Üyesi Oğuzhan DÜLGAROĞLU

Dr. Öğr. Üyesi Remzi BULUT

Dr. Öğr. Üyesi Rüya KAPLAN YILDIRIM

Dr. Öğr. Üyesi Sevgin ÖZDERİN

Dr. Öğr. Üyesi Songül MOLLAOĞLU

Öğr. Gör. Dr. Esra CEBECİ MAZLUM

Öğr. Gör. Dr. Ömer BÜYÜKBAŞ

Öğr. Gör. Dr. Serap ATEŞ

Dr. Ahmet TOKMAK

Dr. Ferruh KAYALAN

Dr. Mahmut KUTLU

Dr. Nezahat ÇETİN

Dr. Yasin ÖZTÜRK

Öğr. Gör. Hamdi AYYILDIZ

Uzm. Öğrt. Ahmet İNANOĞLU

Fatma ACARLIOĞLU



Copyright © 2023 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 – 2023©

ISBN: 978-625-6404-86-1

Cover Design: İbrahim KAYA

March / 2023

Ankara / Turkey

Size = 16 x 24 cm

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....1

CHAPTER 1

THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA PHENOMENA ON CONSUMER PURCHASING

Assoc. Prof. Dr. Nimet HARMANCI

Assoc. Prof. Dr. Feriha DİKMEN DELİCEİRMAK.....3

BÖLÜM 2

‘HEİDİ’ VE ‘ELİF’İN DÜŞLERİ’ ÇİZGİ FİLMLERİNDEKİ İDEAL ÇOCUK KIYASLAMASI

Dr. Mahmut KUTLU.....27

BÖLÜM 3

KURUMLARA VERİLEN FİNANSAL OKURYAZARLIK EĞİTİMİNİN FİNANSAL OKURYAZARLIK DÜZEYİ ÜZERİNE ETKİSİ- AYDIN EMNİYET MÜDÜRLÜĞÜ PERSONELLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Dr. Öğr. Üyesi Rüya KAPLAN YILDIRIM

Dr. Öğr. Üyesi Gülden KADOOĞLU AYDIN.....47

BÖLÜM 4

TÜRKİYE’DE ODUN DIŞI ORMAN ÜRÜNLERİ ÜRETİM- İHRACAT İLİŞKİSİ: SEÇİLMİŞ ÜRÜN ÖRNEKLERİ (Kestane, Defne, Kekik, Adaçayı, Ihlamur, Keçiboynuzu ve Çam Fıstığı)

Dr. Öğr. Üyesi Remzi BULUT

Dr. Öğr. Üyesi Sevgin ÖZDERİN.....63

BÖLÜM 5

GÖRSEL SANATLARDA GÖRSEL KÜLTÜR

Dr. Öğr. Üyesi Songül MOLLAOĞLU.....83

BÖLÜM 6

YÖNETİM KAVRAMI VE YÖNETİMİN TEMEL FONKSİYONLARI

Öğr. Gör. Dr. Serap ATEŞ.....103

BÖLÜM 7

ENDÜSTRİ 4.0 UYGULAMALARININ ORMAN ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜNDEKİ POTANSİYELİ: FIRSATLAR VE ZORLUKLAR

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Bora KIRKLIKÇI.....129

BÖLÜM 8

ESKİ ÖN ASYA'DA BAL MUMU KULLANIMI

Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Nur MORKOÇ.....153

BÖLÜM 9

AR-GE HARCAMALARININ EKOLOJİK AYAK İZİNE ETKİSİ: G7 ÜLKELERİ ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Dr. Esra CEBECİ MAZLUM.....169

BÖLÜM 10

KAYMAKAM MÜRSEL BEY'İN ERZİNCAN'DA FAALİYETLERİ (BİRİNCİ DÜNYA SAVAŞI DÖNEMİ 1916)

Dr. Ferruh KAYALAN.....189

BÖLÜM 11

KİLİS'TE MÂNİ SÖYLEME GELENEĞİ

Dr. Öğr. Üyesi Gülsüm TARÇIN

Fatma ACARLIOĞLU.....211

BÖLÜM 12

EVLENME GELENEĞİNDE (KIZ İSTEME) SAYGI KAVRAMI

Dr. Öğr. Üyesi Gülsüm TARÇIN.....239

BÖLÜM 13

AKILLI ŞEHİR VE AKILLI DESTİNASYON ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Dr. Öğr. Üyesi Harun ÇALHAN.....261

BÖLÜM 14

MEDRESE EĞİTİMİ TARİHİ

Dr. Öğr. Üyesi İlyas KARA

Dr. Ahmet TOKMAK

Uzm. Öğrt. Ahmet İNANOĞLU.....281

BÖLÜM 15

KİŞİLİK VE GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN SOSYAL GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİNE ETKİSİNİN İNCELENMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Meryem GÜL

Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY.....321

BÖLÜM 16

EKO TASARIM, EKO TASARIM ARAÇLARI, EKO TASARIM UYGULAMALARI VE TEKSTİLDE EKO TASARIM

Dr. Nezahat ÇETİN.....

347

BÖLÜM 17

ULUSLARARASI SORUMLULUK VE TERÖRİSTLERİN GERİ İADESİ

Dr. Yasin ÖZTÜRK.....

379

BÖLÜM 18

BİREYSEL KARIYER YÖNELİMİNDE ÜNİVERSİTE EĞİTİMİNİN ROLÜNÜN ÖĞRENCİ BAKIŞ AÇISIYLA DEĞERLENDİRİLMESİ -NİTEL BİR ARAŞTIRMA-

Doç. Dr. Cemile ÇETİN.....

399

BÖLÜM 19

SİYASAL PARTİLERİN SONU MU ?: ANTI-POLİTİKA PERSPEKTİFİNDEN BİR DÖNÜŞÜM HİKAYESİ

Dr. Öğr. Üyesi İsmail Cem KARADUT.....

427

BÖLÜM 20

YİYECEK-İÇECEK İŞLETMELERİNDE MALİYET KONTROLÜ (COST CONTROL) VE YÖNETİMİ

Dr. Öğr. Üyesi Oğuzhan DÜLGAROĞLU.....

445

BÖLÜM 21

BAĞIMLILIK DANIŞMANLIĞI MESLEĞİ: TARİHSEL GELİŞİM, YETERLİLİKLER VE UYGULAMA

Dr. Öğr. Üyesi Metin Gani TAPAN.....

463

BÖLÜM 22

GIDA GÜVENLİĞİNDE FARKEDİLMİYENLER:

NUS'TAN FSF'LERE

Öğr. Gör. Dr. Ömer BÜYÜKBAŞ, Öğr. Gör. Hamdi AYYILDIZ...507

ÖNSÖZ

Günümüz küresel dünyasında, birbirleriyle entegre yapılar bütünü içerisinde, sosyal bilimler alanındaki çalışmalar bir zincirin halkaları gibi bir vazife üstlenmektedir. Çünkü çok hızlı bir değişim ve dönüşüm yaşanmaktadır. Sosyal Bilimler; bu değişim, dönüşüm ve şekillenme etkilerinden daha fazla etkilenmektedir. Sosyal Bilimlerdeki bu değişim her adımda daha fazla gözle görülebilir ve net hale gelecektir.

Sosyal Bilimler içerisinde günümüz parametreleri harmanlandığı zaman, farklı araştırmacıların birbirleri ile entegre ve interaktif bir etkileşim içerisinde çalışması zarurieti ortaya çıkmıştır. Disiplinlerarası çalışmalarda bir artış seviyesi ve önem kazanma görülmektedir. Bilimsel anlamda Multidisipliner çalışmaların literatüre zenginlik katacağı bir durum oluşmaktadır.

Bilginin küreselleşmesi neticesinde farklı disiplinlere ait bilgi paylaşımının önemi daha fazla ortaya çıkmaktadır. Bireyler ve ülkeler için sahip olunmuş büyük gücün ve kapasitenin bilgi olduğu günümüz koşullarında, farklı disiplinlerde çalışan bilim insanlarının güncel bilgi üretimi ve bu bilginin kullanımı avantajlar sağlamaktadır.

Editörlüğünü yaptığımız bu kitap içerisinde, Türkiye'deki Sosyal Bilimler alanında pek çok konuda yazılmış ve araştırılmış konular derlenmiştir. Sosyal Bilimler alanında çalışmalar yapmış bilim insanlarının seçtiği ve belirlediği konular bulunmaktadır.

Bu kitaptan faydalanacak olan tüm araştırmacılar adına kitaba bölüm yazarak bilgiyi küreselleştiren, paylaşan ve yayılmasını sağlayan tüm bilim insanları ile bu kitap ve benzeri kitapların hayat bulması için emeği geçen herkese ve yazarların ortak bir platformda buluşmasını sağlayan İKSAD Yayınevi'ne teşekkür ederiz.

Editörler:

Doç. Dr. Hasan ÇİFTÇİ

Doç. Dr. Kasım KAYA

CHAPTER 1

THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA PHENOMENA ON CONSUMER PURCHASING

Assoc. Prof. Dr. Nimet HARMANCI¹

Assoc. Prof. Dr. Feriha DİKMEN DELİCEIRMAK²

¹Doğu Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Kıbrıs, nimet.harmanci@emu.edu.tr, Orcid Id: 0000-0003-0533-3034

²Girne Amerikan Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Bölümü, Kıbrıs, ferihadikmen@gau.edu.tr, Orcid Id: 0000-0003-4846-3736

INTRODUCTION

At the end of the 1970s, Jim Ellis and Tom Truscott created the basis of social media with the "User Network", in other words, "Usenet", which allowed multiple people to communicate at the same time. With Usenet, the foundation of the first forum site was laid in the sense that users could publish their content (Kolektif, 2018). Social media is one of the concepts that the internet has brought to the media field and one of the developments of new communication technologies, and it is like the reflection of the network society in the internet field. Social media sites reveal the social dimension of the new media with the content prepared by users and the circulation of these contents in the network between users (Kara, 2012). The word "social", an adjective of French origin, is defined as "social" in the dictionary of the Turkish Language Association. The word "media" of English origin refers to the means and medium of communication (Bostancı, 2019). The first thing that comes to mind when it comes to the word social media, which is pronounced quite frequently today, is the definition of "sharing". Social media can be defined as an online network that offers people the opportunity to share the term media through technology and digital media, as well as creating digital content through personal and corporate pages and sharing their perspectives, thoughts, ideas, daily life, whereabouts, photos, advertisements and every event they experience (Alper, 2012). This definition of social media explains the emergence of social media all over the world in terms of content. Social media, which affects people's daily lives and almost everything, is a tool brought by new generation web technologies. The media has also led to changes with the development of technology. Lev Manovich argues that "there is only one fundamental difference between old and new media models; while old media processes digital representation processes, new media does not" (Büyükaslan and Kırık, 2015). Manovich's statement explains that what makes new media new is the processing of what is produced and digital coding in terms of cultural models; digital coding enables the transmission and production of these models with unprecedented ease. As a concept, social media includes all applications, tools and services that enable users to interact by utilizing network technologies (Cereci, 2019). Social media is one of the concepts that the internet has brought to the media field and one of the developments of new communication technologies, and it is like the reflection of the network society in the internet field. Social media sites reveal the social dimension of new media with the content prepared by users and the circulation of these contents in the network between users (Abidin, 2016). New media, which enable users to interact, are more concerned with the technologized form of life and social culture. However, there are different approaches to a clear understanding of what new media is. The organizational dimension of new media is defined as media institutions or organizations, such as radio or television outlets, that combine or produce content and at the same time create the production stage necessary to

make it ready for transmission to the masses (Aichner and Jacob, 2015). Another dimension, the functional dimension, explains the importance of the media's work and tasks such as entertaining, educating, informing or influencing public opinion by reaching a part of the public or all potential recipients. The concept that the Internet has brought to the media field and the possibilities offered to the users of social media, which is stated as one of the developments of new communication technologies, enable users to instantly inform society about the relationships, changes and formations around them, while the reconstruction of visibility has begun in the opening of private areas to the public, the publication of news and the sharing of information (Bozarth, 2010). While McLuhan defined the medium as "an extension of the human limb", today it is stated that social networks are a kind of human super-organism. It can be stated that social networks are also developing and growing and that all kinds of things move and flow within them (Blakeman and Brown, 2010). Research on social media shows that social media has become an indispensable part of people's lives and has the power to influence people. The concept of social media was analyzed by Lon Safko in two phases. Safko has analyzed the concept of social media in two different ways "social and media". He defines the socialization of users with other users through network-based communication tools as "social", and the structure that allows users to communicate between individuals by eliminating space, time and physical boundaries as "media". In these situations, social media enables users to use these environments effectively, to realize themselves and to be free (Bostancı, 2019). Social media symbolizes the process that occurs within the framework of terms such as "openness", "participation", "connectedness" and "face-to-face dialogue" with new communication technologies.

1. LITERATURE REVIEW

1.1. Characteristics of Social Media

Social media, like all communication tools, has some characteristics as it contains its developments and innovations. These characteristics of social media are defined by various researchers (Özgen and Kara, 2012). According to these definitions, social media is a global platform that can be easily accessed by everyone and used by large masses. Due to its low cost, it offers everyone the opportunity to use and participate. On social media platforms, participants can comment on any issue they want and freely generate ideas (Ünal, 2020). Social media enables the identification of virtual communities independent of space and time, and this feature positively affects the communication process. Since it is an area focused on interaction and sharing, it offers two-sided communication by bringing users from passive to active (Kahraman, 2010). Social media has a very important structure such as ensuring continuity in communication and providing a democratic environment for people. On social media platforms, each user has the opportunity to have an equal say. Because

of this feature, it is quite different from traditional media. In addition, the fact that users have easy and unlimited access to information on social media and that there are no limitations also provides an advantage (Tuncer, 2013).

Thanks to these platforms, people can get answers to their questions about any issue from each other, answer other people's questions and help each other. In this way, there is cooperation and interaction between people. According to Poyraz (2016), the concept of social media has gained a quite different dimension in today's world. The communication and communication carried by traditional media have quite different meanings in social media (Kolektif, 2018). Today, social media platforms have become environments where people socialize with other people, seek social and psychological support, seek help from others in areas where they feel incomplete and inadequate, and express themselves freely. Thanks to social media environments, individuals are to prove their existence and prove themselves to others. On the other hand, since social media platforms are not only personal but also enable a community to form and act in an organized manner, they have also become channels for initiating various public opinion movements and actions. While social media platforms give individuals an equal voice against the bureaucracy and the government, they also provide support to civil society organizations (Güçdemir, 2017). It is an environment where individuals with the same information can come together and act with a sense of community, as it is a platform where people can freely share their thoughts and opinions and quickly convey them to other people. With this feature offered by social media platforms, other social media users can be instantly informed about a development occurring in one part of the world or users in different countries to meet on these platforms and take action with similar values (Khamis and Welling, 2016). Through social media platforms such as Twitter, Facebook and Instagram, people can create a public conscience by sharing images and pictures instantly. Instagram, in particular, offers its users the ability to "tag" another Instagram user, in other words, to inform that user as well, allowing them to instantly reach and inform the authorities and the police. In addition, social media, which offers users the opportunity to prepare their own, individualized environments, draws attention to this aspect. Social media platforms are intensely preferred by users from all over the world due to their features (Kara, 2012).

Tuncer (2016) attributes the popularity and popularity of social media among users to its feature of "customization" according to the user. This is because on social media platforms, users can create profiles that contain information specific to them, and with the help of these profiles, they can communicate with other users and have information about them (Bostancı, 2019). Social media can also be considered an environment where only personal pictures, videos and information are shared. In addition, through social media, people can earn money by trading, coming up with new ideas, and

searching for a job. The fact that social media allows multimedia and is constantly updated increases the number of users (Alper, 2012).

Mayfield (2008) lists the characteristics of social media as connectedness, participation, conversation, openness and community. These characteristics are explained below;

- Openness: In social media, many services are open to feedback and participation. People can share posts, comments, feedback and vote.
- Participation allows every person involved in social media to contribute and provide feedback.
- Conversation enables a two-way communication flow.
- Interconnectedness - social media allows various sites, people and resources to communicate with each other.
- Community; it enables the creation of communities in line with common interests and interests effectively and rapidly.

In addition to all these features, social media offers a form of communication that falls between mass communication and interpersonal communication with unclear boundaries (Brown and Hayes, 2008).

In these situations, social media enables users to use these environments effectively, to realize themselves and to be free. Social media is a network where unlimited information flow is provided and people can communicate with each other, and it has different types of platforms. Social media types include social networks, wikis, content-sharing sites, microblogs, blogs, location-based services, social bookmarking sites, online communities, etc. (Kahraman, 2010). Social media is also used effectively in marketing. Several factors stand out in the use of social media in marketing. Among these factors; social media is more advantageous than traditional media, it has the opportunity to reach large masses, it can receive feedback quickly, it is actively used by users, and those who create social media platforms provide convenience and innovations in marketing platforms (Gökşin, 2017). Social media platforms are used by marketers and retailers to reach customers and offer them a way to shop. In today's world, consumption is one of the phenomena that form the basis of the economic system. Social media is becoming increasingly important in directing the behavior and attitudes of consumers (Gardner, 2019).

Social media users, who have emerged in recent years with the development of the internet and the innovations brought by technology, are exposed to various stimuli and content on digital platforms and form perceptions, attitudes and opinions on related issues. Many psychological and physical variables affect the perceptions of users in the process of reaching the messages in the content to which they are exposed. Manipulating or changing the thoughts and opinions of the target audience deliberately by using various tactics and methods is referred to as perception management. Especially since many users with different views and opinions are involved in social media platforms as content producers and social media has the power to influence

large masses in a short time, these platforms are very open to perception management.

In other words, social networks are new-generation application platforms for perception management activities. Perception management and tactics carried out on traditional media tools have been replaced by social media platforms that can reach users faster and are multidimensional. In contrast to the methods used in both social media platforms and traditional media for perception management, there are also new methods that have emerged on social media platforms. These are;

- Tweezing and decontextualization are the traditional perception management methods. In this method, perception management is carried out by changing the places of sentences in the speech, distorting the words or disrupting the integrity of the speech.
- Perception management methods such as sound-effect montage, text-text montage and video-image-photo montage are used to discredit organizations or individuals.
- The use of numerical data in the persuasion phase increases credibility. On social media platforms, the technique of misleading with comparisons, numbers and statistics is also used in perception management.
- The emotion of fear is frequently used by perception managers on social media platforms. This emotion prevents people from thinking rationally and disrupts the balance of social life, causing individuals to stay away from the issue. Therefore, it is a frequently preferred method in perception management.
- Especially on social media platforms, perception activities are carried out by disseminating contradictory, false, erroneous, false information or fabricating new information. The content published in this method is presented as if it was shared by organizations, individuals or fictitious people, or old information is presented as new.
- The official and legal origin of a post on social media platforms are effective in increasing the reliability of the information. Perception management is carried out by giving the impression that the shared content has been published legally and officially.

Social media, which has been frequently used in recent years with the development of the Internet and technology, is also used effectively in marketing. Several factors stand out in the use of social media in marketing (Terkan, 2014). These factors include the fact that social media is more advantageous than traditional media, that it has the opportunity to reach large masses, that feedback can be received quickly, that it is actively used by users, and that those who create social media platforms provide convenience and innovations in marketing platforms (Terkan, 2014). According to Solomon and Tuten (2015), the use of social media software, channels and technologies are

to create, modify, communicate and deliver advice that has value for a company's stakeholders. In previous years, social media offered users the advantage of communicating with friends and family (Nakip, 2013). More recently, however, in addition to keeping in touch with friends and family, it allows customers to learn more about trending goods and their producers (Ryan, 2016). Social media platforms are used by marketers and retailers to reach customers and provide them with a way to shop.

Technological advances such as advanced mobile devices and interfaces, online social networks, the rise of powerful search engines, inter-party communication tools, etc. have provided new opportunities for marketers to work on new points of contact with consumers. Due to the interactive nature of social media, not only allows firms to exchange and share with consumers but also allows consumers to participate in exchange and sharing (Tuğrul and Çavuşoğlu, 2017). With the use of social media, organizations reach new consumers, strengthen their relationships with potential consumers, establish collaborations, understand problems and offer solutions and create communities. These interactions created by social media have changed the traditional communication structure between consumers and companies. Customers add value to brands by creating content and becoming their strong advocates. The fact that consumers are strong advocates of brands can also affect the purchasing decisions of other customers (Toprak and Özdemir, 2014).

Social media marketing is described by Dwivedi et al. (2015) as "a reciprocal interaction, often triggered by a consumer/audience or a product/service/business, in which descriptive information is mobilized between the parties involved in the matter of promotional information that results in learning that benefits all parties as a result of someone's experience and exploitation" (Zaltman and Zaltman, 2017). Social media has become an indispensable phenomenon in people's lives and a new marketing channel for brands. Today, traditional marketing methods are no longer sufficient and brands have started to take advantage of the opportunities offered by the internet environment. Word-of-mouth marketing, which is preferred in traditional marketing methods, has been used as "viral" marketing in the internet environment (Gonçalves, 2017). Thanks to viral marketing, brands can create an agenda for their services or products in virtual environments. Social media, whose usage rate is increasing rapidly today, has also brought marketing with consumer approval to the agenda. Social media influencers, with their high number of followers, have replaced the famous people preferred in traditional marketing methods and started to be referred to as "influencers" (Yaylagül, 2017). Brands aim to influence consumers by making various agreements with these "influencers". The marketing technique applied by brands with social media influencers is defined as "influencer marketing". This term is defined as marketing through influencers (Chen, 2014).

It can be said that social media influencers promote products and services through sponsorship and advertising purchases from time to time due to their high follower rates on their pages and the high number of interactions left to their existing instincts (Kolektif, 2019). The promotion of products and services by social media influencers directly affects the purchasing decisions of their followers positively or negatively. At this point, it is important how the social media influencer promotes the product or service, how they announce it, and which features and benefits they emphasize. If a social media influencer positively promotes a product or service and makes positive statements to encourage users to purchase it, the influencer's followers generally tend to purchase that product or service. However, on the contrary, after social media influencers express bad opinions and discourses about a service or product, social media users can often boycott, criticize and impose digital sanctions on that product or service (Kahraman, 2010). At this point, the opinions of social media influencers on influencing consumer behaviour are very important when promoting a product or service.

1.2. Influencers as Opinion Leaders on Social Media

It is known that people have been influenced by other people from the past to the present. Whether for vital, religious or political reasons, there have always been leaders who have influenced and guided people in their thoughts, ideas or decisions (İzgi, 2019). Influencers of all kinds form the basis of marketing strategy. Although the term "influencer marketing" is a new concept, in 1944 Lazarsfeld and Katz identified these people as opinion leaders. In 1955, Lazarsfeld and Katz, in their two-tier communication flow theory, stated that opinion leaders and media figures have a guiding influence on people's actions such as voting or consumption (Rebelo, 2017).

Although the concept of phenomenon brings to mind people who have a large number of followers on social network accounts and have a great influence in the media, everyone can be influential on a small number of people in a certain sector or field. Therefore, any person who can create a reaction to their followers on social media platforms can be characterized as an influencer (Sabuncuoğlu and Gülay, 2014). These opinion leaders are people who have gained visibility and reputation in social networks thanks to their experience and work on a particular issue. Like opinion leaders, social media influencers have the power to influence people's behaviour, attitudes and opinions. Influencers are people who have a lot of knowledge about a particular product or category and take criticism seriously. In other words, influencers are people who influence the views and opinions of potential consumers and guide them towards a purchase decision (Cheung and Rosenberger, 2020).

1.3. The Concept of Phenomenon

Phenomena are seen as a fan base of followers. Their popularity is maintained and changed through follower/fan management. Influencers express themselves and their opinions on social media platforms, and the use of this information by others is carefully processed. Some ordinary users adopt phenomenon tactics to become popular on these channels, as well as celebrities who turn to similar methods on social media sites to maintain their image and popularity (İzgi, 2019). Today, the fact that social media and its use have reached huge masses, the communication tools that have emerged as a result of technological developments, the increasing number of users registered on social networks, and the ability to access social media accounts wherever and whenever users want, have made social media platforms very important for brands and advertisers. In today's world, many brands take part in different social media platforms to increase their sales and brand awareness and thus implement their digital advertising strategies in this direction (Öztürk and Şener, 2018). However, since brands cannot reach their target audiences in terms of their strategies only through their followers on their social media accounts, they have started to benefit from the phenomena that emerged with the development of the internet. In today's world, most people spend many hours of their daily lives on social media platforms, interact with brands, services and products through social media platforms, and communicate with their friends and environment through social media platforms (Çalışkan and Mencik, 2015). For this reason, the intensity of use on social media platforms also attracts brands. While many brands open their pages on social media channels and promote their products and services, they also invest in social media influencers with a high number of followers on social media and a high number of interactions rather than these followers.

Brands' use of social media influencers means promoting their services and products (Aslan and Ünlü, 2016). Today, many brands pay significant sponsorship fees to social media influencers and offer their products and services to their target users in target markets through social media channels. Therefore, social media influencers produce more content on their social media channels and make efforts to reach more users because brands invest in them and pay sponsorship fees. On the marketing side, social media channels have become an invaluable and indispensable platform for brands (Akar and Topçu, 2011). Therefore, brands' investment in social media influencers allows them to reach their target users, target market and target consumers more easily while enabling them to make more sales and at the same time causing brand awareness to be reinforced quickly. In general, it is possible to say that social media channels are used as marketing tools and that brands consider social media influencers as brand tools (Bayuk and Aslan, 2018).

1.4. Social Media Platforms Used by Influencers

Developing and changing technological infrastructures have led to the development of the concept of social media and social media channels (Büyükaslan and Kırık, 2015). In today's world, there are dozens of different social media platforms such as Facebook, Instagram and Twitter. The use of social media has increased in recent years due to the development of internet infrastructures with developing and changing technologies, people's ability to access the internet not only from computers, tablets and desktop computers, but also from phones, and the widespread ease of internet access. In today's world, most people spend many hours of their daily lives on social media platforms, interact with brands, services and products through social media platforms, and communicate with their friends and environment through social media platforms (Çalışkan and Mencik, 2015). For this reason, the intensity of use on social media platforms also attracts brands. While many brands open their pages on social media channels and promote their products and services, they also invest in social media influencers with a high number of followers on social media and a high number of interactions rather than these followers. Brands' use of social media influencers means promoting their services and products (Aslan and Ünlü, 2016). Today, many brands pay significant sponsorship fees to social media influencers and offer their products and services to their target users in target markets through social media channels. Therefore, social media influencers produce more content on their social media channels and make efforts to reach more users due to brands investing in them and paying sponsorship fees. On the marketing side, social media channels have become an invaluable and indispensable platform for brands (Akar and Topçu, 2011). Therefore, brands' investment in social media influencers allows them to reach their target users, target market and target consumers more easily while enabling them to make more sales and at the same time causing brand awareness to be reinforced quickly. In general, it is possible to say that social media channels are used as marketing tools and that brand consider social media influencers as brand tools (Bayuk and Aslan, 2018).

1.5. Types of Phenomena

In parallel with the development of technology in recent years, social media phenomena, which are often preferred by brands, are divided into two micro phenomena and macro phenomena (Sabuncuoğlu and Gülay, 2014).

1.5.1. Micro Phenomena

Micro-phenomena on social media are part of people's immediate environment. Micro-influencers (Micro-phenomena) are defined as "people who have a direct influence on consumer behavior and attitudes" (Avcılar and Açar, 2017). The influence of micro-influencers is based on the personal nature of the relationship that influencers and their followers share. This is recognized

as the most powerful influence an individual can have. The recommendation of a close person is often seen as the most powerful influence on people's decision to purchase a service or product. According to Stackla's (2017) "Consumer Content Report", 65% of consumers generally trust the recommendations of their inner circle (Keller and Kotler, 2018).

One of the disadvantages of working with micro-phenomena on social media platforms is that access to branded content is limited because micro-phenomena on social media platforms have fewer followers, they do not have much experience, and they lack professionalism (Aktaş and Şener, 2019).

1.5.2. Macro Phenomena

Macro influencers on social media channels are idolized and sought after by their followers. Macro influencers can be celebrities, public figures or social media personalities with a large following (Cheung and Rosenberger, 2020). It can be said that some celebrities are also in the macro phenomenon category. These influencers with a large audience can reach more people. While micro-influencers on social media appeal to a certain audience, this is the opposite for macro influencers. The disadvantages of working with macro influencers on social media are that it costs more for brands to work with a macro influencer, they may be working with other competing brands, and the number of influencers may be lower than micro-influencers (Singh and Diamo, 2015).

1.6. Phenomena Marketing

According to a global study published by Edelman (2018), consumer trust in organizations and companies is rapidly declining, with 55% of respondents stating that they do not trust organizations and companies (Gardner, 2019). In addition, the increase in consumers' avoidance behavior towards advertisements causes them to think that they are exposed to fewer advertisements in traditional media and to turn to social media. On the other hand, the widespread use of software that consumers express as ad blockers and the widespread use of ad-free social tools have been effective in the emergence of phenomenon marketing as a new marketing method (Cheung and Rosenberger, 2020). Today, this new marketing method, which has come to the agenda with the frequent use of social media by users and the rapid increase in its use, provides the opportunity to develop new products and ideas through online connection channels and deliver them to more consumers. Phenomenon marketing continues to spread as a platform where companies can promote their services and products and develop new communication techniques with people with a high number of followers on social media (Satı, 2019). Social media influencers have many fields of activity. Fashion, clothing, and textiles are at the top of these fields of activity. In addition, areas such as food and beverage, tourism, and product and service promotion are among the areas of activity that social media influencers focus on the most (Aslan and Ünlü, 2016). Especially

social media influencers operating in fashion, clothing and textiles promote the clothes and new season products of the brands they advertise and sponsor through their social media channels and generally aim to influence the purchasing decisions of consumers by making combination studies. Apart from this, another area of activity that social media influencers focus on the most is the production of content related to eating and drinking. Social media influencers who produce content on eating and drinking usually make suggestions to consumers and followers on topics such as recipes, restaurant recommendations, tasting a dish when they go to restaurants, and price information about food, and in line with these suggestions, they enable their followers to go to food and beverage venues or order related products (Yaylagül, 2017). Another area of focus for social media influencers around the world is tourism, travel and sightseeing-oriented page content structure. In this field of activity, social media influencers generally provide information to their followers in many areas such as places they have visited, seen, visited, hotels, tourist centres, resorts and special interest tourism areas. In line with this information, announcements such as price sharing, promotional code sharing, and campaign sharing are given to followers by social media influencers (Chen, 2014). The basis of all these is the desire of brands to gain more awareness, the desire to buy more and the desire to reach more consumers. In this direction, social media influencers determine the areas in which they will operate according to the interest of consumers and produce social media content entirely according to the interest of consumers (Akar and Topçu, 2011). The three areas mentioned above, namely tourism, food and beverage, and fashion, are the areas of activity of social media influencers that receive the most followers and leave the most interaction worldwide (Şengül, 2018). In recent years, traditional marketing approaches and their effects on consumers have changed, and new environments and methods have been used for both brands and consumers. With the development of the Internet and technology, the concept of social media has emerged. Social media has become more and more widespread and the increase in the number of users has become the centre of attention of companies (Akar, 2010). Social media is of great importance for both brands and users due to its easy accessibility, the two-way communication opportunity it provides to its users and the fact that it is a very cheap method.

According to a study on the subject, people influence each other with the comments they make and the information they share about a service or product on social media. Freberg et al. (2011) state that social media influences and shapes people's attitudes towards brands (Khamis and Welling, 2016). This power provided by social media has brought a new term that can be defined as "influencer" to the literature. Although the concept of influencer is explained with expressions such as memorable, impressive, influencing people, etc., the term phenomenon, which is defined in Turkish, is people who are effective and active on social media platforms and have a high number of followers. The high

number of followers of social media influencers and the reliable and sincere bond they have established with these followers have not escaped the attention of companies. Today, social media, which has become a source of income for influencers with high followers, has become a place where companies can promote and market their services and products. Therefore, they carry out brand communication activities by cooperating with people who are popular on these channels of social media (Chen, 2014). Thus, social media platforms have become not only a space for social interactions but also a place where companies conduct their business. This is because companies strive to create emotional bonds between the brands they create and consumers. The main reason for these efforts is to increase consumers' trust in that brand. Trust in the brand can only be possible with the realization of the right promotion activities related to the brand (Akar and Topçu, 2011). Since today's consumers spend most of their time on social media platforms, social media is a simple method of reaching customers and creates a mandatory activity area for brands. Social media, which emerged as a result of the Internet and technological innovations, can be explained as a database that allows users to share information by creating their profiles (Eraslan, 2018). As a result of the information shared in these profiles created by users, brands can reach the target audience effectively and accurately. Brands that want to convey messages about their products to consumers can also convey their messages quickly through social media channels. Consumer conversations that occur with audio, messages, videos and writings transmitted to the personal areas on the profile page created by the social media user himself/herself constitute the content created by the user in these networks, spread with links and provide online socialization (Solmaz and Demir, 2013). Considering the increasing usage rate of social media in terms of brand communication and the capacity it offers, it is seen that brand communication should be formed through social media influencers and thus consumers' brand choices should be shaped. Lim et al. (2011) state that influencers undertake the function of delivering a brand's message to the brand's target audience in the social media environment. Social media influencers utilize many social media platforms such as Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, etc. while performing these functions. Social media influencers often establish regular communication by providing followers and users with up-to-date information about the product or brand (Haron and Ramli, 2016). While this regular communication established by the influencers enables the creation of close relationships with their followers, it also creates a sense of a trust-based relationship with them. This sense of trust that the followers have in the influencers leads to an increase in the credibility of the social media influencers and gives them prestige in the eyes of their followers. When followers need an opinion on any service or product over time, they turn to the recommendations of these influencers (Aslan and Ünlü, 2016).

Influencers' faster, one-to-one communication with their followers and friendlier approaches compared to a brand account cause influencer promotion or marketing to be effective on consumers. Followers of these influencers can receive recommendations from these people as if they were receiving recommendations from their friends and feel close to these influencers (Yaylagül, 2017). The comments made by influencers about brands and their experience of the services or products offered by brands in front of the eyes of consumers make them credible in the eyes of consumers. Consumers often refer to the experiences of influencers when they want to have information about a service or product. Thus, the opinions and thoughts of social media influencers guide consumers' brand preferences and purchasing tendencies (Bayuk and Aslan, 2018). Brands also carry out promotional activities through collaborations with influencers who are highly effective on social media platforms.

1.7. The 4 M's of Influencer Marketing

According to Panno (2017), marketing is fundamentally built on the 4Ps (place, promotion, price and product). Panno stated that today, this marketing perception is combined with the 4Ms, which determine the basic steps in reaching social media influencers, and when used correctly, it can improve access to potential customers and lead them to purchase the product or service. Brown, on the other hand, stated that the change in the consumer life cycle caused by social media, which emerged with the rapid development of the internet and technology, is the natural evolution of the 4Ps of marketing into the 4Ms of influencer marketing (Cheung and Rosenberger, 2020).

Fiorella and Brown (2013) stated that these statements, which are referred to as the 4Ms of phenomenon marketing, reveal the "measurement, target and focus" stages that are needed in phenomenon marketing as in other business disciplines (Djafarova and Rushworth, 2017).

1. Make

At this stage of phenomenon marketing, consumers should be placed at the centre of marketing communication. In other words, at this stage of phenomenon marketing, companies need to create profiles according to their position in the purchasing lifecycle (Mert, 2018). These profiles created by companies include the purchasing stage, the awareness stage where consumers need to get approval from people they know, or the research stage where they seek information. Therefore, companies need to first define the current situation of the company for the need for a different method and promotion in each process. Then, the social media phenomena utilized to influence and communicate with them will bring the consumer purchase decision to the next stage (Odabaşı, 2020).

1.1. Detect (Requested Character Pattern)

Many software infrastructures have started to be used in today's world in influencer selection. With the software, influencer suggestions suitable for the identity of the brand can be identified. There are many points that brands should pay attention to in influencer selection. The main scopes to be considered are the power of interaction, the number of followers, the character and image of the phenomenon, and the level of match between the target audience and the phenomenon.

1.2. Activate

Before conducting marketing activities, a firm would benefit from identifying which customer groups to target. By focusing on fewer influencers, activation can be made more efficient and higher returns can be expected. In influencer marketing efforts, comprehensive data on target users can be accessed through collaborations on social media platforms. User behaviour analyses can be made from the data obtained and used to activate users according to their behaviour. Behaviour-oriented content can be produced on social media channels according to the behaviour of users, or users' purchasing processes can be activated by gathering interest through influencer collaborations.

2. Manage

Companies need to identify phenomena that are new to their target audience at a previous stage and then move on to the management process. Fiorella and Brown (2013) argue that, as with other marketing methods, influencer marketing campaigns need to be managed before, during, and after the campaign begins to achieve real success (Rebelo, 2017). They also stated that the trusting relationships that the brand establishes and maintains with the social media influencer provide benefits such as transforming the brand influencer into a brand advocate. On the other hand, they list seven stages that companies should follow in the management of relationships with social media influencers: calendar, product, message, information, alternatives, feedback and platform.

3. Monitor

This stage is designed to measure positive or negative mentions of a company and how the influencers mention the targeted messages. In the Monitor phase, the firm should also focus on results while monitoring the influencer marketing campaign (Keskin and Baş, 2016). By providing up-to-date and real-time information about the brand, companies can improve their strategies, reach competitors and move forward with success. Through landing pages, private messaging, listening tools, search analytics and more, marketers understand which phenomena influence consumer decisions, what and who

offers the highest return on investment, and the need to adapt brand messaging. There are 3 main steps - "Action", "Reaction" and "Awareness" - where companies need to track how each campaign is progressing against its goal and develop their strategy (Yaylagül, 2017).

4. Measure

At this stage, to increase the success of future campaigns, the brand needs to measure by whom and why a campaign is carried out. With social media, which is frequently used by brands today, it is possible to create targeted campaigns to measure influencer activities with different forms that measure social networks and content (Sabuncuoğlu and Gülay, 2014). In the measurement step of social media influencer marketing campaigns, it is seen that there are 2 main criteria: "investment criterion" when it is examined whether there is an increase in return on investment and "Influencer effect" when the communication of influencers with their followers is evaluated.

1.8. Consumer Purchase Decision Process

This process consists of 3 parts: before purchasing a service or product, decision making and after the purchase. The first part of this process is related to the consumer's reason for buying a service or product. The act of purchasing a service or product is a positive or negative decision-making stage, and it starts before the purchase and progresses with the purchase decision and the results of the purchase after the purchase (Can and Koz, 2018). Consumers do not exhibit the same effort at the stage of purchasing each service or product, because the purchasing action of consumers may not be at the same intensity at all times and situations. It is known that consumers do not show the same time and effort when purchasing different services or products (Keskin and Baş, 2016). When we look at the time and information required by the decisions that consumers will make at the purchasing stage, it is seen that there are 3 methods. These methods are

- Limited problem-solving (limited purchase) behaviour
- Complex (intensive) purchasing behaviour
- Routine (automatic) purchasing behaviour

Complex (intensive) buying behaviour: This process generally consists of 3 steps. First, consumers collect information about the service or product, then they develop certain behaviours in line with the information they have collected, and finally, they make a purchase decision within the framework of their consciousness. In case of significant differences between products or brands, consumers also show complex purchasing behaviour. Complex purchasing behaviour is mostly seen in services and products that are rarely purchased and have a high risk of being expensive (Mert, 2018). Consumers do not have enough information about the service or product. For example, if a consumer wants to buy a computer but does not have enough information about

the computer, he/she exhibits complex purchasing behaviour. There are many models and approaches with differences and similarities to explain the buying processes of customers. 4 basic models are widely used in terms of consumer behaviour and attitudes. These models are; the Acceptance of Innovations Model, Problem Solving Model, Hierarchy of Effects Model and AIDA Model (Peltekoğlu and Tozlu, 2018). Limited problem solving (limited purchase behaviour): Consumers have information about a service or good before they make a purchase. Consumers also need additional information when showing limited purchasing behaviour. Consumers who need a computer need to compare the computer brands they have used before with the computer brands they want to buy. By comparing many brands of computers in terms of hardware, performance, model, price and colour, they decide which brand of computer they want to buy (Singh and Diamo, 2015). Routine (automatic) buying behaviour: Buying behaviours exhibited by consumers are often habitual. This kind of purchasing actions of consumers may result from behaviours and attitudes dating back to their childhood. Services and products that are frequently preferred depending on people's habits are services and products that are easily available, cheap and frequently used (Yıldırım, 2018).

1.9. The Impact of Social Media Influencers on Consumer Purchase Decisions

It can be said that social media influencers promote products and services through sponsorship and advertising purchases from time to time due to their high follower rates on their pages and the high number of interactions left to their existing instincts (Kolektif, 2019). The promotion of products and services by social media influencers directly affects the purchasing decisions of their followers positively or negatively. At this point, it is important how the social media influencer promotes the product or service, how they announce it, and which features and benefits they emphasize. If a social media influencer positively promotes a product or service and makes positive statements to encourage users to purchase it, the influencer's followers generally tend to purchase that product or service. However, on the contrary, after social media influencers express bad opinions and discourses about a service or product, social media users can often boycott, criticize and impose digital sanctions on that product or service (Kahraman, 2010). At this point, the opinions of social media influencers on influencing consumer behaviour are very important when promoting a product or service. Considering that users spend a lot of time on social media in today's world and analyzing that many individual users follow many social media influencers, it can be said that social media influencers have a direct impact on consumers' purchases. From buying clothes to ordering food, from purchasing technological products to choosing a holiday destination, social media influencers have a very powerful structure in consumers' decision-making (Bayuk and Aslan, 2018). In today's world, it is possible to say that

users follow the opinions and comments of social media influencers on whether a product or service is good or not, and make purchases according to the comments made by social media influencers. Therefore, while social media is a power on its own, influencers are also as powerful against brands as their followers. It can be stated that social media influencers influence consumption and purchasing decisions according to the size of their followers (Haron and Ramli, 2016). One of the important factors that are effective in directing people towards consumption is social media influencers. The clothes these people share on social media platforms, the places they visit, the food they eat, the places they visit, the vacations they go on, etc. are followed by other people (Yaylagül, 2017). People tend to imitate all kinds of actions of the influencers they like and follow on social media platforms. They mostly think that they will be like them by eating what the influencers eat and wearing what they wear. People generally take phenomena as an example for themselves and want to adapt their lifestyles to their own lives (Yüksel, 2020). These people even want to resemble their faces, hair, make-up and weight to the social media influencers they admire. Bernard Shaw explains this situation with the quote "Primitive man worships idols made of stone and wood, modern man worships idols made of flesh and bones" (Haron and Ramli, 2016). According to the two-stage flow model proposed by E. Katz and P. Lazarsfeld, "People are more influenced by the opinion leaders of their society." It can be stated that social media influencers who are in the public eye also have the power to influence people's behaviour and thoughts (Som and Blanckaert, 2015). Social media influencers can sometimes be seen in the media as the face of a brand. People who identify the brand with the influencer think that they can catch a similar lifestyle by imitating them and they tend to consume unconsciously. The services or products purchased by social media influencers can encourage their followers to buy those products or services (Ayyıldız and Doğan, 2016).

Exhibiting the consumption behaviours of social media influencers can be very effective in product sales. It is known that influencers have significant power in influencing purchasing habits, especially among young people. As the age of people using social media platforms increases, the rate of being influenced by influencers decreases (Aslan and Ünlü, 2016). Since the target audiences of many of the influencers who share posts on social media platforms are young people, it can be seen that young people are more influenced by them. According to the statistics published by TurkStat for the last 3 months of 2017, the rate of internet users between the ages of 15-25 is 93.3%, 30.4% between the ages of 54-61 and 56.8% between the ages of 53 (Akar and Topçu, 2011). Companies that closely follow the internet and social media usage statistics use influencers to promote services and products targeting young people.

2. CONCLUSION

Considering that users spend a lot of time on social media in today's world and analyzing that many individual users follow many social media influencers, it can be said that social media influencers have a direct impact on consumers' purchases. From buying clothes to ordering food, from purchasing technological products to choosing a holiday destination, social media influencers have a very powerful structure in consumers' decision-making (Bayuk and Aslan, 2018). In today's world, it is possible to say that users follow the opinions and comments of social media influencers on whether a product or service is good or not, and make purchases according to the comments made by social media influencers. Therefore, while social media is a power on its own, influencers are also as powerful against brands as their followers. It can be stated that social media influencers influence consumption and purchasing decisions according to the size of their followers (Haron and Ramli, 2016).

BIBLIOGRAPY

- Abidin, C., (2016). Aren't These Just Young, Rich Women Doing Vain Things Online?: Influencer Selfies as Subversive Frivolity. *Social Media + Society*, Vol. 2 No. 2, pp.1-17.
- Aichner, T. ve Jacob, F., (2015). Measuring the Degree of Corporate Social Media Use. *International Journal of Market Research*, 57 (2), 257-275.
- Akar, E., (2010). Sosyal Medya Pazarlaması Sosyal Web'de Pazarlama Stratejileri, Ankara: Efil Yayınevi.
- Akar, E. ve Topçu, B., (2011). An Examination of The Factors Influencing Consumers' Attitudes Toward Social Media Marketing, *Journal of Internet Commerce*.
- Aktaş, A. ve Şener, G., (2019). Nüfuz Pazarlamasında (Influencer Marketing) Mesaj Stratejileri. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 399-422.
- Alper, A., (2012). Sosyal Ağlar, Ankara: Pelikan Yayıncılık.
- Aslan, A. ve Ünlü, D.G., (2016). Instagram Fenomenleri ve Reklam İlişkisi: Instagram Fenomenlerinin Gözünden Bir Değerlendirme. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 41-65.
- Avcılar, M. Y. ve Açar, M. F., (2017). Sosyal Medya Reklamlarında Ünlü Desteği Kullanımı: Mikro-Ünlülerin Yükselişi. 15. Uluslararası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Kongresi.
- Ayyıldız, B., Gürler, A. Z. ve Doğan, H. G., (2016). Her Yönüyle Pazarlama, İstanbul: Minel Yayınları.
- Bayuk, M. N. ve Aslan, M., (2018). Influencer Marketing (Hatırlı Pazarlama), *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 6, Sayı: 75, 173-185.
- Blakeman, K. ve Brown, S., (2010). Social Media: Essential for Research, Marketing and Branding. *Bulletin of the American Society for Information Science and Technology*, ABD: Pfeiffer Publisher.
- Bostancı, M., (2019). Sosyal Medya: Dün-Bugün-Yarın, İstanbul: Palet Yayınları.
- Bozarth, J., (2010). Social Media For Trainers. San Francisco: Pfeiffer Publisher.
- Brown, D., ve Hayes, N., (2008). Influencer Marketing İçinde. New York: Elsevier Publishing.
- Büyükaşlan, A. ve Kırık, A. M., (2015). Sosyal Medya Araştırmaları I, Sosyalleşen Birey. İstanbul: Çizgi Kitabevi.
- Can, S. ve Koz, K. A., (2018). Sosyal Medyada Tüketici Onaylı Pazarlama: Instagram Örneği. *Online Journal of the Faculty of Communication Sciences*, 26(3), 444-457.
- Cereci, S., (2019). Sosyal Medya, İstanbul: Onto Yayınevi.
- Chen, L., (2014). The Influence of Social Media on Consumer Behavior: An Empirical Study on Factors Influencing Consumer Purchase Intention in

- China Under the Social Media Context, Bachelor Thesis, Danimarka: Aarhus University.
- Cheung, M. L., Pires, G., ve Rosenberger, P. J., (2020). The Influence Of Perceived Social Media Marketing Elements On Consumer–Brand Engagement And Brand Knowledge. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(3), 695-720.
- Çalışkan, M., ve Mencik, Y., (2015). Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya, *Akademik Bakış Dergisi*, 257-258.
- Djafarova, E. ve Rushworth, C., (2017). Exploring the Credibility of Online Celebrities, Instagram Profiles in Influencing the Purchase Decisions of Young Female Users. *Computers in Human Behavior*, 68, 1-7.
- Dwivedi, Y. K., Kapoor, K. K., and Chen, H. (2015). Social media marketing and advertising. *The Marketing Review*, 15(3), 289–309.
- Eraslan, L., (2016). *Sosyal Medyayı Anlamak*, Ankara: Nobel Yaşam Yayıncılık.
- Gardner, H., (2019). *Pazarlama Teorisi Gelişimi ve Değişimi*, Ankara: Beta Yayınları.
- Gonçalves, A., (2017). *Social Media Analytics Strategy*. Las Vegas: Apress Press.
- Gökşin, E., (2017). *Dijital Pazarlama Temelleri*, Ankara: Abaküs Yayıncılık.
- Güçdemir, Y., (2017). *Sosyal Medya*, Ankara: Derin Yayınları.
- Haron, H., Johar, E. H., ve Ramli, Z. F., (2016). Online Opinion Leaders and Their İnfluence on Purchase İntentions. *Conference on e-Learning, e-Management and e-Services (IC3e)* s.162-165.
- İzgi, O., (2019). *Sosyal Medya Fenomenleri (Vlogger) Takip Eden Tüketicilerin Kişilik Özellikleri Açısından Alt Pazar Gruplarına Ayrılması*, İzmir: İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kara, T., (2012). *Sosyal Medya Üzerinde Yeni Nesil Pazarlama ve Türkiye Bilgi ve Sosyal Medya Üzerinde Yeni Nesil Pazarlama ve Türkiye Bilgi ve İletişim Hizmetleri Endüstrisinde Sosyal Ağların Kullanımına Yönelik Bir Araştırma*, *Global Media Journal* 2 (4), 102-117.
- Kahraman, M., (2010) *Sosyal Medya 101 Pazarlamacılar için Sosyal Medyaya Giriş*, İstanbul: Mediacat Yayıncılık.
- Karen Freberg, Kristin Graham, Karen McGaughey, Laura A. Freberg., (2011). Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality, *Public Relations Review*, Volume 37, Issue 1, 2011, Pages 90-92, ISSN 0363-8111, <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.11.001>.
- Keller, K. N., ve Kotler, P., (2018). *Pazarlama Yönetimi*, Ankara: Beta Yayınları.

- Keskin, S. ve Baş, M., (2016). Sosyal Medyanın Tüketici Davranışları Üzerine Etkisinin Belirlenmesi. *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3), 51-69.
- Khamis, S., Ang, L. ve Welling, R., (2016). Self-Branding, Micro-Celebrity and The Rise of Social Media Influencers. *Celebrity Studies*, Vol. 8 No. 2, pp. 191-208.
- Kolektif, (2018). Sosyal Medya Araştırmaları, Ankara: Paloma Yayınevi.
- Kolektif, (2018). Sosyal Medya İletişimi, İstanbul: Gece Kitaplığı Yayınevi.
- Kolektif, (2019). Sosyal Medya ve Etkileri, İstanbul: Gece Akademi Yayınevi.
- Lim, J. S., and Golan, G. J. (2011). Social Media Activism in Response to the Influence of Political Parody Videos on YouTube. *Communication Research*, 38(5), 710–727. <https://doi.org/10.1177/0093650211405649>
- Mayfield, A. (2008). What is social media? iCrossing. Retrieved August 25, 2009, from www.icrossing.co.uk/.../What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf
- Mert, Y. L., (2018). Dijital Pazarlama Ekseninde Influencer Marketing Uygulamaları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 1299-1328.
- Nakip, M., (2013). Pazarlama Araştırma Teknikleri, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Odabaşı, K., (2020). Dijital Pazarlama Stratejileri, İstanbul: Cinius Yayınevi.
- Özgen, E. ve Kara, T., (2012). Sosyal Medya-Akademi, Ankara: Beta Yayınları.
- Öztürk, E. ve Şener, G., (2018). Modada Nüfuz Pazarlaması: Mikro Instabloggerların Ürün Yerleştirme Uygulamaları. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 11(1), 382-412.
- Rebelo, M. F., (2017). How Influencers? Credibility on Instagram is Perceived by Consumers and Its Impact on Purchase Intention. *Catolica Lisbon Bvsiness and Economics*.
- Peltekoğlu, F. B. ve Tozlu, E., (2018). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Dijital Paydaşları; Sosyal Medya Fenomenleri. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 285-299.
- Poyraz, E. (2016). Sistem Kuramı Bağlamında Sosyal Medyanın İletişim Sürecine Etkisi. *Sosyal Medya Araştırmaları III*, 61-91.
- Ryan, D., (2016). Digital Pazarlama, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Sabuncuoğlu, A. ve Gülay, G., (2014). Sosyal Medyadaki Yeni Kanaat Önderlerinin Birer Reklam Aracı Olarak Kullanımı: Twitter Fenomenleri Üzerine Bir Araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 38:1-24.
- Satı, A., (2019). Sosyal Medya Fenomenlerinin Tüketicilerin Yeme – İçme Tercihlerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma, İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Singh, S., ve Diamo, S., (2015). *Social Media Marketing for Dummies*. ABD: John Wiley and Sons.

- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z. ve Demir, M., (2013). İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama, *Selçuk İletişim*, 7 (4), 23- 32.
- Som, A. ve Blanckaert, C., (2015). *The Road to Luxury the Evolution, Markets and Straregies of Luxury Brand Management*. Singapore: John Wiley and Sons Singapore Pte. Ltd.
- Şengül, O., (2018). *Dijital Pazarlama*, İstanbul: Ceres Yayınları.
- Terkan, R., (2014). Sosyal Medya ve Pazarlama: Tüketicide Kalite Yansıması, Türkiye'deki Hazır Giyim Firmaları Örneği, *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14 (2), 73- 90.
- Toprak, Ö., Altunışık, R. ve Özdemir, Ş., (2014). *Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi*, Ankara: Beta Yayınları.
- Tuğrul, T. Ö., Doğan, E. ve Çavuşoğlu, L., (2017). Pazarlama Alanındaki Sosyal Medya Konulu Bilimsel Çalışmalar Üzerine Keşifsel Bir Araştırma, *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 189-220.
- Tuncer, A. S., (2013). *Sosyal Medyanın Gelişimi*, Sosyal Medya İçinde. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi.
- Tuten, T., Solomon, M., Ladik, D. (2015). The Teaching of Social Media Marketing. In: Robinson, L. (eds) *Marketing Dynamism and Sustainability: Things Change, Things Stay the Same... Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-10912-1_155
- Ünal, A. T., (2020). *Sosyal Medya*, İstanbul: Der Yayınları.
- Yaylagül, Ş., (2017). Sosyal Medya Fenomenlerine Bağlanmışlığın Belirlenmesi: Yükseköğretim Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama, *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 3, 219-235.
- Yıldırım, M., (2018). Yeni Medyada Ürün Yerleştirme: YouTube Kanalları ve YouTuber'lar, 2. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı Eğlence ve Ürün Yerleştirme, İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Yüksel, O., (2020). *Tüm Boyutlarıyla Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya*, İstanbul: Medya Akademi Yayınevi.
- Zaltman, G. ve Zaltman. L., (2017). *Pazarlama Metaforları*, İstanbul: Mediacat Yayıncılık.

BÖLÜM 2

'HEİDİ' VE 'ELİF'İN DÜŞLERİ' ÇİZGİ FİMLERİNDEKİ İDEAL ÇOCUK KİYASLAMASI

Dr. Mahmut KUTLU¹

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

Giriş

İcat edildiği tarihten bu yana sürekli izleyicisine yeni beceriler ve alışkanlıklar kazandıran televizyon (Önürmen, 2020, s. 137) günümüzde çocuğun ilgisini çeken önemli mecralardan biridir (Cesur & Paker, 2007, s. 110). İlkokul çağındaki çocukların büyük bir kısmı çizgi film izlemektedir (İlhan & Çetinkaya, 2013, s. 317). Bilgisayar ve tablet kullanımı artsa bile televizyonun eski popülaritesini kaybettiği söylenemez. Televizyon yapımlarının önemli bir kısmını çizgi filmler oluşturmaktadır. Çok boyutlu animasyon teknolojileri ile sürekli yeni yapımlar üretilmekte ve izleyiciye sunulmaktadır. Çizgi filmlerin izler kitle edinmeleri ve izleyici potansiyelini artırabilmeleri için tatmin edici konuları bulma ve serilerde geçen olayların başkahramanlarını mükemmel bir formda sunma çabaları söz konusudur. İzleyiciyi etkilemek ve çizgi serilerin her bölümünde onların beklentilerini karşılamak adına bu yapımlarda başkahramanın özellikleri önem arz etmektedir. Nitekim yaşanan olay örgüleri bu kahramanların kurgulanan kişilik özellikleri etrafında şekillenmektedir. Başkahraman izleyici kitlenin kendisini benimseyip özdeşleşmesi için kimi yapımlarda sosyal hayatta olduğu gibi gerçekçi kimi zamanda gerçek üstü kişilik olarak kurgulanabilmektedir. Gerçek oyuncularından oluşmayan bu yapımlarda teknolojik çizim ve hareketler ile istenen kahramanlar kolayca üretilebilmektedir.

Ergenler arasında sorunlu medya kullanımı geniş bir ilgi alanı olsa da, daha küçük çocuklar arasında bu durum hakkında daha az şey bilinmektedir. Küçük yaştaki çocuklar toplumun tüm kesimlerine hitap edebilme noktasında, etkili bir kitle iletişim aracı olan televizyonda hareket eden nesnelere, seslere ve renklere karşı duyarlıdırlar (Domoff vd., 2019). Sözelimi çocuk gelişimi açısından 'kişilik gelişiminde ve toplumsal rollerin öğrenilmesinde anne-babanın ve çocuğun çevresinde model alabileceği olumlu ya da olumsuz özdeşleşim karakterlerinin önemi' klasik psikolojinin temel postüllarından birine işaret etmektedir. Günümüzde medya kahramanlarının çocuk dünyasında birer aktör olarak yer aldığını; belki de anne-babalardan daha etkili modeller teşkil ettiğini iddia etmek bir abartı olmayacaktır (Cesur & Paker, 2007, s. 107). Özellikle televizyon kültürünün yaygınlaşması ve farklı hayat tarzlarının varlığının her eve girmeye başlamasıyla birlikte (Gökçem Akyıldız, 2020, s. 96) medyadan topluma yansıyanlar konusunda en etkilenen ve savunmasız kitle çocuklar olmuştur (Ünalın, 2019, s. 207). Çünkü çocuklar kurgu ile gerçek

arasındaki farkı kolayca algılayamamaktadırlar. Onlar için doğruyu ve ideali öğrenmenin en güzel yolu da televizyondaki çizgi filmlerdir (Çakır, 2012, ss. 481-482).

Çocuk toplumun temel taşlarından biri ve toplumun geleceğini ele alacak varlık olduğu için, ona her zaman değer atfedilmiştir. İdeal çocuğun sahip olması gereken fiziksel, zihinsel ve ahlaki nitelikler belirlenmiştir. Örneğin Cumhuriyet Türkiye'si toplumunda ideal çocuğun sahip olması gereken özellikler güzel huylu olmak ve ahlak kurallarına uymaktır. Bu beklenti Osmanlı'daki yaklaşımla devamlılık göstermiştir. Daha sonraları ise modern dünyada yaşayacak olan çocukların, temelden modern dünya ile uyumlu yetişmeleri arzusuyla modern çocuk tasavvuru oluşturulmuştur (Pamak, 2019, ss. 49-50). Toplumlar ideallerini çocuklar aracılığıyla geleceğe aktardıkları için çocuğa her zaman önem verilmiş, dolayısıyla her dönemin çocukluk anlayışı toplumun beklentilerine göre şekillenmiştir (Özçakır, 2018, s. 142). Çocuğun doğası, ihtiyaçları ve ilgileri de sahip olduğu deneyim ve bilgiler gerçekliğinde etkili olmuştur. Bu nedenle çocuğun bireysel özellikleri, ailesi, sosyal çevresi, yaşı gibi etkenlere bağlı olarak sahip olduğu özellikler değişmiştir (Fırat, 2019, s. 1009).

Tanzimat döneminde ortaya çıkan “ideal çocuk” anlayışı, vatanseverlik, ahlak, çalışkanlık gibi özelliklerle şekillenmeye başlamıştır (Koçer, 2020, s. 1220). II. Meşrutiyet dönemi çocuk dergilerinde ahlak eğitimi ve ahlaki değerleri inceleyen Gurbetoğlu (2007, ss. 95-96) ideal çocuklarda kaçınılması gereken tutum ve davranışların başında yalan söylemek ve hırsızlık yapmak olduğunu söylemiştir. Daha sonra tembellik, iftira atmak, hırs ve açgözlülük, kıskançlık ve kibir ideal çocuklarda olmaması gereken olumsuz davranışlar olarak sıralanmıştır. Pamak'a göre ise (2019, s. 159) ideal çocuk; sağlığına ve beslenmesine dikkat eden, spor yaparak bedenini güçlendiren, fiziki ve zihinsel olarak güçlü olan, okuyan, yaşadığı topluma karşı sorumluluklarının bilincinde olan, dürüst, düzenli, kurallara uyan çocuktur. Ayrıca bunlara ek olarak büyüklerini sayan, küçüklerini ve arkadaşlarını seven, yardımsever, tutumlu, terbiyeli, kimseyle kavgaya etmeyen, kimsenin kalbini kırmaya, ağzından kötü söz çıkmayan, çevre bilincine sahip, eşyalara zarar vermeyen, yerlere çöp atmayan çocuktur.

Bu çalışmada medya organlarında canlandırılan ideal çocuk tiplerini çizgi filmler üzerinden araştırılmıştır. Bu amaçla TRT Çocuk kanalında

yayınlanan ‘Heidi’ ve ‘Elif’in Düşleri’ çizgi filmleri nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Analiz sürecinde her iki çizgi filmde de serilerin ana kahramanı olarak idealleştirilmiş çocukların kişilik özellikleri çözümlenmiş, bu özellikler kahramanların gerçeği yansıtma başarısı doğrultusunda kıyaslanarak yorumlanmıştır.

‘Heidi’ ve ‘Elif’in Düşleri’ Çizgi Filmleri

Her iki çizgi filmde de neredeyse aynı yaşlarda olan kız çocukları yapımların başkahramanıdır. Heidi beş yaşında bir kız çocuğu (Spyiri, 2016), Elif dört-beş yaşlarında (Netco, 2015) bir kız çocuğudur. ‘Heidi’ çizgi filminde büyükbabasına dağdaki kulübede yardım eden küçük kıza karşılık ‘Elif’in Düşleri’ çizgi filminde manav dükkânında dedesine yardım eden küçük kız vardır.

1980'lerde, Japonlar tarafından çizgi film haline getirilen “Heidi” (Spyiri, 2016), İsviçreli yazar Johanna Spyri tarafından, 1880 ve 1881 yıllarında birbirinin devamı iki kitap şeklinde yazılan “Heidi” romanından esinlenerek oluşturulmuş bir yapımdır. Romanın başkahramanı Heidi, bir yaşındayken anne ve babasını kaybetmiş, beş yaşına kadar teyzesinin yanında kalmış, beş yaşında teyzesi Heidi’yi Alp Dağlarına büyükbabasının yanına bırakmıştır. Büyükbabası geçmişte yaptığı hatalardan dolayı toplumla ilişkisini kesmiş, uzaklaşarak doğaya dönük bir yaşam sürdürmüştür. İnsanlarla iletişimi sadece gereksinimleri doğrultusunda birkaç kişiyle sınırlıdır. Heidi, şehir hayatından uzak, küçük ve ilkel dağ kulübesinde mutlu, sağlıklı ve özgür bir hayat sürmektedir. Doğanın ona sunduklarının tadını çıkarmaktadır (Bakkalbaşı, 2009, s. 41). Peter adında bir de arkadaşı vardır. Birlikte güzel vakit geçirirler. Peter, kasabada annesi ve gözleri görmeyen ninesiyle birlikte yaşayan bir keçi çobanıdır. Heidi Alp Dağları’nda büyükbabasıyla mutlu bir yaşam sürerken hem eğitim görmek hem de tekerlekli sandalyeye mahkûm olan küçük Klara’ya arkadaşlık etmek için Frankfurt’a götürülür. Dağlarda doğayla mutluluk dolu bir yaşam sürdükten sonra, şehrin kasvetli havası minik kız Heidi’yi hasta eder. Heidi’nin büyükbabasına, keçilere ve dağlara olan düşkünlüğü sonunda herkese mutluluk verecek bir dizi olumlu olaylara yol açar (Spyiri, 2016).

Trt Çocuk kanalında yayınlanan 3 boyutlu animasyon yapımı ‘Elif’in Düşleri’ çizgi filminin kahramanı Elif ise ailesiyle yaşayan küçük bir kız

çocuğudur. Bir gün babası Elif'e sebze ve meyveleri nasıl tanıyabileceğinin yolunu öğretir. Elif o günden itibaren hayal dünyasında meyvelerle ve sebzelerle konuşmaya başlar. Her gün onları biraz daha yakından tanır. 'Elif'in Düşleri' çizgi filmi çocukların araştırma ve öğrenme içgüdülerini, düşünsel ufuklarını ve hayal güçlerini geliştiren bir yapımdır. Filmde animasyon aracılığıyla çeşitli benzerlik ve çağrışımlarla hem çocukların meyve ve sebzelerle olan ilgisi artırılmakta hem de hayvanlar ve eşyalarla ilişki kurmaları sağlanmaktadır. Çocuklar, fayda-zarar ilişkisi, şekil benzerliği başta olmak üzere farklı ilişkileri de öğrenmektedirler. Bu durum onları daha somut bir dünyada olayları farklı bir gözle değerlendirme ve keşfetme yeteneğine ulaştırmaktadır. Elif'in düşlerinde olaylar özgün, eğitici ve eğlendirici tarzda çocuklara sevdirelerek anlatılmaktadır. Her şeyin kendine has doğal yaratılışında daha güzel olduğu, bir şekilde onlardan faydalanmak gerektiği, insana olan yarar ve katkıları basit ve anlaşılır bir dille canlandırılmaktadır (Netco, 2015). İçeriğinde fiziksel, psikolojik ve sözel şiddet öğeleri barındırmayan (Üstündağ & Şenol, 2021, s. 180) Türk yapımı bu çizgi seride Elif devamlı ailesine sorular sormakta, aldığı cevaplar ile hayal gücünü geliştirmektedir. Birçok yönüyle çizgi film çocukların zihinsel ve duygusal gelişimleri için örnek teşkil etmektedir.

Yöntem

Çizgi filmlerdeki ana karakterlerin sunumunu sorunsallaştıran araştırmanın temel amacı ideal çocuk olarak canlandırılan karakterlerin hangi yönleriyle mükemmelleştirildiğini araştırıp ortaya koymaktır. Bu amaçla TRT Çocuk kanalında yayınlanan 'Heidi' ve 'Elif'in Düşleri' çizgi filmleri çalışma kapsamında incelenmiştir. Hemen aynı kategorilerde değerlendirilen bu iki çizgi filmin diğer çizgi filmler arasından örneklem olarak seçilme nedeni her iki yapımda da mükemmel çocuk imajının görülmesidir. Taşıdığı bu potansiyel ile araştırmanın nesnesi olan çizgi filmler nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir.

İletişim araştırmalarında en çok kullanılan yöntemlerden biri olan içerik analizi görsel ve sözlü veriler gibi çeşitli verilerin içeriğini analiz etmek için kullanılan (Harwood & Garry, 2003), medya yapımlarında hem açık hem de gizli içeriğe odaklanan bir yöntemdir (Drisko & Maschi, 2016). Bu analiz yöntemi önceden belirgin olmayan temaların ve boyutların ortaya çıkarılmasına

olanak tanıyarak elde edilen verilerin derinlemesine analiz edilmesini sağlamaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2016).

Araştırmada ‘Heidi’ çizgi filminin 66 bölümü ile ‘Elif’in Düşleri’ çizgi filminin 49 bölümü değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Analiz sürecinde çizgi serilerin farklı bölümlerinden amaçlı örnekleme tekniği ile elde edilen veriler incelenmiş, çalışma bu konuda daha çok başkahramanların kişilik özelliklerini yansıtan olaylara yoğunlaşmıştır. Bulgular farklı olay örnekleri ile ana karakterlerin davranışları, diğer insanlarla olan diyalogları, ailevi ilişkileri ve gerçek hayat ile uyumluluğu bağlamında çözümlenmiştir. Daha sonra her iki çizgi filmde idealleştirilmiş çocuk kahramanlar kıyaslama yoluyla incelenip yorumlanmıştır. Çizgi filmlerdeki çocuk kahramanların ideal, üstün ve mükemmel karakter inşasını çözümlen çalışma bu noktada önem arz etmektedir.

Konu ile İlgili Yapılan Araştırmalar

Konu ile ilgili olarak doğrudan yapılmış bir çalışmaya rastlanmamıştır. Konunun bir kısmı ile ilgili olan çalışmalar ise aşağıda gösterildiğı gibi özetlenmiştir.

Özsevgeç ve Saka (2018) “Çocukların İzledikleri Çizgi Filmler ve Bu Tercihlerinin Karakterleri ile İlişkisi” çalışmalarında çocukların izledikleri çizgi filmlerin hangileri olduğunu ve bu tercihlerinin bir nedeni olup olmadığını araştırmışlardır. Bu amaç doğrultusunda öğrencilerin görüşlerinin alındığı tarama yöntemi kullanılmış, çalışmanın örneklemini Trabzon il merkezindeki 5 ilkokulda toplam 181 öğrenci oluşturmuştur. Öğrencilerin birinci sınıf düzeyinde en fazla “Rafadan Tayfa”, 2. Sınıf düzeyinde “Winx Club”, 3. Sınıf düzeyinde “Rafadan Tayfa” 4. Sınıf düzeyinde ise “Heidi”, “Gumball” ve “Esrarengiz Kasaba” çizgi filmlerini izledikleri belirlenmiştir. Çalışma sürecinde sınıf seviyelerine göre izlenen çizgi filmlerin farklılık gösterdiğı görölmüştür. Özellikle olumsuz davranışlara sahip olan çocukların izledikleri çizgi filmlerin kahramanlarının da bu özelliklere sahip oldukları önemli bir bulgu olarak tespit edilmiştir. Yerli yapım çizgi film izlenme oranlarının, olumlu davranış özellikleri gösteren öğrencilerde daha fazla olduğu belirlenmiş, çalışma sonucunda çocukların izledikleri çizgi filmlerde karşılaştıkları karakter özelliklerini analiz edecek potansiyelleri olmadığından, ebeveynlerin bilinçli olarak seçici davranmaları gerektiğı önerilmiştir.

Kaşka ve Özdemir Erem (2018) “Çizgi Filmlerde Aile Kurumu Üzerinden Verilen İletilerin Değerlendirilmesi” çalışmalarında çizgi filmlerin aile ilişkileri açısından hangi mesajlar verdiğini bulmaya çalışmışlardır. Çalışma doküman analizi deseniyle yapılmış; Rafadan Tayfa, Heidi, Gumball, Esrarengiz Kasaba, Winx Club ve Harika Kanatlar isimli çizgi filmler, 7. Sınıfta öğrenim gören çocukların görüşleri alınarak en çok izledikleri çizgi filmler arasından seçilmiş, veri kaynağı olarak kullanılmıştır. Veriler betimsel analiz ve içerik analizine tabi tutulmuş; kodlanarak kaydedilmiş daha sonra kodlar gruplandırılmıştır. Çalışmada aile içi güven, kural koyma, güvensizlik, aile bireylerini koruma, çatışma, aile içinde sorumluluk ve yardımlaşmayla ilgili mesajlar açıklanmıştır. Çalışma sonuçlarına göre verilen iletilerin çoğunlukla olumlu yönde olduğu görülmüştür.

Boyraz (2022) “Çocuklar için Felsefe Eğitiminde Uyarın Olarak Çizgi Filmlerin Kullanımı: Vikingler ve Heidi” çalışmasında analitik araştırma yöntemini benimsemiştir. Veri kaynağı olarak TRT Çocuk kanalında yayınlanan Vikingler ve Heidi çizgi dizilerinden rastgele seçilen üçer bölüm incelenmiş, bölümler metin olarak değerlendirildiği için içerik analizi yapılarak çözümlenmiştir. Çözümleme sürecinde bölümlerde yer alan sahneler felsefi kavramlarla ilişkilendirilmiştir. Vikingler ve Heidi'nin incelenen bölümlerinde sorumluluk, adalet-adaletsizlik, gerçeklik-hayal, haklar, iyi-kötü, cesaret-korku, güven, sevgi-saygı gibi pek çok felsefi kavrama ulaşılmıştır. Vikingler çizgi filminin “Deniz Kızının Şarkısı” bölümü ile Heidi çizgi dizisinin “Dağların Zirvesinde” bölümünde yer alan sahnelerin çocuklar için felsefe eğitiminde nasıl kullanılabileceğine ilişkin örnekler sunulmuştur. Örneklerde sahnelere dair sorulardan kavramsal sorulara doğru bir süreç takip edilmiştir. Sonuç olarak, Vikingler ve Heidi dizilerinin incelenen bölümlerinin çocuklar için felsefe etkinliklerinde uyarın olarak kullanılmasının uygun olduğu tespit edilmiştir.

Muratoğlu Pehlivan (2019) “Toplumsal Cinsiyet Rollerini Açısından Türk Çizgi Filmlerinde Anne ve Baba Temsili Üzerine Bir Çalışma” isimli çalışmasında Türk yapımı çizgi filmlerin cinsiyet tek tipleştirilmesi açısından anne ve baba rollerini nasıl sunduğunu incelemiştir. Çalışmada toplumsal cinsiyet ve rollerinden, medyanın çocuklar üzerindeki etkisini inceleyen çalışmaların teorik dayanaklarından bahsedilmiş; daha sonra çizgi dizilerdeki tek tipleştirmeler ve cinsiyet rolleri üzerine yapılmış çalışmalar aktarılmıştır.

Çalışma, Türk yapımı çizgi filmleri araştırdığından, örneklem olarak Türkiye'nin resmi kanalı olan TRT'nin çocuk kanalında yayınlanan çizgi filmler seçilmiştir. Kanalın sabah kuşağında yayınlanan ve örnekleme oluşturan çizgi filmler, aile odaklı olan Elif'in Düşleri, Canım Kardeşim, Niloya, Biz İkimiz isimli 4 çizgi filmidir. Toplamda 16 çizgi film bölümü anne ile babanın çocuk ile beraber kaç kere görüldüğü ve cinsiyet tek tipleştirmelerine uyan ya da uymayan hareketleri kaç kere sergiledikleri üzerinden incelenmiştir. Çalışmanın bulguları, daha önce literatürde olduğu gibi, Türk yapımı çizgi filmlerde cinsiyet tek tipleştirmeleri olduğuna ulaşmıştır.

Üstündağ ve Şenol (2021) "Çizgi Filmlerde Yer Alan Şiddet ve Korku Öğelerinin İncelenmesi: TRT Çocuk Kanalı Örneği" çalışmalarında TRT Çocuk Kanalı yayınlanan çizgi filmlerdeki şiddet ve korku öğelerinin sıklığını tespit etmeyi amaçlamışlardır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. TRT Çocuk kanalında yayınlanan 11 çizgi filmin 149 bölümü incelenmiştir. Araştırmanın çalışma grubunu "Elif'in Düşleri", "Doru", "Ozi", "Ege ile Gaga", "Maysa ve Bulut", "İbi", "Akıllı Tavşan Momo", "Kuzucuk", "Hapşuu", "Mutlu Oyuncak Dükkânı" ve "Ciciki" isimli çizgi filmler oluşturmuştur. Yapılan analizler sonucunda; çizgi film metinlerinde fiziksel şiddet ve sözel şiddet öğelerinin bulunduğu, en fazla da sözel şiddete yer verildiği, görsellerde ise fiziksel şiddet ve psikolojik şiddet öğelerinin bulunduğu, en fazla psikolojik şiddet öğelerine yer verildiği, ayrıca ses, ışık, hareket ve gerçeküstü korku öğelerinin bulunduğu, bunlar arasında ise en fazla ses içerikli korku nesnelere yer verildiği tespit edilmiştir.

Çizgi Filmlerin Analizi

Bu bölümde öncelikle 'Heidi' ve 'Elif'in Düşleri' çizgi filmlerindeki ana karakterler incelenmiş daha sonra bu karakterler karşılaştırılmalı olarak analiz edilmiştir.

'Heidi'

11. Bölümde Heidi arkadaşı Peter'in ağaç evini ziyarete giderken büyükbabasından yardım almaksızın tek başına bir sepet yiyecek ve bir şişe süt hazırlayıp götürmüştür. Ayrıca açık havada sürekli Heidi'yi takip eden ondan hiç ayrılmayan küçük bir kuşu vardır. Parmağını uzattığı kelebek uçarak Heidi'nin eline konmuştur. Arkadaşının ağaç evini sahiplenip ayrılmak

istemeyen çocukları bir plan kurarak oradan uzaklaştırmıştır. Dedesinden ayı sesini taklit etmesini istemiş, çocuklar korkarak ormandaki evi terk etmişlerdir. Mükemmelleştirilmiş bir çocuk olarak Heidi, çizgi filmde gerçek hayatta olamayacak kadar güçlü, pratik, zeki ve kusursuz bir çocuktur. 20. Bölümde Heidi, tekerlekli sandalye ile gezen küçük kız Klara'yı kırdaki tek başına gezdirmiş, yürümeye çalışması için uğraşmıştır. Yürümeye çalışan fakat bir adım sonra yere düşen Klara'yı şu sözleriyle teselli etmiştir: “Gerçekten çok iyiydin büyük gelişme kaydettin, sonunda yürüyeceksin Klara bunu biliyorum bir kez daha dene, sana yardım ederim”. Aynı bölümde eve götürmek üzere cam bir kavanoz ile kırdaki kelekleri yakalamıştır. Yüksek el becerisinin gösterildiği bu hareketi ile Heidi, iki kelebeği aynı anda kavanoza girdirmeyi başarmıştır.

30. Bölümde arkadaşının hastalanan büyükannesine şurup alabilmek için ormanda odun toplamış, kasabalıların evlerinin önünü kapatan karları kürekle temizleyerek yollarını açmış, evin camlarını silmiş ve nihayetinde ilaç parasını denkleştirmiştir. 31. Bölümde keçilere saldırmak isteyen kurdu yumuşatmış, vahşi bir hayvan olan kurt uysal bir hayvana dönüşmüştür. Heidi kurtla konuşurken küçükken onu yakalandığı kapandan kurtardığını ve annesine götürdüğünü söylemiştir. Böylelikle keçileri olası saldırıdan kurtarmıştır. Bilimkurgu yapımı olmayan bu çizgi filmde Heidi hayvanlarla konuşmuş, hayvanlar da ne dediğini anlayıp ona sempati göstermişlerdir. 33. Bölümde Heidi, kasabaya ziyarete gelen Bayan Rottenmeier'ı birlikte dağ kulübesine gitmeye zorlamak için kasabanın çocuklarını örgütlemiştir. Kıvrak zekâsı ile yaptığı planlar sonucunda Rottenmeier'ı korkutmuş sonunda kasabada kalma fikrinden vazgeçmesini sağlamıştır.

41. Bölümde Kar tanesi isimli ayağı aksayan bir keçiyi kasaba gidip kesilmekten kurtaran Heidi, keçinin Teresa'ya tos atması üzerine yanına gelmiş ve ona “Merhaba, bu hiç hoş değildi insanlara tos atmaya devam edemezsin, gel gel buraya yaklaş bakalım benden korkma gel küçük hanım, Teresa'nın söylediği kadar yaramaz değilsin” demiştir. Keçi ilk defa gördüğü Heidi'nin yanına gelerek onu sevmeye başlamıştır. Bu davranışı ile Heidi'nin alışlagelmeyen bir şekilde hayvanlarla hızlı iletişim kurduğu gösterilmiştir. Aynı bölümde Kar tanesini satın alabilmek için İngiliz turistin çalınan sırt çantasını bulmuş, küçük hırsız Rico'ya acıyarak babasından ayrılmasına üzülmüştür. Rico'nun çantayı verdikten sonra gitmek istemesi üzerine Heidi bu

perişan haliyle bir yere gidemeyeceğini söyleyerek yetişkin insanlarda görülen acıma duygusu sergilemiş, büyükbabasından babası gelinceye kadar Rico'nun onlarla kalmasını istemiştir. Bölümün sonunda Heidi büyükbabasından sofrayı kurmasını istemiş, kendisi de yanan odun ateşi üzerindeki çorbayı karıştırmış, çorba kazanını ocaktan alarak masaya taşımıştır. Heidi her ne kadar büyükbabası ile yalnız yaşayan, ev işlerinde ona yardımcı olan biri olarak gösterilse de yaptığı işler çocukların fiziki kuvvetlerinin üzerinde aktivitelerdir.

Çizgi filmin 42. Bölümünde Heidi'nin büyükbabası tırmanış esnasında dağdan düşmüş ve kaybolmuştur. Komşularının aramaları üzerine bulunamamış, hava kararınca ertesi sabah güneş doğunca aramaya devam etmek üzere ayrılmışlardır. Eve gelen Heidi gece uyuyamamış yatağından kalkmıştır. Peter'in "Heidi bu saatte neden kalktın" sorusu üzerine "Sen uyumana bak, burada öylece oturamam, büyükbabamın bana ihtiyacı var, hayatta olduğundan eminim" diyerek eline bir kandil almış ve karanlıkta büyükbabasını aramak için dağa çıkmıştır. Küçük bir çocuktan beklenmeyecek bu davranış Heidi karakterini yetişkinleştirilmiş bir çocuk olarak göstermiştir. Gece uyumayıp sergilediği duygulanım, korkusuzluk ile gösterdiği tavır, dağda büyükbabasını düşüğü yerde bulması Heidi'yi çocuk olmaktan çok mükemmel bir birey olarak göstermiştir. 58. Bölümde Heidi dağdaki mağaraları dinamitle patlatan kişinin kim olduğunu takip ederek bulmuş, 61. Bölümde yaşlı bir kadın olan Anna ile arkadaşlık kurmuş, denediği yöntemler ile kaybettiği hafızasını geri kazanmasını sağlamıştır. 66. Bölümde büyükbabasına yardım etmek amacıyla boyundan çok büyük ahşap keresteyi taşımaya çalışmıştır.

'Elif'in Düşleri'

Elif'in Düşleri çizgi filminde Elif, birçok beceriyi annesi ve dedesinden yardım alarak kazanmıştır. Örneğin 42. Bölümde annesiyle beraber yoğurt yapmayı öğrenmiştir. Söz konusu bölümde Elif yoğurt yemek için buzdolabını açmış, yoğurdun azaldığını görünce annesi Elif'e birlikte yoğurt yapalım demiştir. Bu duruma çok sevinen Elif hem eğlenerek merakını gidermiş hem de yoğurt yapmanın aşamalarını öğrenmiştir. Annesi yoğurdun mayalanma sürecinde Elif'e sabır erdeminin önemini uygulamalı olarak öğretmiştir. Mayalanma sürecinden sonra annesi yoğurdun insan vücudu için faydalarını, içinde barındırdığı vitaminleri, yoğurt ismi ve tarihi hakkında bilgiler vermiştir.

Benzer şekilde 46. Bölümde Elif annesiyle birlikte reçel yapmayı öğrenmiştir. Portakal reçeli yapan annesi bunu daha önceleri anneannesinin yaptığını söyleyerek kültürel bir değerden bahsetmiş daha sonra Elif'e reçel yapmanın aşamalarını anlatmıştır. Yine reçelin pişme sürecinde Elif'e bir iki saat beklemesi gerektiğini söylerken zaman kavramını öğretmeye çalışmış aynı zamanda dışarı çıkan Elif'e "Eldiven ve bereni almayı unutma dışarıda kar havası var" diyerek yine eğitici bir rol üstlenmiştir. Dışarı çıkan Elif, dedesinin manavında meyvelerle konuşmuş, hayal gücünü kullanarak arkadaşları ile kar yağın bir yere gitmiş, arkadaşlarının kayma isteği karşısında kendilerine kızak lazım olduğunu söylemiştir. Daha sonra bir fikrim daha var diyerek kardan adam yapma düşüncesini paylaşmıştır. Akıllı ve zeki bir kız olarak Elif, hayal gücünün genişliği ve fikir üretebilme yeteneği ile arkadaşlarıyla hoş vakit geçirip eğlenmiştir. Kardan adam bittiğinde Elif'in arkadaşı Selim bir şeylerin eksik kaldığını söylemiş kıvrak zekâsı ile Elif, atkı ve berenin eksik olduğunu tespit ederek kardan adamı tamamlamıştır. Bölümün sonunda reçel bittiğinde annesi Selim'e onlar içinde bir kavanoz reçel hazırladığını giderken yanında götürebileceğini söylemiştir. Annenin bu hareketi Elif'e paylaşmayı, yardımlaşmayı ve komşuluk ilişkilerinin nasıl canlı tutulacağını öğretmiştir. Serinin 'Çilek' isimli 25. Bölümü, 'Cevizli Ekmek' isimli 41. Bölümü, 'Peynir' başlıklı 45. Bölümü, 'Salça' isimli 46. Bölümü ve 'Salata' başlıklı 49. Bölümünde benzer durumlar söz konusudur. Sonuç olarak Elif'in Düşleri çizgi filmde canlandırılan olaylar izleyici kitlenin sosyal hayatta sıklıkla karşılaşabileceği olgulardır. Çocukların günlük hayatta aşına olduğu olaylar, çözümleri ve önerileri çizgi filmde özgüven ve zekâ gelişimini destekleyecek doğrultuda kurgulanmıştır.

'Çim Adam' isimli 40. Bölümde Elif yolda ne olduğunu bilmediği ilginç bir şey gördüğünü söylemiştir. Arkadaşlarının tarif etmesini istemeleri üzerine gördüğü şeyin patatese benzediğini, düğmeden gözleri ve otlardan saçları olduğunu söylemiştir. İlk defa gördüğü bir nesneyi betimlemesi Elif'in bilişsel zekâ yetisini göstermiştir. Dedesi Elif'in anlattığı şeyin çim adam olduğunu anlamış Elif'i bu konuda desteklemiştir. Aynı bölümde Elif'in annesi kitap okurken gösterilmiş, dedesi çim adamı kendisi yapmamış Elif ve arkadaşına tarif ederek onların yapmasını istemiş, el becerileri konusunda çocukları motive etmiştir. 'Selim'in Arabası' isimli 32. Bölümde Elif, sorulan bilmeceleleri çözmüş, dedesi ise Selim'e domates için verdiği paraların fazla olduğunu

söyleyerek iade etmiş, aynı bölümde arabalarda emniyet kemeri kullanmanın önemi vurgulanmış, oyuncak arabanın kırılması üzerine Elif kendini arkadaşının yerine koyarak üzülmesini istememiştir. Dedesine arabayı tamir ettirerek duygusal zekâ kabiliyetini gösteren Elif aynı zamanda emanet edilen bir eşyayı aldığı gibi iade etme sorumluluğunu anlatmıştır.

‘Temiz Dünya’ isimli 37. Bölümde Elif manavda temizlik günü olduğunu söyleyerek sabah erkenden dedesine yardım etmeye gitmiştir. Temizlik işinde yardım etme isteği üzerine dedesi Elif’e küçük bir bez parçası vererek “Al bakalım öyleyse ulaşabildiğin yerlerin tozlarını alarak başlayabilirsin” demiştir. Temizlik bittikten sonra Elif, ellerini yıkamadan sofraya oturmamıştır. Elif sokaktaki çöpleri toplarken temiz bir dünya için yerlere çöp atılmaması gerektiğini “Kimse dikkat etmezse ve ellerindeki şeyleri sokağa atarsa o zaman her yer kirlenmeye başlar” sözleriyle anlatmış bunun için de yol kenarlarına çöp kutuları koyma fikrini üretmiştir. Bu hareketiyle kültürel zekâ örneğini gösteren Elif insanların çöp kutularını kolayca bulmalarını sağlamak için de sokaktaki duvarlara yaptıkları resimleri yapıştırılmayı önermiş, böylelikle yaşadıkları çevrenin temiz kalmasını sağlamıştır.

‘Masal Kitabı’ isimli 31. Bölümde Elif arkadaşlarının resmini boyama kitabına çizmiş, onları saraydayken resmetmiştir. Daha sonra arkadaşlarıyla birlikte gelişim çağındaki bir çocuğun yapabileceği en verimli aktivitelerden biri olan resimli masal kitabı hazırlamıştır. ‘Bayram’ isimli 39. Bölümde babası Elif’e bir hediye paketi vermiş eve gitmeden paketi açmamasını tembihlemiştir. Hediyeyi çok merak eden Elif babasını dinleyerek eve gidinceye kadar paketi açmamıştır. Büyüklere saygı, sözünde durma, merakını frenleme ile Elif, aileler için okul öncesi yaşta sahip olunabilecek ideal bir çocuk karakter olarak gösterilmiştir. Daha sonra evde paketi açan Elif bayramlık hediyesini görmüş ailesine teşekkür etmiş, yeni kıyafetlerini giymek için çok heyecanlı olmasına rağmen gece uyuyarak sabah olmasını beklemiştir. Kahvaltıda geniş bir aile sofrası kurulmuş, birlik ve beraberliğin sıcaklığı çizgi filmle yansıtılmıştır. ‘Arkadaşlarını ihmal etme’ isimli 18. Bölümde yeni oyuncağı ile çok oynayan Elif son günlerde dışarı çıkmamıştır. Annesinin hatırlatması üzerine Salih dedesini ve arkadaşlarını ihmal ettiğini anlayan Elif, evde tek başına vakit geçirmenin anti sosyal bir kişiliğe neden olabileceğini düşünmüş, çevreyle uyumun, arkadaşlarla beraberliğin önemini pişman olmakla göstermiştir.

‘Heidi’ ve ‘Elif’in Düşleri’ Çizgi Filmlerinin Karşılaştırılması

Heidi'nin yardım almaksızın tek başına hazırladığı yiyecek sepetine karşılık Elif, annesinden destek alarak her şeyi onunla birlikte yapmaktadır. Heidi'nin ayı sesi planına karşılık Elif arkadaşlarına yardımcı olmak adına kayılabilecek kızak önermiştir. Mükemmelleştirilmiş bir çocuk olan Heidi'ye karşılık Elif, gerçek hayatta ancak olabilecek kadar güçlü, pratik ve zeki bir çocuktur. Heidi'nin tek başına kırdaki kelebek yakalamasına karşılık Elif, arkadaşları ile karda eğlenmiş olağanüstü bir davranış sergilememiştir. Heidi'nin kurtla konuşmasına karşılık Elif meyvelerle konuşmuştur. Elif'in meyvelerle konuşması çizgi filmi bilim kurgu havasında göstermemiş, aksine çocuk dünyasının renkliliğini yansıtan aynı zamanda çocuk hayal gücünü destekleyen bir öğe olarak karşımıza çıkmıştır. Yine Heidi'nin kasabanın çocuklarını örgütlemesine karşılık Elif, yaşından beklenenin dışında bir hareket yapmamıştır. Heidi'nin dedesinin ses taklidi yaparak çocukları kulübeden uzaklaştırmasına karşılık Elif'in annesi ona sabır ve paylaşma gibi erdemleri öğretmiştir. Her iki çizgi filmde de başkahraman aynı yaştaki çocuklar olmasına rağmen Heidi, boyundan büyük işlerin üstesinden gelmiş Elif ise davranışları ile eğlenmeyi, öğrenmeyi ve arkadaşlarıyla hoş vakit geçirmeyi yansıtmıştır.

Heidi'nin gece uyuyamayıp büyükbabasını aramaya başlamasına karşılık Elif heyecanını yenerek bayram sabahını uyuyarak beklemiştir. Ancak sabah olduğunda bayramlık kıyafetlerini giymiştir. Yine Heidi'nin odun ateşinde çorba hazırlamasına karşılık Elif tek başına yemek yapmamış, sadece annesine mutfakta yemek yaparken yardım edebilmiştir. Dedesine de manav temizliğinde ancak boyunun yetişebildiği kısımları temizleyerek yardımcı olabilmıştır. Heidi'nin ciddi ve sert mizaçlı büyükbabasına karşılık Elif'in dedesi sıcakkanlı ve tatlı dilli bir insandır. Çizgi filmin birçok bölümünde dedesi Elif'e “Elifcim”, “Güzel torunum”, “Tatlı torunum” gibi sıcak ifadelerle hitap etmiş, Elif te buna karşılık dedesine “Dedecim” demiştir.

Heidi'nin çoğunlukla aile ve akrabalık gibi sosyal bağlardan uzak, sadece büyükbabasıyla yaşayan yalnız küçük bir kız olarak gösterilmesine karşılık Elif, yeterince sosyal bir kız çocuğudur. Çevresindekilerle iletişimi yaşına uyacak şekilde sıcaktır. Heidi kimi zaman çevresi tarafından sempatik bulunmayan, çok ta anlaşılmayan bir kız çocuğu iken Elif, herkes tarafından

sevilen ve sempati duyulan bir kız çocuğudur. Elif'in yaptığı hareketler kimseyi rahatsız etmemiştir. Çoğu zaman merak ettiği konular, sorduğu sorular, konuşmaları ve düşünceleri etrafındakileri eğlendirmiş ve güldürmüştür. Hırslı, inatçı ve sevecen kişilik özellikleriyle öne çıkan Heidi'nin kendinden kat kat büyük dev köpeğine karşılık Elif'in birbirinden renkli ve zarif meyve arkadaşları vardır. Ayrıca akıllı ve çalışkan karakteri ile Elif çizgi filmin her bölümünde yeni şeyler öğrenmiştir.

'Heidi' ve 'Elif'in Düşleri' çizgi filmlerinde son olarak şarkı sözleri ile çizgi filmlerdeki başkahramanın karakteristik yapıları dikkat çekmiş, karakter özelliklerinin şarkı sözleriyle özetlendiği görülmüştür. Söz konusu şarkı sözlerinde Heidi: "Karlı dağın zirvesinde sevimli bir kız var adı Heidi, Heidi. Büyük babanın yanında köpeğiyle Alp'lerde yaşar Heidi. Heidi Güneş gibi sıcak, Heidi hep dostum kalacak. Heidi mutlu olalım senle, mutlu olalım senle" sözleriyle betimlenmiştir. Karlı dağın zirvesinde sevimli bir kız sözlerinde mükemmelleştirilmiş çocuk olduğu kadar Güneş kadar sıcak nitelemesinde de büyütme ve abartma söz konusudur. 'Elif'in Düşleri' çizgi filminde ise ideal çocuk şu sözlerle tanıtılmıştır: "Soru sormaktır işim, böyle büyür düşlerim, sormaktan çekinmem, kolay olur öğrenmem, portakal kivi elma, neye benzer acaba, düşünürsen bulursun, öyle mutlu olursun, Elif'tir benim adım, birazcık meraklıyım, hayal kurmayı seven, bıcır bıcır bir kızım".

Tartışma ve Sonuç

Araştırma kapsamında incelenen 'Heidi' çizgi filminde dostluk, problem çözüme, sevecenlik, yardımlaşma, hayvan sevgisi, güven, kibarlık, sorumluluk ve toplumsal kurallara uyma gibi evrensel ahlaki değerler küçük kız Heidi aracılığıyla vurgulanmıştır. Fakat abartılmış davranışlar ile Heidi bir çocuk olmaktan çok yetişkin insanların tavırlarını sergilemiştir. Söz konusu karakter hata yapmayan, kusursuz bir insan olarak kurgulanmıştır. Heidi'nin sahip olduğu duygu, düşünce, tutum ve davranışlar, yetişkin insanlarda görülen olgunluğun yansıması niteliğindedir.

Nihayetinde bir çocuk olmasına rağmen yaşadıkları yerleşim yerinde yaşanan her olumlu gelişmede Heidi'nin katkıları vardır. Heidi büyükbabası ile başlarına gelen her türlü sorunu çözebilmiştir. Üstesinden gelemeyeceği bir iş yoktur. Çizgi filmde beş yaşındaki küçük bir kız çocuğu idealleştirilirken mükemmel bir birey olarak gösterilmiştir. Dolayısıyla yaşından çok büyük

işlerin kahramanı olarak gerçeklikten uzaklaşmıştır. Analizler sonucunda 'Heidi' çizgi filminin daha çok 10-15 yaş aralığındaki çocukların hayatını canlandığı izlenimi oluşturmuştur. Serinin hemen her bölümü olumlu sonuç, başarı ve isteğine kavuşma ile bitmiştir. Bu yönleriyle Heidi her ne kadar her ebeveynin sahip olmak istediği mükemmel bir çocuk portresi çizse de zihinlerde daha çok hayali bir kahraman olarak kalmıştır. Bunun temel nedeni yaşı ile davranışlarının birbiriyle uyuşmamasıdır. Heidi'nin yaşından daha büyük biri gibi hareket etmesi onu gerçeklikten koparmış masal kahramanı olarak göstermiştir. Asıl olarak masaldan uyarlanan bu karakter çizgi filmde gerçekliği tam olarak yakalayamamıştır.

Elif ise hata yapabilen, hatalarından ders çıkarabilen, ailesinin yönlendirmeleriyle her şeyi öğrenebilen daha gerçekçi bir karakterdir. Küçük bir kız çocuğu olarak kurgulanan Elif, gerçeklikten uzak değildir, hayatın içinden biridir, seri boyunca herkes tarafından alışlagelen hareketler sergilemiştir. Arkadaşlık kurma, güçlü iletişim yeteneği, yardımlaşma, nezaket, sorumluluk alma, sözünde durma, emaneti koruma, hayal gücünü kullanma, fikir üretme, bilişsel, duygusal ve kültürel zekâsını kullanabilme özellikleriyle, bazen sevecen bazen de komik tavırları ile tam olarak yaşının gerektirdiği gibi davranmıştır. Ayrıca hayal gücü ve yaptıkları ile çağa entegre olmuş daha modern bir çocuk imajı çizmiştir. Övgü, uyarı ve tembihler çizgi filmde iç içe verilmiştir. Dolayısıyla tüm yönleriyle Elif günümüz okul öncesi çağıdaki çocukları daha başarılı bir şekilde canlandırmıştır.

Sonuç olarak Heidi daha çok duygusallık temelinde mükemmelleştirilmiş bir kız çocuğu iken Elif, öğrenme, merak etme, araştırma ve sosyal edinim kavramlarıyla idealleştirilmiş bir kız çocuğudur. Bu yönleriyle 'Elif'in Düşleri' çizgi film serisinin 'Heidi' serisinden daha gerçekçi, inandırıcı, eğitici ve öğretici bir yapıya olduğu görülmüştür.

Kaynaklar

- Bakkalbaşı, İ. (2009). Johanna Spyri'nin "Heidi" Adlı Eserinden Yola Çıkarak Yayınevlerinin Çeviri Çocuk Edebiyatı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi.
- Boyraz, C. (2022). Çocuklar için Felsefe Eğitiminde Uyarıcı Olarak Çizgi Filmlerin Kullanımı: Vikingler ve Heidi. *Erciyes Journal of Education*, 6(2), 127-144. <https://doi.org/10.32433/eje.1152712>
- Cesur, S., & Paker, O. (2007). Televizyon ve çocuk: Çocukların Tv programlarına ilişkin tercihleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(19), 106-125.
- Çakır, H. (2012). Televizyonun Zararlı Yayınları Karşısında Çocukların Korunmalarına Yönelik Yasal Düzenlemeler. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi | Istanbul University Faculty of Communication Journal*, 0(19). <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuifd/issue/22874/244417>
- Domoff, S. E., Harrison, K., Gearhardt, A. N., Gentile, D. A., Lumeng, J. C., & Miller, A. L. (2019). Development and validation of the Problematic Media Use Measure: A parent report measure of screen media "addiction" in children. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(1), 2-11. <https://doi.org/10.1037/ppm0000163>
- Drisko, J. W., & Maschi, T. (2016). Content analysis. *Pocket Guide to Social Work Re.*
- Fırat, H. (2019). Çizgi filmlerde çocuk gerçekliği: Niloya örneği. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim (TEKE) Dergisi*, 8(2), 1007-1033. <https://dergipark.org.tr/en/pub/teke/issue/46075/580118>
- Gökçem Akyıldız, S. (2020). Türkiye'nin Modernleşme Sürecinde Farklılaşan ve Bulanıklaşan Sınıf Kavramı: Yalan Dünya Örneği. *Aksaray İletişim Dergisi*, 2(2), 96-118. <http://aid.aksaray.edu.tr/tr/pub/issue/56120/702709>
- Gurbetoğlu, A. (2007). II. Meşrutiyet dönemi çocuk dergilerinde ahlak eğitimi ve ahlaki değerler (1908-1918). *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(1), 81-101.

- Harwood, T. G., & Garry, T. (2003). An overview of content analysis. The marketing review, 3(4), 479-498. <https://doi.org/10.1362/146934703771910080>
- İlhan, V., & Çetinkaya, Ç. (2013). İlkokul Öğrencilerinin Tematik Çocuk Kanallarındaki Çizgi Filmleri İzleme Alışkanlıkları. Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, 2(1), 317-326.
- Kaşka, O., & Özdemir Erem, N. H. (2018). Çizgi filmlerde aile kurumu üzerinden verilen iletilerin değerlendirilmesi. Çocuk Edebiyat ve Dil Eğitimi Dergisi, 1(1), 59-80. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ceded/issue/39023/498991>
- Koçer, D. N. (2020). 'İdeal Çocuk'tan 'Küresel Tüketici'ye: Türkiye'de Çocuk Dergileri ve Çocuk İmgesi. Motif Akademi Halkbilimi Dergisi, 13(31), 1218-1237. <https://doi.org/10.12981/mahder.745700>
- Muradoğlu Pehlivan, B. (2019). Toplumsal cinsiyet rolleri açısından Türk çizgi filmlerinde anne ve baba temsili üzerine bir çalışma. Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi, 1(2), 15-27.
- Netco. (2015). Elif'in Düşleri. <https://netco.com.tr/dir/tr/filmler/elif-indusleri/#:~:text=Elif%20%2D5%20ya%C5%9Fimar%C4%B1nda%20bir,meyveleri%20nas%C4%B1%20tan%C4%B1yabilece%C4%9Finin%20yolunu%20g%C3%B6sterir.>
- Önürmen, O. (2020). Televizyoncu Öldü, Yaşasın "Yeni" televizyoncu. 7. Uluslararası Dijital Çağda İletişim Eğitimi Sempozyumu.
- Özçakır, S. (2018). Meşrutiyet çocuklarının yetiştirilmesinde terbiyevî oyunların rolü. OTAM Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi, (43), 141-164. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2160529>
- Özsevgeç, L. C., & Arzu, S. (2016). Çocukların İzledikleri Çizgi Filmler ve Bu Tercihlerinin Karakterleri İle İlişkisi. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD), 3(2), 725-734. <https://doi.org/10.21733/ibad.452142>
- Pamak, G. (2019). Yeşilçamdan arabeske Türk sinemasında çocuk tahayyülünün dönüşümü. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Şehir Üniversitesi.
- Spyiri, J. (2016). Heidi (Çev. S. Günersel). İş Bankası Kültür Yayınları.

- Ünalın, D. (2019). Hedef Kitlesi Çocuk Olan Reklamlarda Yaşam Biçimi Sunumu Koton Kids Reklamları Örneği. İçinde A. M. Kırık (Ed.) Geleneksel Medyada Çocuk ve İletişim (ss. 197-226). Çizgi Kitabevi.
- Üstündağ, A., & Şenol, F. B. (2021). Çizgi Filmlerde Yer Alan Şiddet ve Korku Öğelerinin İncelenmesi: TRT Çocuk Örneği. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 12(1), 173-188. <https://dergipark.org.tr/en/pub/gumus/issue/60420/865219>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Seçkin Yayınları.

BÖLÜM 3

KURUMLARA VERİLEN FİNANSAL OKURYAZARLIK EĞİTİMİNİN FİNANSAL OKURYAZARLIK DÜZEYİ ÜZERİNE ETKİSİ- AYDIN EMNİYET MÜDÜRLÜĞÜ PERSONELLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Dr. Öğr. Üyesi Rüya KAPLAN YILDIRIM¹
Dr. Öğr. Üyesi Gülden KADOOĞLU AYDIN²

¹ Adanan Menderes, Aydın MYO Üniversitesi, Şanlıurfa, Türkiye. rkyildirim@adu.edu.tr , Orcid No:0000-0003-0455-568X

² Harran Üniversitesi Birecik MYO, Şanlıurfa, Türkiye. guldenka@harran.edu.tr, Orcid No: 0000-0003-4214-5673

GİRİŞ

Günlük hayatta alınan finansal kararlar ve muhtemel finansal zorluklarla baş edebilmek için gerekli bilgiye sahip olmak, bu bilgileri analiz edebilmek ve değerlendirebilmek Finansal okuryazarlık ile mümkün olmaktadır.

Günümüzde teknolojinin hızla gelişmesi, küreselleşmeyle birlikte finansal ürün ve hizmetlerin çeşitliliğindeki artış finans sisteminde karmaşıklığa sebep olmuştur. Aynı zamanda işletmelerin, bireylerin ve hatta devletlerin de iflasları ve beraberinde yaşadıkları riskleri bireylere yüklemeye çalışma çabaları finansal okuryazarlığın öneminin artmasına neden olmuştur. Bireylerin ve ailelerin finansal okuryazarlık hakkında temel bilgi düzeyine sahip olmaları, bütçelerini sağlıklı bir şekilde yönetme konusunda büyük bir role sahiptir. Hızla gelişen teknolojik gelişmelere paralel olarak yatırım ve finans dünyasındaki ulaşılabilirlik ve çeşitlilik bireylerin finansal hizmet ve ürünlere olan ilgi ve alakalarının artmasına neden olmuştur. Bununla beraber önemi hızla artan finansal okuryazarlık ürün çeşitliliği nedeniyle karmaşık bir yapı ile karşımıza çıkmaktadır. Böylesi karmaşık bir ortamda bireylerin sağlıklı ve doğru karar verebilmeleri finansal okuryazarlık bilgi düzeyleri ile doğru orantılıdır. Sadece finansal konularda bilgi sahibi olmak finansal okuryazarlık bilgi düzeyine etki etmemektedir. Bireylerin bütçelerini yönetmesi, gelirlerinden doğru bir şekilde tasarruf yapmaları ve tasarruflarını doğru şekilde kullanabilmeleri ancak finansal okuryazarlık bilgi düzeyleri ile mümkün olabilmektedir.

Çalışmanın amacı, kurumlarda çalışan, sabit ve düzenli bir geliri olan bireylerin sağlıklı kararlar ile aile bütçelerini rasyonel olarak idare etmelerini sağlayabilmek ve yaptıkları tasarrufları doğru değerlendirebilmeleri için finansal okuryazarlık eğitimlerinin yaygınlaşmasının sağlanması ve Aydın Emniyet Müdürlüğü personellerine verilen eğitimin bireylerin finansal okuryazarlık düzeyleri üzerindeki etkisinin araştırılmasıdır. Çalışmada ayrıca emniyet personellerinin demografik özellikleri ile finansal okuryazarlık düzeyleri arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda Aydın Emniyet Müdürlüğü'nde çalışmakta olan 74 personele anket uygulanmış olup, çalışmanın verileri Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) programında analize tabi tutulmuştur.

1. FİNANSAL OKURYAZARLIK

Önemi son yıllarda gittikçe artan ve finansal sistemdeki ürün ve hizmetlerdeki çeşitliliğin artmasıyla karmaşık hale gelen, anlaşılması bazı bireyler tarafından oldukça zor olan finansal okuryazarlık eğitimin gerekliliği de artmaktadır. Birey ve ailelerin elde ettikleri gelirler üzerinde almış oldukları harcama, tasarruf ve yatırım gibi kararlar ile piyasa şekillenmektedir. Eğer ekonomik olarak kötüye giden bir durum söz konusu ise bireyler harcamalarını azaltarak tasarruf yoluna gidebilmektedirler ancak bu durum ekonomiyi daha da kötü bir hale getirmektedir. Aksi durumda iyiye giden bir ekonomik ortamda bireyler harcamalarını arttırmakta ve ekonomide oluşması muhtemel balonun

büyümesine aynı zamanda da artan talepler neticesinde fiyatların artmasına sebep olabilmektedirler.

Finansal okuryazarlık birey açısından önemli olmakla beraber ülke ekonomisi içinde büyük öneme sahiptir. Ufak birikimlerden sermaye piyasaları aracılığı ile büyük tutarlarda yatırımlar gerçekleşmektedir. Yatırımcı tabanının geliştirilmesi Türk Sermaye Piyasası'nın istemiş olduğu gelişmişlik seviyesine ulaşılması için büyük öneme sahiptir. Bunun için de finansal sistem hakkında hem farkındalık yaratmak hem de tasarruf sahiplerini bilgilendirerek finansal okuryazarlığı tabana yaymak gerekmektedir (Fettahoğlu,2015: 102).

Finansal okuryazarlığı sosyo-demografik özellikler (bireylerin eğitim durumlarının finansal okuryazarlık düzeylerine etkisi), aile geçmişi (ailenin geçmiş eğitim tecrübeleri), zenginlik ve servet (bireylerin gelir durumlarının finansal okuryazarlığa etkisi), tasarrufları arttırma eğilimleri (bireylerin danışmanlık desteği alarak tasarruflarını arttırmak amacıyla daha fazla bilgiye sahip olmayı istemeleri), finansal memnuniyet (tasarruflarını ve masraflarını karşılayabilmek için finansal okuryazarlık desteği almaları) ve umutsuzluk (bireylerin ruh halinin finansal okuryazarlık düzeylerinin artmasından etkilenmesi) gibi etkileyen faktörler finansal okuryazarlığı daha anlaşılır kılmaktadır (Öztürk ve Demir, 2015: 117-118).

1.1. Finansal Eğitim ve Okur Yazarlığa Etkisi

Finansal okuryazarlık eğitimi alan bir birey, finans ile alakalı problemlerini konuşabilir, tartışabilir ve yorumlayabilir. Finansal piyasalardaki ürün çeşitliliğinin artması, bireylerin finansal kararlar vermesi noktasında farklı alternatiflerle karşılaşmalarına ve daha fazla bilinmeyen olduğu risklerle karşı karşıya kalmalarına sebep olmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde finansal okuryazarlık eğitimi zorunluluk halini almıştır. Para ve benzeri araçları kullanmanın önemini anlayabilmek ve gerekli bilgiye sahip olabilmek için finansal eğitim büyük öneme sahiptir.

Bireylerin parayla ilk buluşmasından itibaren finansal okuryazarlık ihtiyacı ön plana çıkmaktadır. Örneğin ilkokulda harçlık alınmasıyla birlikte bireyler parayla ilk etkileşimini gerçekleştirmiş olmaktadır. Bununla birlikte lise yıllarında kendi harçlığını çıkarmaya çalışan bireyler, yazları çalışmak zorunda kalan öğrenciler, emekliler, birikimi olanlar ve daha birçok kesimin finansal okuryazarlığa ihtiyacı vardır. Çünkü bireyler kendi bütçelerini, gelir giderlerini, harcamalarını ve tasarruflarını yönetebilmelidir.

2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Literatürde finansal okuryazarlık düzeylerini inceleyen birçok çalışmaya rastlanmaktadır. Çalışmalar genel olarak hane halkının, öğrencilerin, meslek gruplarının ve yatırımcıların finansal okuryazarlık düzeyini belirlemeye ve ölçmeye yöneliktir.

Yabancı literatür tarandığında, Volpe, Chen ve Pavlicko (1996) öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerini ölçebilmek için 454 üniversite

öğrencisine anket uygulamış ve çalışma sonucunda, öğrencilerin ekonomik alanlara yapılan yatırımlar hakkında bilgi seviyelerinin düşük olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Moore (2003) Washington Eyaleti sakinlerinden mali durumu hakkında en fazla bilgiye sahip olan hane halkından 1423 kişiye anket uygulamıştır. Çalışmadaki amacı, ankete katılan bireylerin finansal yeterlilik düzeylerini ölçmek ve tanımlamak olan Moore'nin çalışması sonucunda katılımcıların bilgi düzeylerinin yetersiz olduğu gözlemlenmiştir.

Beal ve Delpachitra (2002) çalışmalarında öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerini demografik özellikleriyle ilişkilendirerek ölçmeyi amaçlamışlardır. Çalışmada demografik özelliklerden cinsiyetin finansal okuryazarlık düzeyi ile istatistikî olarak anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Cude ve arkadaşları (2006) yapmış oldukları çalışmada üniversite öğrencilerinin finansal bilgi becerilerini nasıl ve nerede edindiklerini incelemişlerdir. Çalışma sonucunda öğrencilerin ailelerinin finansal okuryazarlık düzeylerini belirlemede önemli rol aldıkları ve finansal okuryazarlık düzeylerini arttırmak için ailelerin ve çocuklarının eğitim anlamında destek almaları gerektiğini vurgulamışlardır.

Lusardi ve Mitchell (2008) yapmış oldukları çalışmada, karmaşık bir yapıya sahip olan finansal araçların bireyler tarafından doğru algılanıp algılanmadığını araştırmıştır. Sonuç olarak da finansal okuryazarlık düzeyini düşük bulmuşlar ve bu durumun sebebi olarak da eğitim eksikliğini öne sürmüşlerdir.

Jorgensen ve Savla (2010) üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeylerini belirlemede ailelerinin etkisinin olup olmadığı araştırmışlar, çalışma sonucunda da ailelerin öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerine orta derecede etkili oldukları sonucuna varmışlardır.

Robb ve Sharpe (2009) yapmış oldukları çalışmada borsa katılımcılarının finansal okuryazarlıklarını ölçmeyi amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda katılımcıların büyük çoğunluğunun finansal kavramlar hakkında bilgi sahibi olduklarını ve hisse senedi, tahvil- tahvil fiyatları gibi bilgileri bildiklerini de tespit etmişlerdir.

Potrich ve arkadaşları (2018) tarafından 2485 bireye finansal okuryazarlık düzeylerini cinsiyet değişkeninin (kadın- erkek) farklılıklarını analiz etmek için anket yöntemi kullanılmışlardır. Çalışma sonucunda cinsiyet ile finansal okuryazarlık arasındaki ilişkinin varlığının söz konusu olmakla beraber erkeklerin kadınlara göre daha fazla finansal okuryazar oldukları sonucuna ulaşmışlardır.

Zeynelova (2019) çalışmasında Bakü'de bireylerin finansal okuryazarlık seviyelerini ölçmek üzere anket uygulamış ve çalışma kapsamındaki bireylerin orta düzeyde finansal okuryazar oldukları sonucuna varmıştır.

Bozkurt ve arkadaşları (2019), çalışmalarında Türkiye'deki tasarruf eğilimi ve bunun finansal okuryazarlık düzeyi ile ilişkisini 7895 kişi üzerinden anket çalışması ile araştırmışlardır. Çalışma sonucunda finansal okuryazarlık ve eğitimin, tasarruf alışkanlıklarının gelişmesine ve tasarruf düzeylerinin artmasına yardımcı olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Kılınç (2018) profesyonel yatırımcılara anket uygulayarak yapmış olduğu çalışmada; profesyonel yatırımcıların yüksek seviyede finansal okuryazar oldukları sonucuna ulaşmıştır.

Baysa ve Karaca (2016) çalışmalarında, banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeylerini ve hangi segment grubunun daha fazla finansal okuryazar olduğunu tespit etmeye çalışmışlardır. Çalışma sonucunda Segment grupları içerisinde en düşük finansal okuryazarlık düzeyine sahip grubun tarımsal segment grubu, en fazla finansal okuryazarlık düzeyine sahip grubun ise ticari segment grubu olduğu bulgularına ulaşmışlardır.

Er ve Çetintaş (2018) yapmış oldukları çalışmalarında çalışan kesimin önemli bir bölümünü oluşturan 298 işçiye anket uygulaması ile finansal okuryazarlık seviyelerini belirlemeye çalışmışlardır. Çalışma sonucunda işçilerin günlük iş ve işlemleri açısından finansal okuryazarlık seviyelerinin yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Aynı zamanda işçilerin gelecek ile ilgili planlamalarında tasarruf eğiliminde yetersiz bilgi, tutum ve davranışa sahip oldukları sonucuna ulaşmışlardır.

Fettahoğlu (2015) çalışmasında, hem katılımcıların finansal okuryazarlık düzeylerini belirlemeye çalışmış hem de hane halkının aile bütçesinin yönetimi konusunda bilgi, tutum ve davranışlarını belirlemeye yönelik anket çalışması yapmıştır. Ankete katılan 83 katılımcının finansal okuryazarlık düzeyinin temel düzeyde olduğunu fakat karmaşık yapıda olan ve bilgi gerektiren finansal araçlar ve teknikler konusunda yetersiz oldukları sonucuna ulaşmıştır.

3. ANALİZ

Bu araştırmanın amacı, kurumlar bünyesinde verilen finansal okuryazarlık eğitimlerinin kurum çalışanlarının finansal okuryazarlık düzeyleri üzerindeki etkisinin araştırılmasıdır. Araştırma örneklemini, Aydın İl Emniyet Müdürlüğünde görevli 74 polis memurundan kolayda örnekleme yöntemi ile oluşturulmuştur. Katılımcılara eğitim öncesinde finansal okuryazarlık ölçeği uygulanarak katılımcıların eğitim öncesi genel finansal okuryazarlık durumları tespit edilmiş, ardından katılımcılara 4 saat süren finansal okuryazarlık eğitimi verilmiş ve eğitim bittikten sonra eğitimin faydasını analiz edebilmek amacı ile tekrar aynı ölçek uygulanmıştır. Araştırmaya katılan çalışanların finansal okuryazarlık düzeyini ölçmek için, Van Rooij, Lusardi ve Alessie (2011)'den alınan 16 maddeden oluşan ve temel finansal okuryazarlık (TFO) ile ileri düzey finansal okuryazarlık (İFO) düzeylerini inceleyen ölçek kullanılmıştır. İlk 5 madde temel finansal okuryazarlık düzeyi ölçümünü sağlarken, diğer 11 madde ileri düzey finansal okuryazarlık ölçümünü sağlamaktadır. Ölçek Türkçe'ye çevirisi yapıldıktan sonra biri öğretim görevlisi ve diğeri İngilizce

öğretmeni olan iki uzman tarafından ters çevirisi yapıldıktan sonra kullanılmıştır. Yöneltilen soruların bir doğru cevabı bulunmakta ve her doğru cevaba 1 puan verilerek bir endeks hesaplanmaktadır. Temel finansal okuryazarlık için 0-5, İleri finansal okuryazarlık endeksi 0-11 arasında değişmektedir. Verilerin analizinde SPSS 20 paket istatistik programı kullanılmıştır.

4. BULGULAR

Araştırmaya katılanların 24'ü (%32) kadın, 50'si (%68) erkektir. Katılımcıların yaklaşık %51'i genç nüfus (20-40), %39'u ise 41-50 yaş grubunda bulunmaktadır. Örneklemin büyük çoğunluğu üniversite mezunlarından oluşmakta (%86) ve medeni hal bakımından evli olanlar (53) bekâr olanlardan (21) daha fazladır

Veri setinin evreni temsil edebilirliği ve faktör analizi için uygun olup olmadığını anlamak için Kaiser- Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett's küresellik testi uygulanmıştır. KMO değerinin 0,50'den yüksek (0,529) olması ve Bartlett'sig. değerinin 0,05'den küçük (0,00) çıkmış olması nedeniyle örneklemin analiz için yeterli olduğu ve verilerin normal dağıldığı kanaatine varılmıştır.

Eğitimin katılımcıların finansal okuryazarlık düzeylerine etkisini görebilmek için eşleştirilmiş örneklem T-testi (paired sample T-tests) uygulanmıştır. 0,95 güven aralığı ile uygulanan test sonuçları aşağıdaki tablolarda özetlenmiştir.

Tablo 1: Temel Finansal Okuryazarlık Düzeyleri T-testi

	Ortalama	Korelasyon	Anlamlılık
TFO1	3,43	0,388	0,000
TFO2	4,05		

%95 güven aralığında test edilmiştir.

Tablo 1, verilen eğitimin katılımcıların temel finansal okuryazarlık düzeylerine etkisini göstermektedir. TFO1 eğitimden önce uygulanan ölçek sonucunu, TFO2 eğitimden sonra uygulanan ölçek sonucunu ortaya koymaktadır. Eğitimden önce katılımcıların temel finansal okuryazarlık düzeyleri ortalaması 3,43 iken, eğitimden sonra ortalama 4,05'e yükselmiştir. Korelasyon değerinin 0,388 ve sig. değerinin 0,005'den küçük olması eğitimin katılımcıların temel finansal okuryazarlık bilgileri üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğunu göstermektedir.

Tablo 2: İleri Finansal Okuryazarlık Düzeyleri T-testi

	Ortalama	Korelasyon	Anlamlılık
İFO1	4,66	0,672	0,000
İFO2	7,18		

%95 güven aralığında test edilmiştir.

Tablo 2, verilen eğitimin katılımcıların ileri finansal okuryazarlık düzeylerine etkisini göstermektedir. İFO1 eğitimden önce uygulanan ölçek sonucunu, İFO2 eğitimden sonra uygulanan ölçek sonucunu ortaya koymaktadır. Eğitimden önce katılımcıların ileri finansal okuryazarlık düzeyleri ortalaması 4,66 iken, eğitimden sonra ortalama 7,18'e yükselmiştir. Korelasyon değerinin 0,672 ve sig. değerinin 0,005'den küçük olması eğitimin katılımcıların ileri finansal okuryazarlık bilgileri üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğunu göstermektedir.

Verilen eğitimin finansal okuryazarlık düzeyine etkisinin cinsiyetlere göre farklılaşıp farklılaşmadığını görebilmek adına bağımsız T-testi yapılmış ve sonuçları Tablo 3 ile Tablo 4'de özetlenmiştir.

Tablo 3: Cinsiyete Göre TFO Düzeyi Bağımsız T-testi

	Kadın (ortalama)	Erkek (Ortalama)	Anlamlılık
TFO1	3,20	3,54	0,187
TFO2	3,95	4,10	0,539

%95 güven aralığında test edilmiştir.

Tablo 3, cinsiyetler arasında eğitimin temel finansal okuryazarlık düzeyine etkisinin farkını göstermektedir. Analiz sonucuna göre kadınların temel finansal okuryazarlık düzeyleri eğitim öncesi 3,20 iken eğitim sonunda 3,95'e, erkeklerin ise 3,54'den 4,10'a yükseldiği gözlemlenmiştir. Erkeklerdeki ortalamalar daha yüksek görünse de sig. değerleri 0,05'den büyük çıkması gruplar arasında istatistikî olarak anlamlı bir fark olmadığını göstermektedir.

Tablo 4: Cinsiyete Göre İFO Düzeyi Bağımsız T-testi

	Kadın (ortalama)	Erkek (Ortalama)	Anlamlılık
İFO1	3,25	5,34	0,000
İFO2	6,45	7,54	0,046

%95 güven aralığında test edilmiştir.

Tablo 4, verilen eğitimin ileri finansal okuryazarlık düzeyine olan etkisinin cinsiyetler arasındaki farkını göstermektedir. Analiz sonucuna göre, kadınların ileri finansal okuryazarlık düzeyleri eğitim öncesi 3,25 iken eğitim sonunda 6,45'e, erkeklerin ise 5,34'den 7,54'e yükseldiği gözlemlenmiştir. Erkeklerdeki ortalamalar daha yüksek olmakla birlikte Sig değerleri 0,05'den küçük çıkması gruplar arasında istatistikî olarak anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir. Bu durum verilen eğitimin erkek katılımcılar üzerinde daha fazla etkili olduğunu göstermektedir.

Tablo 5: Medeni Duruma Göre TFO Düzeyi Bağımsız T-testi

	Evli(ortalama)	Bekar(ortalama)	Anlamlılık
TFO1	3,45	3,38	0,784
TFO2	4,05	4,04	0,970

* 0,05'de anlamlı farklılığı ifade etmektedir.

Tablo 5, medeni duruma göre verilen eğitimin temel finansal okuryazarlık düzeyini farklılaştırıp farklılaştrmadığını göstermektedir. Evli olan katılımcıların temel finansal okuryazarlık düzey ortalamaları 3,45 iken eğitimden sonra 4,05'e, bekar katılımcıların TFO ortalamaları ise 3,38 den 4,04'e yükselmiştir. Evli olan katılımcıların TFO düzeyleri bekar olanlardan daha yüksek çıkmış fakat bu fark sig. değerleri 0,05'den büyük olduğundan istatistikî olarak anlamlı bulunmamıştır.

Tablo 6: Medeni Duruma Göre İFO Düzeyi Bağımsız T-testi

	Evli(ortalama)	Bekar(ortalama)	Anlamlılık
İFO1	4,77	4,38	0,48
İFO2	6,90	7,90	0,04*

* 0,05'de anlamlı farklılığı ifade etmektedir.

Tablo 6, medeni duruma göre verilen eğitimin ileri finansal okuryazarlık düzeyini farklılaştırıp farklılaştrmadığını göstermektedir. Evli olan katılımcıların ileri finansal okuryazarlık düzey ortalamaları 4,77 iken eğitimden sonra 6,90'a, bekar katılımcıların İFO düzey ortalamaları ise 4,38 den 7,90'a çıkmıştır. Evli olan katılımcıların eğitim öncesi İFO düzeyleri bekar katılımcılardan daha yüksek olmasına rağmen fark anlamlı olmamakla birlikte, eğitimden sonra oluşan fark istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Tablo 5 ve tablo 6 verileri evli bireylerin hem temel hem de ileri finansal okuryazarlık düzeylerinin bekar olanlara göre daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu veriler aynı zamanda verilen eğitimin evli bireyler üzerinde daha fazla pozitif etki yarattığını belirtmektedir.

Tablo 7: Eğitim Duruma Göre TFO Düzeyi Bağımsız T-testi

	Lise (ortalama)	Üniversite (ortalama)	Anlamlılık
TFO1	2,90	3,52	0,06
TFO2	4,09	4,04	0,88

* 0,05’de anlamlı farklılığı ifade etmektedir.

Katılımcıların eğitim durumuna göre temel finansal okuryazarlık düzeylerinde fark olup olmadığını tespit etmeye yönelik yapılan Bağımsız T Testi sonucu Tablo 7’de özetlenmiştir. Analiz sonucuna göre katılımcıların eğitim durumlarına göre temel finansal okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı bir fark görülmemiştir.

Tablo 8: Eğitim Duruma Göre İFO Düzeyi Bağımsız T-testi

	Lise (ortalama)	Üniversite (ortalama)	Anlamlılık
İFO1	4,00	4,77	0,12
İFO2	7,36	7,15	0,69

* 0,05’de anlamlı farklılığı ifade etmektedir.

Katılımcıların eğitim durumuna göre ileri finansal okuryazarlık düzeylerinde fark olup olmadığını tespit etmeye yönelik yapılan Bağımsız T Testi sonucu Tablo 8’de özetlenmiştir. Analiz sonucuna göre katılımcıların eğitim durumlarına göre temel finansal okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı bir fark görülmemiştir.

Son olarak katılımcıların yaş aralıklarına göre temel finansal okuryazarlık düzeylerinde fark olup olmadığı One way Anova ile analiz edilmiş ve sonuçlar Tablo 9’da özetlenmiştir. Yapılan analize göre; verilen eğitimin en fazla pozitif etkiye sahip olduğu yaş gurubu 51 yaş üzeri iken, bu fark istatistiki olarak anlamlı bulunmamıştır.

Tablo 9: Yaş Aralıklarına Göre İFO Düzeyi Anova Analizi

Yaş Aralığı	TFO1 Ortalamalar	Anlamlılık	TFO2 Ortalamalar	Anlamlılık
20-30	3,40	0,55	3,93	0,39
31-40	3,17		4,21	
41-50	3,68		3,93	
51 +	3,28		4,28	

* 0,05’de anlamlı farklılığı ifade etmektedir.

Katılımcıların yaş aralıklarına göre ileri finansal okuryazarlık düzeylerinde fark olup olmadığı One way Anova ile analiz edilmiş ve sonuçlar Tablo 10'da özetlenmiştir. Yapılan analize göre; verilen eğitimin en fazla pozitif etkiye sahip olduğu yaş grubu 20-30 yaş grubu iken, bu fark istatistiki olarak anlamlı bulunmamıştır.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Son yıllarda ülkemizdeki yüksek enflasyon nedeniyle insanlar sahip oldukları paraların değerini korumak veya daha fazla gelir elde etmek için farklı enstrümanlara (borsa, kripto para, foreks...vb) yönelmeye başlamıştır. Ancak bilinçsizce yapılan bu yatırım işlemleri beklentilerin aksine daha fazla maddi kayıplarla birlikte psikolojik bunalımlara da neden olmaya başlamıştır. Bunun en önemli nedeni ise bireylerin yatırım yaptıkları araçları, bunların risklerini ve muhtemel getirilerini bilmeden yatırım işlemi yapmalarındır. İnsanlar finansal okuryazarlık bilgisi edinip daha bilinçli yatırım yapmak yerine çevrelerinden duydukları veya sosyal medyada karşılaştıkları (tweeter, telegram, vb) tavsiye ve söylemlerle yatırım yapmaya çalışmaktadır. Yapılan bu bilinçsiz yatırımlar çeşitli problemlere neden olmaktadır. Bu sorunların önüne geçilebilmesi için finansal sistemler hakkında yatırım yapabilecek kadar bilgi düzeyine sahip olma konusunda eğitim ve araştırma imkânlarının artırılması ve finansal okuryazarlık eğitimlerinin yaygınlaşması gerekmektedir.

Bu çalışmada düzenli gelire sahip olan ve yatırım yapan 74 kamu personeline eğitim verilmiş ve eğitimin yatırım bilgi düzeylerinde ve yatırım kararlarında etkili olup olmadığını anlamak için çeşitli analizler yapılmıştır. Çalışma sonucuna göre dört saatlik verilen finansal okuryazarlık eğitimin katılımcıların finansal bilgi düzeylerine anlamlı bir katkı sağladığı görülmüştür. Bu nedenle finansal okuryazarlık eğitimlerinin artırılması ve sadece sabit ve düzenli geliri olan kurum çalışanlarına değil yatırım yapabilecek potansiyele sahip olan 18 yaş üzeri herkese verilmesi tavsiye edilmektedir.

Bütün çalışmalarda olduğu gibi bu çalışmada da bazı kısıtlamalar bulunmaktadır. Çalışmada eğitim öncesi pre-test ve sonrasında post-test yapılmıştır. Eğitim böylelikle tamamlanmıştır. Ancak katılımcılara konunun etkisi bakımından yeni bir değerlendirme yapılabileceği için ulaşım imkanı bulunmamaktadır. Çalışmada tekrar işletme imkanının yetersizliğinden dolayı elde edilen veriler ve bulgular üzerinden değerlendirme yapılmıştır. Fakat yeni yapılacak çalışmalar için pre-test ve post-test sonrasında belli bir zaman geçtikten sonra yeni bir post-test daha yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Baysa, E., ve Karaca, S. S. (2016). Finansal okuryazarlık ve banka müşteri segmentasyonları üzerine bir uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (71), 109-126.
- Bozkurt, E., Toktaş, Y., Altınır, A. (2019). Türkiye’de Tasarruf ve Finansal Okuryazarlık Üzerine Bir Araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18, 72, 1580-605.
- Cude, B. J., Lawrence, F., Lyons, A., Metzger, K., LeJeune, E., Marks, L., ve Machtmes, K. (2006). College students and financial literacy: What they know and what we need to learn. *Proceedings of the Eastern Family Economics and Resource Management Association*, 102(9), 106-109.
- Er, B., ve Çetintaş, M. (2018). İşçilerde Finansal Okuryazarlık: Finansal Bilgi, Tutum ve Davranış Eksenli Bir Araştırma. *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2), 61-71.
- Fettahoğlu, S. (2015). Hane Halkının Finans Eğitimi ve Finansal Okuryazarlık Düzeyleri Üzerine Kocaeli’nde Bir Araştırma. *Muhasebe Ve Finansman Dergisi*, (67), 101-116.
- Jorgensen, B. L., ve Savla, J. (2010). Financial literacy of young adults: The importance of parental socialization. *Family relations*, 59(4), 465-478.
- Kılınç, N. (2018). Finansal Okuryazarlığın Davranışsal Finans Üzerine Etkisi: Yatırım Profesyonelleri Üzerine Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep*.
- Lusardi, A., ve Mitchell, O. S. (2008). Planning and financial literacy: How do women fare?. *American economic review*, 98(2), 413-17.
- Moore, Danna (2003), *Survey of Financial Literacy in Washington State: Knowledge, Behavior, Attitudes, and Experiences*, Technical Report N. 03-39, Social and Economic Sciences Research Center, Washington State University.
- Öztürk, E., ve Demir, Y. (2015). Finansal okuryazarlık ve para yönetimi: Süleyman Demirel Üniversitesi akademik personel üzerine bir uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (68), 113-134.
- Potrich, A. C. G., Vieira, K. M., ve Kirch, G. (2018). How well do women do when it comes to financial literacy? Proposition of an indicator and analysis of gender differences. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 17, 28-41.
- Robb, C. A., ve Sharpe, D. L. (2009). Effect of personal financial knowledge on college students’ credit card behavior. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 20(1).
- Volpe, Ronald.- Chen, Haiyang.- Pavlicko, Joseph. (1996), *Personal investment literacy among college students: A survey*, *Financial Practice and Education*, Vol 6, pp.86-94.

Zeynelova, G. (2019). Bireylerin Finansal okuryazarlık ve finansal erişim düzeyleri üzerine bir araştırma: Bakü şehri örneği (Master's thesis, Sakarya Üniversitesi).

EK 1. Anket Soruları

1. Banka hesabınıza yıllık %2 faizle 100 TL yatırdığınızı varsayınız. Parayı birikmesi için bıraktığınız takdirde 5 sene sonra hesabınızdaki paranız ne kadar olur?

- A. 102 TL'den fazla
- B. Tam 102 TL
- C. 102 TL den az
- D. Bilmiyorum

2. Banka hesabınıza yıllık %20 faiz oranı ile 100 TL yatırdığınızı varsayınız. Anapara ve faizini çekmediğiniz takdirde 5 sene sonra hesabınızdaki paranız ne kadar olur?

- A. 200 TL'den fazla
- B. Tam 200 TL
- C. 200 TL'den az
- D. Bilmiyorum

3. Banka hesabınızdaki faiz gelirinin yıllık %1 ve enflasyonun da yıllık %2 olduğunu varsayınız. Bir sene sonra bankadaki paranızın satın alma gücü ne olur?

- A. Bugünkünden fazla
- B. Bugünkü kadar
- C. Bugünkünden az
- D. Bilmiyorum

4. Arkadaşınıza bugün 10.000 TL ve kardeşine de üç sene sonra verilecek 10.000 TL miras kaldığını düşünün. Reel (gerçek) manada hangisine kalan miras daha fazladır?

- A. Arkadaşımız
- B. Kardeşi
- C. İkisnininki de aynı oranda
- D. Bilmiyorum

5. Gelecek sene geliriniz ve bütün sahip olduğunuz malların fiyatı iki katına çıkarsa satın alma gücü açısından servetiniz ne olur?

- A. Bugünkünden fazla
- B. Bugünkü kadar
- C. Bugünkünden az
- D. Bilmiyorum

6. Hangisi hisse senedi piyasasının ana fonksiyonudur?

- A. Hisse senedi piyasası hisselerin karlarının tahmin edilmesine yardımcı olur
- B. Hisse senedi piyasası sebebiyle hisse senedi fiyatları artar
- C. Hisse senedi piyasası hisse senedini satmak isteyenlerle almak isteyenleri bir araya getirir
- D. Bilmiyorum

7. İfadelerden hangisi doğrudur?

- A. Eğer birisi hisse senedi piyasasından B firmasının hissesini alırsa; Firmanın bir parçasının sahibi olur
- B. Firmaya borç vermiş olur
- C. B firmasının borçlarının yükümlüsü (sorumlusu) olur
- D. Bilmiyorum

8. İfadelerden hangisi doğrudur?

- A. Yatırım fonuna yatırım yapan bir kişi ilk sene parasını çekemez
- B. Yatırım fonları hisse senedi, bono gibi birkaç varlığa yatırım yapabilir
- C. Yatırım fonları geçmiş performansa bağlı bir oranda getiri ödemeyi garanti eder
- D. Bilmiyorum

9. İfadelerden hangisi doğrudur? Eğer birisi B firmasının tahvilini satın alırsa;

- A. Firmanın bir parçasının sahibi olur
- B. Firmaya borç vermiş olur
- C. B firmasının borçlarının yükümlüsü (sorumlusu) olur
- D. Bilmiyorum

10.10 veya 20 sene gibi uzun dönemde bir periyodu dikkate alırsanız en yüksek getirisi olan varlık hangisidir?

- A. Banka Faizi
- B. Tahvil
- C. Hisse senedi
- D. Bilmiyorum

11.Uzun dönemde en yüksek fiyat dalgalanması gösteren varlık hangisidir?

- A. Banka Faizi
- B. Tahvil
- C. Hisse senedi
- D. Bilmiyorum

12.Bir yatırımcı parasını farklı varlıklara yatırdığında para kaybetme riski ne olur?

- A. Artar
- B. Azalır
- C. Aynı kalır
- D. Bilmiyorum

13.Eğer mevduat faizleri düşerse tahvil fiyatı ne olur?

- A. Yükselir
- B. Düşer
- C. Aynı kalır
- D. Bilmiyorum

14.“10 yıl vadeli bir tahvil satın alırsanız ve 5 sene sonra paraya çevirmek isterseniz ceza ödemesi yapmanız gerekir”. Bu ifade doğru mudur yanlış mıdır?

- A. Doğru
- B. Yanlış
- C. Bilmiyorum

15. “Normalde hisse senedi bonodan daha risklidir”. Bu ifade doğru mudur yanlış mıdır?

- A. Doğru
- B. Yanlış
- C. Bilmiyorum

16. “Bir firmanın hisse senedini almak yatırım fonu almaktan daha güvenli bir getiri sağlar”. Bu ifade doğru mudur yanlış mıdır?

- A. Doğru
- B. Yanlış
- C. Bilmiyorum

17. Cinsiyet

Kadın () Erkek ()

18. Medeni Durum

Evli () Bekar ()

19. Yaş Aralığınız

- A. 20-30
- B. 31-40
- C. 41-50
- D. 51 üstü

20. Öğrenim Durumu

- A. Lise
- B. Üniversite
- C. YL/ Doktora

BÖLÜM 4

TÜRKİYE’DE ODUN DIŞI ORMAN ÜRÜNLERİ ÜRETİM-İHRACAT İLİŞKİSİ: SEÇİLMİŞ ÜRÜN ÖRNEKLERİ (Kestane, Defne, Kekik, Adaçayı, Ihlamur, Keçiboynuzu ve Çam Fıstığı)

Dr. Öğr. Üyesi Remzi BULUT¹
Dr. Öğr. Üyesi Sevgin ÖZDERİN²

¹ Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Burdur, Türkiye. rbulut@mehmetakif.edu.tr ORCID No: 0000-0003-1169-2949

² Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Köyceğiz Meslek Yüksekokulu, Muğla, Türkiye. sevginozderin@mu.edu.tr ORCID No: 0000-0002-4511-5229

GİRİŞ

Türkiye, bulunduğu coğrafi konum itibarıyla farklı bitki tür ve çeşitliliğine ev sahipliği yapmaktadır. Türkiye, dünyada dört mevsimi olan, ana iklim ve geçiş iklimlerinin yaşandığı ender ülkelerden biridir. Coğrafi yapı olarak doğal ve yapay ormancılık bakımından büyük potansiyel taşımaktadır. Türkiye topraklarının yaklaşık %28'lik kısmı ormanlık ve çalılık alanlarla kaplıdır.

Orman ürünleri ilk etapta oduna dayalı ve odun dışı olmak üzere iki kategoride incelenmektedir. Odun hammaddesi dışında kalan her türlü bitki, hayvan ve mantardan elde edilen ürünler odun dışı orman ürünü (ODOÜ) olarak isimlendirilmektedir (Kurt vd., 2016: 158). Birçok farklı çeşitleri bulunan odun dışı orman ürünleri başta tıp alanında, gıda ve kimya alanlarında olmak üzere ana ekonomik faaliyetlerin birçok yan alanlarında kullanılmaktadır.

Türkiye'de odun dışı orman ürünlerinin büyük kısmı ormanlık alanlarda yetişen bitkilerden doğal yöntemlerle elde edilirken, bir kısmı da özel yöntemlerle yetiştiriciliği yapılmaktadır. Çeşitli alanlarda ara ve hammadde olarak kullanılan odun dışı orman ürünleri, ulusal ve uluslararası piyasalarda pazarlaması yapılmaktadır.

Odun dışı orman ürünleri hem doğal hem de modern yöntemlerle üretimi gerçekleştirilmektedir. Doğal yöntem olarak ağaçların gövdelerine yaralar açmak suretiyle doğrudan reçine ve yağlarının alınmasıdır. Modern yöntem olarak ise ağaçların ve çalılıkların yapraklarından yağ elde edilmesi, lif ve sürgünlerinin konserve yapılması, bazı ağaçların yaprakları ve meyvesi kurutulmuş şekilde işleme tabi tutulmasıdır. Yine birtakım otsu bitkilerin çiçeklerinden ve yapraklarından doğal ve modern yöntemle çay ve baharat elde edilmesidir. Modern ve sermaye yoğun yöntemler: bitkilerin meyvelerinden reçel, marmelat, çerez ve benzeri ürünlerin elde edilmesidir. Birçok sektörlerde kullanılan yumru soğanlı bitkiler ve mantarlar da odun dışı orman ürünleri kategorisinde yer almaktadır.

Ormanlık alanlarda yaşayan av hayvanları ve sularında yaşayan canlılar da (balık, kuşlar, yengeç, kurbağa vb.) orman ürünleri grubunda değerlendirilmesi yapılmaktadır. Bu tür canlıların; et, deri, boynuz, yumurta, tüy ve yün gibi ürünlerinden yararlanılmakta ve ticareti yapılmaktadır.

Dünya geneline bakıldığında odun dışı orman ürünleri birçok ailelerin ve toplumların ekonomik açıdan gelir kaynağını oluşturmaktadır. Farklı iklim ve bitki örtüsüne sahip olan Türkiye'de odun dışı orman ürünleri birçok ailenin geçim kaynağı olmakla birlikte ekonomilerine katkı sağlamaktadır. Özellikle kırsal yörelerde yaşayan vatandaşlar tarafından ormanlardan ve doğadan ham veya yarı mamul olarak toplanan orman ürünleri çeşitli resmi ve özel girişimci kuruluşlar ve aktarlar aracılığıyla piyasada pazarlaması yapılarak ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmaktadır.

Türkiye'de 2000'li yıllarda odun dışı orman ürünleri üretimi yaklaşık 31 bin ton civarında gerçekleşirken, 2021 yılı itibarıyla önem kazanarak 930 bin

tona yükselmiştir. 2022 yılı sonu belirlenen hedef ise 1 milyon 50 bin tona yükseltilmesi kararlaştırılmıştır. En temel odun dışı orman ürünleri arasında defne yaprağı ve yağı, kestane, adaçayı, kekik, fındık, harnup, biberiye, laden, böğürtlen, mersin, fıstıkçamı kozalağı ve salep gibi ürünler ilk sıralarda yer almaktadır. 2002 yılında odun dışı orman ürünleri ihracatından yaklaşık 39 milyon dolar gelir sağlanırken, 2021 yılı verilerine göre 1 milyar 600 milyon dolar değerinde ihracat geliri elde edilmiştir (Özkan, 2022). Türkiye genelinde üretimi yapılan 28 farklı odun dışı orman ürünlerinin ulusal ve uluslararası piyasalarda pazarlaması yapılmaktadır. Ancak, doğadan herhangi bir işleme tabi tutulmadan toplanarak aktarıcılarda ve piyasalarda ticareti yapılan 179 çeşit odun dışı orman ürününün varlığı söz konusudur.

Türkiye'nin, odun dışı orman ürünleri açısından dünya ülkeleri ile karşılaştırması yapıldığında zengin çeşitliliğe sahip olduğu görülmektedir. Özellikle 2000'li yıllardan sonra çeşitliliğin ve kaynakların dış ticarete fazla olması, artışların yaşanmasını sağlamıştır. Odun dışı orman ürünleri, katma değeri yüksek olmasından kaynaklı diğer orman ürünlerine göre ihracat açısından önem ve farklılık arz etmektedir.

1. Materyal ve Metot

Bu çalışmada Türkiye'de doğal olarak yetişen, tüzel kişiler ve şahıs tarafından üretimi yapılan odun dışı orman ürünleri içerisinde ekonomik değere sahip bazı seçilmiş ürünlerden kestane, defne, kekik, adaçayı, ıhlamur, keçiboynuzu ve çam fıstığı ele alınmıştır. İlk etapta bu ürünlerin doğal ve modern yöntemlerle yetiştiği ve yetiştirildiği yöreler, Türkiye coğrafyasındaki dağılımı ve ilk beş il sıralaması tablolandırılmıştır. Yine 2000- 2021 yılları arasında bu ürünlerin uluslararası piyasalara ihracatı, TÜİK, Dışişleri Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı Verileri ve Tarım ve Orman Bakanlığı verileri kullanılarak grafik haline dönüştürülmüştür. Türkiye'nin son 20 ila 21 yıllık seçilmiş bazı odun dışı orman ürünleri ihracat miktarları ve ihracat değerleri tablo ve grafiklerde gösterilerek yorumlanmıştır.

Çalışmada odun dışı orman ürünleri değerlendirilirken hangi ürünün dünyada hangi ülkede daha fazla üretiminin yapıldığı ve dünya genelinde ilk üç ülkenin üretim yüzdeleri olarak irdelenmiştir. Çalışmada bahsi geçen ürünlerin zaman zaman Türkiye toplam üretiminin dünya genel üretimiyle kıyaslamaları yapılmıştır. Bu ürünlerin ihracatının yapıldığı önemli ülke ve ülke gruplarına yer verilmiştir.

Ele alınan odun dışı orman ürünleri diğer odun dışı orman ürünlerine göre ihracat bakımından katma değeri en yüksek ve en önemlileri arasında yer almaktadır. Çalışmada bahsi geçen ürünler dünyada birçok sektörlere ana, yan, ikame ve tamamlayıcı ürün olarak kullanıldığı gibi doğrudan ve dolaylı olarak da kullanılmaktadır. Üretimdeki artış, doğal ve organik olan bu ürünlerin uluslararası piyasalarda yerini koruduğunu doğrulamaktadır. Birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler, gıda sektöründen ilaç sektörüne kadar yapay

ürünlerden ziyade doğal odun dışı orman ürünlerini tercih ettiği, arz ve talebin artmasından anlaşılmaktadır.

Son yıllarda odun dışı orman ürünleri üretim miktarını ve ihracatını artırma çabaları söz konusudur. Türkiye bu sektörden daha fazla döviz girdisi sağlamayı hedeflemektedir. Sonuç kısmında bazı öneri ve değerlendirmelere yer verilmiştir.

2. Odun Dışı Orman Ürünleri Kavram ve Tanımı

Odun Dışı Orman Ürünleri (ODOÜ) kavramı, Gıda ve Tarım Örgütü'nün (FAO) yapmış olduğu tanıma göre ormanlık arazilerden odun dışındaki ağaçlardan ve otsu bitkilerden elde edilen biyolojik kökenli işleme tabi tutulmuş ve tutulmadan kullanılan mallar olarak tanımlanmaktadır. Ana kaynağı orman menşeli olup odun dışında olan her türlü bitkisel, hayvansal ve mantarlardan elde edilen ürünler ODOÜ olarak adlandırılmaktadır.

Orman ürünleri, ana hatlarıyla oduna dayalı ve odun dışı (tali) olmak üzere iki kısımda incelenmektedir. Oduna dayalı orman ürünlerini tomruk, sanayi odunu, maden direği, lif ve yonga oluştururken, tali orman ürünü olarak da tabir edilen odun dışı orman ürünlerini meşe palamudu, reçine, sıgla yağı ve diğer ürünler oluşturmaktadır.

2.1. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Üretimi

Odun dışı orman ürünleri, ormanların farklı bölümlerinden farklı yöntemlerle farklı ürünler elde edilerek gerçekleştirilmektedir. Gültaş ve Özer'in ODOÜ tanımlamalarına göre beş ana başlık olarak orman ürünleri elde edilmektedir.

- Reçine ve sıgla yağı gibi ürünlerin üretilmesi için bazı tür ağaçların gövdelerine yaralar açılmak suretiyle yağlarının kaplarda toplanmasıyla elde edilmektedir.
- Baharat, bitkisel çay ve daha birçok farklı ürünlerin üretimi için ormanlardaki ağaçların farklı kısımları olan meyvelerinden, köklerinden, kabuğundan, çiçeklerinden, yapraklarından, sürgünlerinden, dal ve gövdelerinden yararlanılmaktadır.
- Meşe mazısı ve liken gibi ürünler ormanlardaki farklı ağaç türlerinin dal ve gövdelerinde oluşan patolojik (hastalık) oluşumlar sayesinde oluşmaktadır.
- Otsu bitkiler (kekik, adaçayı, şalba vb.), yumrular (kardelen, salep ve diğer yeraltı yumrular) ve mantarlar (dolaman, kuzu göbeği, kanlıca vb.) orman altı flora ve fungileri oluşturan aromatik ve soğanlı bitkilerden elde edilmektedir.
- Yanmayı kolaylaştırıcı ürün olarak tabir edilen çıra, çırpı ve benzeri ürünler, orman üretim artıkları olan çıralı çam kökü ve kütüklerinden elde edilmektedir (Gültaş ve Özer, 2011: 30)

2.2. Dünya Odun Dışı Orman Ürünleri Üretimi

Dünya genelinde farklı bölge, iklim ve coğrafyalarda yetişen ve üretimi yapılan yaklaşık 20 bin civarında bitki türü farklı sektörlerde işleme tabi tutularak ve işlenmemiş olarak ürün elde edilmektedir. Başta ilaç sektörü olmak üzere, gıda, kozmetik, kimya ve daha birçok sektörlerde yararlanılmakta ve ticareti yapılmaktadır. Ancak dünya genelinde ulusal ve uluslararası piyasalarda yapay ürünlerin varlığından kaynaklı olarak odun dışı orman ürünlerinin ticareti yeterli ölçüde ve miktarda yapılamamaktadır. Kullanılan alanlara göre gereksinim duyulan, odun dışı orman ürünleri doğal ve organik olmasından kaynaklı olarak gereksinim duyulan mal ve ürünlerin üretim maliyetlerini yükseltmektedir. Başta tekstil olmak üzere, kimya, gıda ve kozmetik sektörlerde daha düşük maliyetle üretim yapmak için doğal ve organik ODOÜ yerine yapay üretim faktörleri kullanılmaktadır.

Günümüzde, dünyada üretimi gerçekleştirilen, odun dışı orman ürünlerinin 2020 yılı toplam ticaret değer verileri tam olarak hesaplanamasa da yaklaşık olarak 15 ila 20 milyar ABD Doları civarında olduğu tahmin edilmektedir. Dünyada odun dışı orman ürünleri ihracatında; Çin, Hindistan ve ABD'nin ilk üç sırada yer aldıkları uluslararası ticaret raporlarında açık olarak görülmektedir. Almanya ve Mısır'ın uluslararası piyasalardaki yeri ve önemi oldukça büyüktür. Türkiye, dünya ODOÜ ihracatında yıllara göre değişim gösterse de 2020 yılı verilerine göre, 20. veya 21. sırada yer almaktadır. Dünya odun dışı orman ürünleri ithalatında ise başta orman bakımında yoksun olan ülkelerden Almanya, Japonya ve Hong Kong gibi ülkeler ilk sıralarda yer almaktadır (Bilgin, 2016).

Gelişmiş Avrupa ülkeleri (özellikle Almanya, Fransa, İtalya vb. ülkeler) ODOÜ sanayilerini geliştirerek hammadde olarak ithal ettikleri ODOÜ işleyerek dünya pazarlarına sunmaktadırlar. Mesela Almanya'da defne yetiştiriciliği olmamasına rağmen, dünya pazarında defne ile yapılmış Almanya yapımı ürünlerin piyasaya sürüldüğü görülmektedir.

Son zamanlarda dünya genelinde birçok orman menşeli baharatlar, çaylar, yağlı bitkiler, tıbbi ve aromatik bitkiler yaygın olarak piyasaya sürülmektedir. Dünya Covid-19 pandemisinden kaynaklı olarak tüketiciler kullandıkları ürün ve ürün gruplarına daha duyarlı olarak yaklaşmaktadırlar.

3. Türkiye'de Odun Dışı Orman Ürünleri Üretimi

Türkiye genelinde ormanlık ve bozkır alanların dağılımı homojen olmayıp, bölgelere ve iklime göre farklılık göstermektedir. Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de ormanlardan elde edilen çeşitli ürünler yıllardır insanlara ve toplumlara ekonomik fayda sağlamaktadır. Ancak, Türk toplumu orman hayatını oluşturan, başta flora olmak üzere, fauna ve fungilerden yeterli ölçüde faydalanmamaktadırlar. Türkiye ormanlarında üretimi yapılan veya doğal yollarla toplanan farklı türdeki bitki ve hayvansal ürünler toplumun bir kısmına gelir kaynağı olmaktadır. Türkiye'de orman köylüleri (ormanlık alana yakın

ikamet eden hane halkları) olarak adlandırılan birçok kırsal kesim vatandaşları odun ve odun dışı orman ürünlerinden gelir sağlamaktadırlar.

Türkiye topraklarında yaklaşık olarak 10 bin farklı türde bitkinin doğal ve modern yöntemlerle yetiştiriciliği yapılmaktadır. Bunlardan yaklaşık 3 bin bitki türü sadece Türkiye’de yetişmektedir. Türkiye, Avrupa kıtasında en fazla endemik bitki türünün yetiştiği tek ülke olarak kabul edilmektedir. Türkiye’nin; konumu, coğrafi yapısı, ana iklimlerin tam olarak yaşanması, arazi yapısı ve sulak alanların oldukça fazla olması bitki tür ve çeşitliliğinin fazla olmasına neden olmaktadır (Wikipedia, 2022). Türkiye, yüz ölçümü olarak toplam dünya yüz ölçümünün sadece %0,5’ini oluşturmasına rağmen, birçok farklı türde bitki çeşitlerine ev sahipliği yapmaktadır. Yüz ölçümü esas alınarak diğer ülkeler ile karşılaştırma yapıldığında oldukça zengin bitki örtüsüne sahip olduğu görülmektedir.

Türkiye genelinde seçilmiş odun dışı orman ürünlerinden, kestane, defne, kekik, adaçayı, ihlamur, keçiboynuzu ve çam fıstığı 2000 ila 2020 yılları arası toplam üretim miktarı ele alındığında 2012 yılına kadar dalgalı seyir izlediği, 2012 yılı sonrası sürekli arttığı görülmektedir. Özellikle defne yaprağı ve keçiboynuzu üretim artışları dikkat çekmektedir.

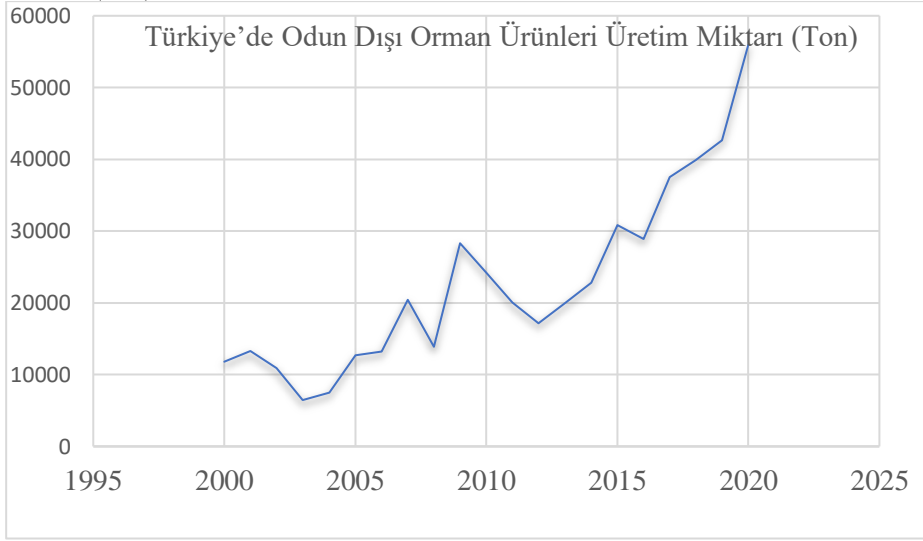
Tablo 2. Türkiye’de Odun Dışı Orman Ürünleri Üretim Miktarı (Ton)

	Kestane	Defne Y.	Kekik	Adaçayı	Ihlamur	Keçiboynuzu	Çamfıstığı	Toplam
2000	450	5738	3692	341	14	82	1471	11.788
2001	444	8001	2963	471	18	65	1302	13.264
2002	98	6626	2793	455	20	63	830	10.885
2003	3	3350	1785	264	4	61	995	6.462
2004	39	4662	1225	566	10	326	675	7.503
2005	130	8564	974	441	12	207	2347	12.675
2006	113	7746	892	390	30	529	3546	13.246
2007	61	11686	3863	910	5	128	3772	20.425
2008	116	7025	2050	1489	76	115	3052	13.923
2009	87	19781	1176	708	77	181	6266	28.276
2010	56	15418	1412	702	194	322	6091	24.195
2011	41	12329	972	410	3	23	6266	20.044
2012	27	12351	1786	341	56	24	2560	17.145
2013	158	15178	1874	324	29	522	1871	19.956
2014	315	15581	2493	342	50	539	3501	22.821
2015	336	21634	2159	578	48	614	5457	30.826
2016	1.908	21788	1256	279	65	1492	2083	28.871
2017	6.461	27678	1511	229	208	669	758	37.514
2018	7.019	28582	1977	281	35	933	1085	39.912
2019	5.910	32537	1834	261	76	642	1432	42.692
2020	6.200	44350	2195	342	30	1170	1703	55.99 0

Kaynak: ogm.gov.tr <https://www.ogm.gov.tr> > e-kutuphane > resmi-istatisti... sitesinden yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tabloda yer alan bazı odun dışı orman ürünleri üretim miktarları iklime bağlı olarak değişim göstermektedir. Yaz aylarının aşırı sıcak geçmesi ürün kalitesini, verimliliği ve miktarı üzerinde doğrudan olumsuz etki yapmaktadır. Özellikle kekik, adaçayı, ıhlamur ve çamfıstığı üretiminde dalgalı bir seyir oluşturmuştur. Türkiye’de 2007 ila 2016 yılları arası toplam odun dışı orman ürünleri üretimine konjonktürel bir dalgalanmanın yaşandığı 1 numaralı grafikte net olarak görülmektedir.

Grafik 1. 2000- 2001 Yılları Arası Türkiye’de Odun Dışı Orman Ürünleri Üretim Miktarı (Ton)



Kaynak: ogm.gov.tr <https://www.ogm.gov.tr> > e-kutuphane > resmi-istatisti... sitesinden yazar tarafından oluşturulmuştur.

Türkiye’de tıp ve ilaç sektöründe tedavi amaçlı ve ilaç yapımında kullanılan yaklaşık 500 farklı bitki çeşidi ve türü bulunmaktadır. Ancak, ulusal ve uluslararası pazarlarda ticareti yapılan sadece 346 çeşit bitki türü doğadan doğal yöntemlerle toplanan veya özel olarak yetiştirilen bitki türünün varlığından bahsedilmektedir. Uluslararası piyasalarda ticarete konu olan 112 farklı bitki tür ve çeşitlerinin ihracatı işlenmemiş, yarı işlenmiş veya işlenmiş olarak gerçekleşmektedir. Ülke iç ve dış piyasada ticarete konu olan ürünlerden 24 tür ve çeşidi endemik bitki sınıfında yer almaktadır. İhracatı gerçekleştirilen bitki türlerinden 7 çeşidini endemik tür oluşturduğu net olarak tescillenmiştir. İhracatı yapılan endemik bitki türleri arasında; adaçayı, kekik, çöven ve çalba’nın bazı türlerini saymak mümkündür (Bilgin, 2016).

Tablo 1. Türkiye ODOÜ Üretim Sıralaması (Miktar Olarak)

Ürünler	1. sıra	2. sıra	3. sıra	4. sıra	5. sıra
Kestane	Aydın	İzmir	Bartın	Sinop	Kastamonu
Defne	Adana	Muğla	Mersin	Bursa	Kahramanmaraş
Kekik	Denizli	Manisa	Uşak	Kütahya	Aydın
Adaçayı	Antalya	Denizli	Kütahya	Tekirdağ	Muğla
Ihlamur	Yalova	Bursa	Tekirdağ	Sakarya	İstanbul
Keçiboynuzu	Mersin	Antalya	Adana	Muğla	Osmaniye
Çam Fıstığı	İzmir	Aydın	Muğla	Antalya	Kahramanmaraş

Kaynak. Orman Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan rapor ve dosyalardan yazar tarafından oluşturulmuştur.

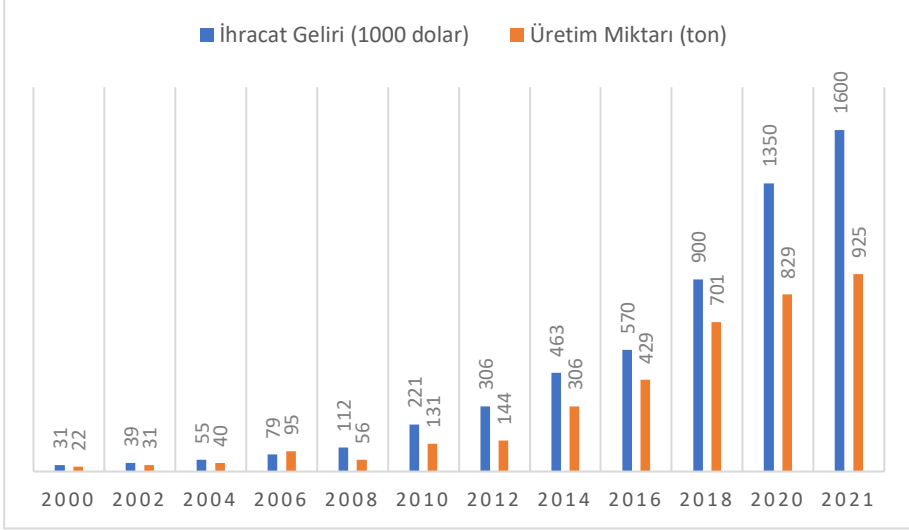
Türkiye’de odun dışı orman ürünlerden kestane, defne, kekik, adaçayı, ihlamur, keçiboynuzu ve çam fıstığı gibi ihracatta katma değeri yüksek olan ürünlerin yetiştirme ve üretim alanlarının daha çok sıcak ve geçiş iklimlerin yaşandığı Akdeniz, Ege ve Marmara bölgelerinde olduğu görülmektedir.

3.1. Türkiye Odun Dışı Orman Ürünleri (ODOÜ) İhracatı

Türkiye’de, Orman Genel Müdürlüğü (OGM) odun dışı orman ürünlerinin yönetimini 6831 sayılı kanuna dayalı 302 sayılı tebliğ esasına göre gerçekleştirmektedir. Ayrıca 6831 sayılı Orman Kanunu’nun 37. maddesine göre odun dışı orman ürünlerinin bir kısmının üretim yapılarak (reçine, sıgla yağı, çıra, şimşir, çubuk vb.) piyasaya sürülmesi yer almaktadır. Ancak aynı kanunun 40. maddesine göre orman köylülerinin de faydalanma haklarına değinilmiştir.

Türkiye son zamanlarda arıcılık ve bal üretimini geliştirmek için pozitif dışsallık olarak da tanımlanan bal ormancılığına doğru yönelme gereksinimi duymaktadır. Bal ihracatında önemli yeri olan başta çam olmak üzere, ihlamur, kestane ve orman gülü ballarının tamamı doğal yollarla ormanlardan elde edilmektedir. Ayrıca kekik, akasya ve çiçek ballarının büyük kısmı ormanlık alanlardan üretimi yapılmaktadır. Sayısal veri olarak ele alındığında Türkiye’de bal üretiminin yaklaşık %85’lik kısmı ormanlık alanlardan üretimi yapılırken, kalan kısım ise tarım alanlarından sağlanmaktadır (Tarım Orman Şurası, 2019).

Grafik 2. Türkiye'nin Odun Dışı Orman Ürünleri İhracat ve Üretim Miktarı İlişkisi (1000 dolar, 1000 ton)



Kaynak: Tarım Orman Şurası, Orman Kaynaklarından Faydalanma Grubu Çalışma Belgesi (tarimorman.gov.tr) adlı kaynaktan yazar tarafından oluşturulmuştur.

Türkiye genelinde orman türü kapsamında yetişen bitki türü çeşitlerinden 112 çeşidi odun dışı orman ürünü olarak yurt dışına ihracatı gerçekleştirilmektedir. Şekil 1'de görüldüğü gibi Türkiye'nin 2000 yılında toplam odun dışı orman ürünleri ihracatı 22 ton olup, karşılığında 31 milyon dolar değerinde gelir elde edilirken, 2021 yılında 925 tona ulaşmış olup, karşılığı olan 1 milyar 600 milyon dolar seviyesinde gelir elde edilmiştir. Geçen 21 yıldaki artış, üretim miktarında 42 kat iken ihracat değerinde artış ise yaklaşık olarak 51 katı aşmış durumdadır. Orman Genel Müdürlüğü'nün verilerine göre 2023 yılında odun dışı orman ürünleri ihracat gelirinin 2 milyar doları aşması tahmin edilmektedir. Özellikle 2010 yılı sonrası odun dışı orman ürünleri ihracatında artarak artan bir trendin olduğu görülmektedir. Yine aynı oranda odun dışı orman ürünleri üretim miktarında da artışlar söz konusudur. ODOÜ toplam üretim miktarı ile toplam ihracat değeri arasında doğru yönlü bir ilişkinin varlığından söz etmek mümkündür.

3.1.1. Kestane (*Castanea sativa*)

Dünya toplam kestane üretiminin büyük çoğunluğu olan %82'lik kısmını Çin gerçekleştirmektedir. Çin'i %3,3 ile Kore Cumhuriyeti izlemektedir. Türkiye ise %3'lük üretim payı ile dünya kestane üretiminde üçüncü sırada yer almaktadır. Çin'de üretimi yapılan kestanelerin işlenerek yaklaşık %30'luk kısmı uluslararası piyasalarda pazarlanmaktadır. İtalya ise dünyada en fazla işlenmemiş kestane ithal eden ve işleme tabi tutarak dünya genelinde ikinci büyük kestane ihracatçısı ülke konumundadır. İtalya'nın kestane ve kestane

ürünleri ihracatı, işlenmemiş kestane ithalatına bağlıdır. Avrupa ülkelerinden başta İtalya ve Almanya olmak üzere kestanede olduğu gibi daha birçok orman ve tarım ürünlerini işlenmemiş (hammadde) olarak ithal etmektedir. İşlenmemiş olarak ithal edilen orman ve tarım ürünleri dahilinde işleme rejimine tabi tutarak ulusal ve uluslararası piyasalarda pazarlamaktadır

Türkiye'nin Ege bölgesi kestane yetiştiriciliği bakımından iklim şartlarının en uygun olduğu bölge özelliğini taşımaktadır. Ege bölgesinde yer alan Aydın- Nazilli hattı en fazla kestane yetiştiriciliğinin yapıldığı havza özelliği taşımaktadır. Yıllara göre verim ve miktar verilerinde küçük sapmalar olsa da Aydın genelinde toplam Türkiye kestane yetiştiriciliğinin %41'i gerçekleşmektedir. Türkiye kestane üretiminde verim olarak ele alındığında ağaç başına ortalama 90 kg ile verimin en fazla olduğu yöre Antalya havzasıdır. Antalya'yı 59 kg ortalama ağaç başı verim ile Kastamonu bölgesi izlemektedir.

Türkiye'de kestane üretimi 2015 yılına kadar yatay bir seyir izlerken, 2015 yılı sonrası ani üretim artışları yaşanmıştır. Artışın nedeni olarak hem ağaç başı ortalama verimlerde artış hem de özel dış talepten kaynaklandığını söylemek mümkündür.

2019 yılı verilerine göre, Türkiye'de üretimi yapılan kestanenin büyük kısmı işlenmemiş olarak (yaklaşık 43 bin ton) ihraç edilmektedir. Yine, 2019 yılı verilerine göre toplam işlenmemiş kestane ihracatının yaklaşık olarak %80'i İtalya'ya yapılmıştır. İtalya'yı, %9'luk payla Lübnan ve %2'lik pay ile Almanya izlemiştir³. Ancak İtalya ithal ettiği işlenmemiş kestaneleri dahilinde işleme rejimine tabi tutarak farklı markalarla menşeyini belirtmeden başta Avrupa bölgesel pazarlar olmak üzere, uluslararası piyasalarda pazarlamaktadır.

2020 yılı verilerine göre, Türkiye 24 milyon dolar değerinde 34 farklı ülkeye işlenmiş ve işlenmemiş kestane ihracatı gerçekleştirmiştir. Toplam ihracatın %73'lük kısmı İtalya'ya gerçekleştirilmiş olup, karşılığında 17,5 milyon dolar ihracat geliri elde edilmiştir. İkinci büyük ihracat Lübnan'a gerçekleştirilmiş olup, karşılığında 1,8 milyon dolar değerinde gelir elde edilirken, Almanya'ya ise 1,5 milyon dolar değerinde kestane ihracatı yapılmıştır⁴.

Türkiye'nin işlenmiş ve işlenmemiş kestane ihracatı 2015- 2019 dönemi arasında önceki yıllara kıyasla yaklaşık %250 oranında artış göstermiştir. Dış piyasada kestane fiyatlarının yüksek olması, ihracat artışlarına neden olmuştur. Dolayısıyla iç piyasada kestane fiyatlarının yükselmesini beraberinde getirmiştir. Kestane ihracatındaki artışlar üretimle telafi edilse de iç piyasada kestane fiyatlarında düşüş etkisi görülmemektedir.

³ <https://www.ankaratb.org.tr> › lib_upload › Kestan...

⁴ <https://www.eib.org.tr> › Sayfa

3.1.2. Defne Yaprağı (*Laurus nobilis* L.)

Türkiye’de defne halk arasında ve farklı bölgelerde farklı isimlerle anılmaktadır. Defne bitkisi genel olarak kıyı kesimlerde devlet ormanları içinde yaygın olarak bazı yörelerde ise özel olarak yetiştiriciliği yapılmaktadır. Türkiye topraklarında defnenin en fazla yetiştiği yöreler arasında Adana, Muğla, Mersin ve Bursa illerinde yoğun olduğu görülmektedir. Türkiye, 2015 yılı verilerine göre yaklaşık olarak 300 milyon kg defne ürünleri (yağ ve yaprak) envanterine sahiptir. Defne yaprağı iç pazarlarda işlem gördüğü gibi önemli kısmı ihraç edilmektedir. Türkiye, defne ürünleri üretiminde açık ara ön sıralarda yer almaktadır. Türkiye, dünya defne ürünleri ihtiyacının %90’ını tek başına karşılamaktadır (Yılmaz ve Çiftçi, 2021: 326). Defne bitkisi ilaç sanayisinden gıda sanayisine kadar işlenmiş veya işlenmemiş olarak ara ve yan madde olarak birçok alanda yaygın şekilde kullanılmaktadır. İlk etapta defne bitkisinin kurutulmuş yaprağı gıda sektöründe baharat olarak, yağı ise başta ilaç sektörü olmak üzere kimya sektörlerinde ara ve katkı maddesi olarak kullanılmaktadır.

Türkiye, 2019 yılı verilerine göre, defne ürünleri üretim miktarı, 32 bin 600 ton ürün gerçekleşmiştir. Önemli kısmı ihraç edilen defne ürünlerinden yaklaşık 40 milyon dolar değerinde gelir sağlamıştır (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, 2020). 2021 yılında ise defne ürünleri ihracatı 2019 yılına göre %10 oranında artmış olup, ihracat geliri 44.3 milyon dolar seviyesine yükselmiştir (Dış Ticaret Verileri, 2021).

2000’li yıllar sonrası iklimden kaynaklı olarak defne yaprağı üretimi dalgalı seyir izlemiş olsa da genel anlamda artış trendi söz konusudur. 2000 yılında 5 bin 738 ton olan defne ürünleri üretimi 2020 yılında 44 bin 350 tona yükselmiştir. Geçen 20 yıllık süre içinde defne ürünleri üretimi yaklaşık 8 kat artış göstermiştir.

Tarım ve Orman Bakanlığı 2020 yılı verilerine göre, Türkiye’nin 2005 yılında defne ihracat geliri 12 milyon dolar civarında iken, 2019 yılında defne ihracat geliri yaklaşık olarak 40 milyon dolar seviyesine yükselmiştir. 2021 yıl sonu verilerine göre 16 bin 450 ton defne yaprağı ihracatından, 45 milyon dolar değerinde ihracat geliri sağlanmıştır. Türkiye’den defne ihracatı yapılan ülkeler arasında Çin, Vietnam, ABD, Almanya, Polonya, Brezilya ve Japonya ilk sıralarda yer almaktadır. Bu ülkelerden başka daha dünyanın pek çok ülkesine defne ihracatı gerçekleştirilmektedir.

Özellikle Ege, Akdeniz ve Karadeniz bölgelerinde yaygın olarak yetişen defne bitkisi Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından “Türk Defnesi” adıyla tescilli yapılmıştır. Defne, Türkiye ticaret borsalarında işlem görmekte olup, uluslararası defne fiyatını Türkiye belirlemektedir.

3.1.3. Kekik (*Origanum, Thymus, Satureja, Thymbra*)

Türkiye’de kekiğin %95’i ormanlarda doğal olarak, kalan %5’lik kısmı ise tarla ve arazilerde özel olarak yetiştiriciliği yapılmaktadır. Kekik, büyük

kullanım alanı olan, özel üretimi yapılan, çeşitli sektörlerde büyük önem taşıyan ve katma değeri oldukça yüksek olan odun dışı orman ürünlerinden biridir. 2000’li yıllardan sonra özel olarak tarla ve arazilerdeki üretiminde ciddi artışlar görülmektedir. Kadim geçmişi olan kekik bitkisi ilaç sektöründen gıda sektörüne kadar birçok alanlarda yaygın olarak kullanılmaktadır. Türkiye, farklı iklim, ekolojik ve çok çeşitli floraya sahip olmasından kaynaklı doğal ve özel yetiştiriciliği yapılan kekik ve benzeri bitki çeşidi ve türleri bakımından önemli zenginliğe sahiptir. Kekik ve benzeri bitki türleri, ormanlarda doğal olarak yetişen, aromatik ve tıbbi bitkiler kategorisinde yer alması, insan hayatının birçok alanlarında kullanılan potansiyel ürün özelliği taşımaktadır. Türkiye, dünyada en fazla kekik yetiştiriciliği yapan, en fazla işlenmiş ve işlenmemiş kekik ihracatı yapan tek ülkedir (T. C. Tarım ve Orman Bakanlığı, 2020). Kekik, tıbbi ve aromatik bitki türleri arasında en fazla önem arz eden türlerden biri olarak kabul edilmektedir. Kekik bitkisinin dahil olduğu familya 200 cins ve 3 bin tür içermektedir. Kekik dünya genelinde en geniş ve yaygın olan bitki familyası içinde yer almaktadır (Bozdemir, 2019: 584). Türkiye’de toplam özel olarak üretilen kekiğin yaklaşık %87’si Denizli ilinde yetiştirilmektedir. Denizli ilini Manisa, Uşak, Kütahya ve Aydın illeri izlemektedir. Bölgesel olarak Ege Bölgesi en fazla özel yöntemlerle kekik üretiminin yapıldığı bölge olma özelliği taşımaktadır.

Kekik sadece baharat olarak kullanılmakla kalmayıp, ilaç sektöründen gıda sektörüne kadar geniş yelpazesi olan bir üründür. Kekiğin günümüzde kültür ve kalite artırılma çalışmaları araştırma geliştirme kapsamında devam etmektedir. 2020 yılı verilerine göre üretimi ve ihracatı yapılan kekiğin yaklaşık %8,42’si ormanlık alanlardan doğal yollarla elde edilmektedir (Gaziantep Ticaret Borsası, 2021). Kalan %91’lik kısmı ise özel olarak şahıs ve işletmeler tarafından yetiştiriciliği yapılmaktadır.

Türkiye, dünya kekik ihracatının %70’ini tek başına gerçekleştirmektedir. 2020 yılı verilerine göre 69 milyon dolar değerinde Türkiye kekiği uluslararası pazarlarda piyasaya sürülmüştür. Türkiye kekiği uluslararası pazarlara ana hatlarıyla öğütülmemiş, öğütülmüş ve kekik yağı olarak sunulmaktadır (T. C. Tarım ve Orman Bakanlığı, 2020: 26).

Türkiye, odun dışı orman ürünlerinden olan kekik ihracatında Avrupa ülkelerinde en fazla paya sahip olan ülke konumundadır. Türkiye’de üretimi yapılan, işlenmiş ve işlenmemiş olarak kekik türleri ürünlerinin yaklaşık 80 ülkeye ihracatı gerçekleştirilmektedir. 2019 yılı verilerine göre toplam kekik türleri ihracat miktarı 16 bin 831 tona yükselmiştir. En fazla işlenmiş ve işlenmemiş kekik ve kekik yağı ihracatı yapılan ülkeler arasında Hollanda, Almanya, ABD ve Ege Serbest Ticaret Bölgesi ilk sıralarda yer almaktadır (T. C. Tarım ve Orman Bakanlığı, 2020: 28).

3.1.4. Adaçayı (*Salvia* sp.)

Adaçayı, Akdeniz bölgesine özgü bir bitki olup, genel olarak bitkisel çay olarak kullanılmaktadır. Bazı sektörlerde (ilaç sanayii) damıtılarak elde edilen yağından faydalanılmaktadır. Türkiye, dünyada en fazla adaçayının üretildiği ve doğadan doğal olarak toplatıldığı ülkelerden biridir. Son 10 yılda özel ve kamu kuruluşları tarafından adaçayı yetiştiriciliğinde sürekli artışlar yaşanmaktadır. 2012 yılında özel koşullarda sadece 54 dekarlık alanda adaçayı yetiştiriciliği yapılırken, 2019 yılında özel adaçayı yetiştiriciliği 5 bin 602 dekara yükselmiştir. 2012 yılında sadece 7 ton adaçayı üretimi gerçekleşirken, 2019 yılında bin 233 tona ulaşmıştır. Son 10 yılda özel girişim ve yetiştiriciliğin de etkisiyle doğadan doğal olarak toplanan adaçayı miktarı %17'lere kadar gerilemiştir. Özel koşullarda üretimi yapılan adaçayı miktar oranı %83'e yükselmiştir. 2019 yılı verilerine göre Türkiye, adaçayı üretimi bakımından yaklaşık 9 milyon 500 bin kg miktarında bir potansiyeli barındırmaktadır. Antalya ili geneli toplam Türkiye adaçayı üretiminin yaklaşık %71'ini karşılamaktadır⁵ (T. C. Tarım ve Orman Bakanlığı, 2020: 26).

Türkiye 2019 yılı verilerine göre potansiyelinin çok altında olan, 2 bin 317 ton adaçayı ihracatı gerçekleştirmiştir. Aynı yıl adaçayı ihracatından 9 milyon doların üzerinde ihracat geliri sağlanmıştır. Yine 2019 yılında yaklaşık 26 ton adaçayı yağı ihracatı karşılığında 8 milyon dolar ihracat geliri elde edilmiştir⁶. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2019 yılı verilerine göre; en fazla adaçayı ve yağı ihracatının yapıldığı ülkeler arasında; başta Almanya olmak üzere, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, Malezya, İsrail ve İngiltere yer almıştır.

3.1.5. İhlamur (*Tilia* sp.)

İhlamur ağacının çiçeklerinden kurutulmuş elde edilen ıhlamur ürünü genellikle sıcak çay olarak tüketimi yapılmaktadır. Özellikle kış mevsiminde soğuk günlerde gribal hastalıklara karşı koruyucu olarak bilinen ıhlamur, kadim bir geçmişe sahiptir. Ünlü Yunan düşünür Herodot eserlerinde bazı uygarlıkların ıhlamur çiçeklerini kutsal saymalarından ötürü dini törenlerinde kullandıklarını ifade etmektedir. Orta Çağ Avrupa'sında Cermenler ve Slav toplumlarında ıhlamur ağacının kutsal bir ağaç olduğu vurgulanmaktadır⁷.

Türkiye'de yoğun olarak ıhlamur çiçeği üretimi Marmara ve Karadeniz bölgelerinde yapılmaktadır. Özellikle Bursa iline bağlı Karacabey ilçesi ıhlamur yetiştiriciliği ile ön sıralarda yer almaktadır. Türkiye Orman Genel Müdürlüğü himayesinde ıhlamur yetiştiriciliği desteklediği gibi proje kapsamında ıhlamur ağacı dikimi yapılmaktadır. Türkiye'de, 2020 yılı verilerine göre 22 bin hektarlık alanda yetiştiriciliği yapılan ıhlamur ağaçlarından 385 ton ıhlamur çiçeği üretimi yapılmıştır (Baytop, 2021). Çay olarak kullanımı yapılan İhlamur, doğal yollarla hiçbir ekstra işleme tabi

⁵ <https://www.tarimorman.gov.tr> Belgeler> Projeler

⁶ <https://www.dunya.com> Ekonomi

⁷ <https://www.arifoglu.com> > ıhlamur-cicek-nedir

tutulmadan ilkbahar mevsiminde ıhlamur ağacından çiçekler toplanarak, kurutulma işlemi yapılmasıyla üretim yapılmaktadır. İktisat biliminde pozitif dışsallık olarak nitelendirilen yarar sağlama söz konusudur. Bal arıları ıhlamur çiçeklerine hiç zarar vermeden pozitif dışsallık olarak bal üretimini sağlamaktadırlar⁸. İhlamur aromalı üretimi yapılan bal çeşidi ulusal ve uluslararası piyasalarda büyük rağbet görmektedir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2020 yılı verilerine göre, en fazla ıhlamur çiçeği ihracatı Arjantin, Dominik Cumhuriyeti, Mısır, Almanya ve Polonya ilk sıralarda olmak üzere 39 farklı ülkeye ihracatı yapılmıştır. Ayrıca 2020 yılında 167 ton ıhlamur çiçeği ihracatı karşılığında 1 milyon 470 bin dolar gelir elde edilmiştir⁹.

3.1.6. Keçiboynuzu (*Ceratonia siliqua* L.)

Keçiboynuzu, Akdeniz ülkelerinde yaygın şekilde yetiştiriciliği yapılmaktadır. Türkiye’de, Akdeniz bölgesinde yetişmesinden kaynaklı olarak bölgeye has bitki türü olduğu kabul edilmektedir. Dünya genelinde en fazla keçiboynuzu üretimi Portekiz, İtalya ve Fas havzasında yapılmaktadır. Orman Genel Müdürlüğü 2018 yılı verilerine göre 41 bin 734 ton işlenmemiş keçiboynuzu üretimi ile Portekiz dünyada ilk sırada yer almıştır. İşlenmemiş keçiboynuzu üretiminde Portekiz’i İtalya ve Fas takip etmektedir. 2018 yılı verilerine göre, Türkiye’nin ise 15 bin 506 ton işlenmemiş keçiboynuzu ile dünyada dördüncü sırada yer aldığı görülmektedir. Türkiye’de, 2019 yılı itibarıyla 7 bin 652 dekar doğal ve ormanlık alanda 16 bin 256 ton işlenmemiş keçiboynuzu üretimi yapılmıştır¹⁰.

Keçiboynuzu, kadim tarihten itibaren kültüre alınmış günümüzde çok çeşitli kullanım alanı olan bitki türüdür. Keçiboynuzu hem işlenmiş olarak hem de işlenmemiş olarak başta gıda sektörü olmak üzere, kozmetik, kimya ve ilaç sektörlerinde yaygın olarak kullanılmaktadır (Taşlıgil, 2011: 264). Bundan dolayı dünya keçiboynuzuna olan talep artarken, doğal olarak da talep artışından kaynaklı arz azalmaktadır. Üretim miktarı artışı ile keçiboynuzuna olan talep artışı aynı oranda olmamaktadır.

Keçiboynuzunun meyveleri kadar tohumları da önem taşımaktadır. Meyve kısmı genellikle gıda sektöründe pekmez ve şurup yapımında kullanılırken, ayrıca çerez olarak tüketilmektedir. Tohum kısımları ise genellikle yem, kozmetik ve ilaç sektörlerinde kullanılmaktadır.

Tarım ve Orman Bakanlığı verilerine göre, 2019 yılında 7 bin 652 dekada 16 bin 256 ton keçiboynuzu üretimi yapılırken, 953 bin 963 kilogramı uluslararası pazarlarda ihracatı gerçekleşmiştir. 2019 yılı verilerine göre Türkiye, toplam keçiboynuzu ihracatında 1 milyon 132 bin dolar gelir

⁸ <https://www.ogm.gov.tr/haberler/ıhlamur-ile-ekonomi...>

⁹ <https://www.ntv.com.tr/Ekonomi/Haberleri>

¹⁰ <https://www.tarimorman.gov.tr/Belgeler/Projeler>

sağlanmıştır. En fazla keçiboynuzu ve ürünleri ihracatı; Suudi Arabistan, İsrail, Güney Kore ve İran'a gerçekleşmiştir.

3.1.7. Çam Fıstığı (*Pinus pinea L.*)

Çam fıstığı, fıstık çamı türünün kozalaklarından elde edilmektedir. Üretim işçiliği oldukça zor ve toplaması tehlike oluşturan odun dışı orman ürünüdür. Genel olarak gıda sektöründe çerez, yemeklerde, tatlılarda ek baharat olarak tüketilmektedir. Fıstık çamı ağaçlarından işlenmemiş olarak toplanma işlemi oldukça riskli ve tehlikeli olmasından kaynaklı olarak işçilik maliyetini arttırmaktadır. Yüksek maliyet ürün fiyatlarına doğrudan yansımaktadır. Ulusal ve uluslararası pazar ve piyasalarda çam fıstığı fiyatlarının yüksek olması önemli bir gelir kaynağıdır.

Çam fıstığı yetiştiriciliği dünya genelinde Ege sahillerinde, Akdeniz'in kuzey, batı ve doğu ülkelerinde ve Portekiz- Suriye hattında yoğun olarak yapılmaktadır. Türkiye'de ise Ege ve Akdeniz bölgelerinde genellikle dikim yapılarak yetiştirilmektedir. En fazla fıstık çamı yetiştiriciliği İzmir Bergama, Aydın ve Muğla yörelerinde yaygın, Manavgat, Kahramanmaraş ve Trabzon yörelerinde lokal olarak ormanlık alanlarda yetiştiriciliği yapılmaktadır. Ortalama gelişkin bir fıstık çamı ağacından 6 ila 8 kg arasında değişen işlenmiş iç fıstık tohumu üretilmektedir¹¹.

Türkiye çam fıstığı üretim miktarında sürekli artışlar gerçekleşmektedir. 2019 yılında toplam Türkiye çam fıstığı üretim miktarı 455 ton iken, 2020 yılında %29 oranında artarak 606 tona ulaşmıştır.

Türkiye Tohumcular Birliği (TÜRKTÖB) verilerine göre, Türkiye'nin çam fıstığı ihracat değeri 2018 yılı verilerine göre 26 milyon 511 bin dolar seviyesinde gerçekleşirken, 2019 yılında ise, 28 milyon 739 bin dolara yükselmiştir. Çam fıstığı ihracatı son 5 yılda %68 oranında artarak 2021 yılında 42 milyon dolara yükselmiş olup, 2022 yılı ihracat gelir beklentisi ise 50 milyon dolar olması beklenmektedir.

Akdeniz ülkeleri olan İtalya ve İspanya'da çam fıstığı ağaçları yetişmesine ve üretim yapılmasına rağmen bu ülkeler, işlenmiş ve işlenmemiş çam fıstığı ithal edip bir bakıma aracılık yaparak ihraç etmektedirler. 2020 yılı verilerine göre Türkiye en fazla çam fıstığı ihracatını İtalya'ya gerçekleştirmiştir. Toplam ihracatta İtalya'yı Almanya ve İspanya takip etmiştir. TÜRKTÖB 2021 yılı verilerine göre 34 farklı ülkeye çam fıstığı ihracatı gerçekleştirilmiş olup yine İtalya 29 milyon dolar ihracat değeriyle ilk sırada yer almıştır. Çam fıstığı ihracatında ikinci sırada olan Almanya'ya ihracat bir önceki yıla göre %72 oranında artarak 9 milyon dolara ulaşmıştır. Birleşik Arap Emirlikleri'ne (BAE) olan ihracat bir önceki yıla göre %458 oranında artış göstererek 2 milyon dolara yükselmiştir. Sadece 3 ülkeye yapılan ihracat toplamı 40 milyon dolara ulaşmış durumdadır (TÜRKTÖB, 2021).

¹¹ <https://www.tarimziraat.com> cam_fistigi_yetistiriciligi

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Türkiye, bulunduğu konum itibarıyla, ana ve geçiş iklimlerin tam olarak yaşanmasından kaynaklı olarak zengin bitki türlerine ve çeşitli odun dışı orman ürünleri üretimine ev sahipliği yapmaktadır. Özellikle defne, kekik vb. odun dışı orman ürünlerinde dünyada üretim ve ticareti açısından ilk sıralardaki yerini sürekli korumaktadır.

Türkiye, uluslararası piyasalarda birçok odun dışı orman ürünleri ticaretini gerçekleştirmektedir. Son zamanlarda kestane, defne yaprağı, kekik, keçiboynuzu, adaçayı ve çamfıstığı gibi ürünlerin ihracatından önemli gelirler sağlamaktadır.

Çalışmada; Türkiye’de üretimi yapılan kestane, defne, kekik, adaçayı, ıhlamur, keçiboynuzu ve çamfıstığı gibi seçilmiş odun dışı orman ürünlerinin 2000- 2021 yılları arası üretim miktarları ve ihracatı incelenmiş olup, çeşitli kaynaklardan elde edilen veriler grafik haline getirilerek yorumlanmıştır.

Genel olarak tüm odun dışı orman ürünleri üretim miktarının, son 21 yıl ele alındığında 30 kat artmış olduğu görülmektedir. ODOÜ ihracat gelirlerine bakıldığında aynı yıllar arası 53 kat gelir artışı sağladığı bulgusu elde edilmiştir. İncelenen ürünlerden kestane ve defne yaprağında sürekli artışların olduğu diğer ürünlerde ise dalgalı bir seyir izlendiği aşikâr olarak grafiklerden anlaşılmaktadır.

Türkiye’de Orman Genel Müdürlüğü (OGM), tarafından belirlenen ve tespiti yapılan katma değeri yüksek olan odun dışı orman ürünleri üretimine önem verilmeli ve ekonomiye kazandırılmalıdır. Uluslararası pazarlarda önem arz eden ürünler kamu ve özel kuruluşlar aracılığıyla alım garantisi verilerek üretimde artışlar sağlanmalıdır.

Odun dışı orman ürünlerinin doğal üretim miktarı ve kalitelerinin artırılması açısından bilimsel ve AR- GE çalışmalarına önem verilmeli sahte üretimlerle mücadele edilmelidir. Ayrıca Türkiye, üstün olduğu ürünlerde markalaşmalıdır.

KAYNAKÇA

- Baytop, T. (2021, 05 Ocak). Ihlamur Çiçeği. <https://www.arifoglu.com> › ihlamur-cicek-nedir
- Bilgin, F. (2023, 25 Ocak). Odun Dışı Orman Ürünleri, ogm.gov.tr <https://batikaradeniz.ogm.gov.tr> › EditForm › S...
- Bozdemir, Ç. (2019), Türkiye’de Yetişen Kekik Türleri, Ekonomik Önemi ve Kullanım Alanları, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi Cilt 29, Sayı 3, 2019
- Gültaş, N. & Özer, A. S. (2014). Odun Dışı Bitkisel Orman Ürünlerinin Önemi ve Kullanım Alanları, Tıbbi ve Aromatik Bitkilerin Eczacılık ve Ormancılıktaki Önemi Çalıştayı, İnönü Üniversitesi Eczacılık Fakültesi & Elâzığ Orman Bölge Müdürlüğü, 20- 21 Mart 2015, Malatya
- Gaziantep Ticaret Borsası, (2022, 25 Aralık). 2021 Baharat Sektör Raporu, <https://www.gtb.org.tr> › dokuman › 2021-baharat-sekt...
- Kurt, R. ve Ark. (2016), Türkiye Ormancılık Sektöründe Odun Dışı Orman Ürünleri: İhracat Analizi, Bartın Orman Fakültesi Dergisi, ISSN: 1302-0943 EISSN: 1308-5875, 2016, 18(2): 158-167
- Özkan, M. (2023, 25 Ocak). Odun dışı orman ürünleri ihracatı 1 milyar 600 milyon dolara yükseldi, [turktarim.gov.tr](http://www.turktarim.gov.tr), <http://www.turktarim.gov.tr> › Haber › odun-disi-orman-
- Taşlıgil, N. (2011). Keçiboynuzu (*Ceratonia siliqua* L.)’nun Coğrafi Yayılışı ve Ekonomik Özellikleri, ODÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, ISSN: 1309-9302, <http://sobiad.odu.edu.tr> Cilt: 2 Sayı: 3 Haziran 2011
- Türkiye Tohumcular Birliği (TÜRKTOB) (2023, 6 Ocak). Çam Fıstığı İhracatı Arttı. <https://www.turktob.org.tr> › cam-fistigi-ihracati-artti,
- Yılmaz, A. ve Çiftçi, V. (2021), Türkiye’de Defne (*Laurus nobilis* L.) Bitkisinin Durumu, Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi Özel Sayı 22, S. 325-330, 2021
- Tarım Orman Şurası (2023, 15 Ocak). Orman Kaynaklarından Faydalanma Grubu Çalışma Belgesi, tarimorman.gov.tr, <https://cdn.iys.tarimorman.gov.tr> › DosyaGaleri
- T. C. Tarım ve Orman Bakanlığı, (2023, 05 Ocak) 2020 Faaliyet Raporu, tarimorman.gov.tr <https://www.tarimorman.gov.tr> › Faaliyet-Raporlari
- TÜİK, (2021). <https://data.tuik.gov.tr> › Kategori › (e. t.: 03 Ocak, 2023).
- FAO, (Food and Agriculture Organization). <https://www.fao.org> › turkiye (e. t.: 05 Ocak, 2023).
- <https://www.ntv.com.tr> › Ekonomi Haberleri (e. t.: 05 Ocak, 2023).
- <https://www.tarimorman.gov.tr> › Belgeler › Projeler (e. t.: 03 Ocak, 2023).
- <https://www.tarimziraat.com> › cam_fistigi_yetistiriciligi (e. t.: 11 Ocak, 2023).
- <https://www.dunya.com> › Ekonomi (e. t.: 05 Ocak, 2023).

<https://www.ogm.gov.tr> › haberler › ihlamur-ile-ekonomi... (e. t.: 10 Ocak, 2023).

<https://www.ankaratb.org.tr> › lib_upload › Kestan... (e. t.: 11 Ocak, 2023).

<https://www.eib.org.tr> › Sayfa (e. t.: 03 Ocak, 2023).

<https://tr.wikipedia.org> › wiki › Türkiye_coğrafyası (e. t.: 22 Aralık, 2022)

BÖLÜM 5

GÖRSEL SANATLARDA GÖRSEL KÜLTÜR

Dr. Öğr. Üyesi Songül MOLLAOĞLU¹

¹ Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, e-mail: songulmollaoglu@gmail.com, **ORCID:** 0000-0002-3519-8702

GİRİŞ

Bireyin algılamalarına etkide bulunan görsellik, insanın varoluşu ile ortaya çıkmış bir kavram olup, devam eden süreçten günümüze kadar önemini sürdürmektedir. Bilinen en eski imgeler olan tarih öncesi dönemde mağara duvarlarına çizilen resimleri kullanarak taşınan mesajlar bugüne değin üretilme amacına yönelik ortaya konulduğu dönemlere göre değişiyor olmasına rağmen varlığını sürdürmesi, görselliğin, öneminin insanlık tarihiyle beraber yol aldığını göstermektedir (Güngör, 2021). Görmeye dayalı bir anlayışla, insanların etrafındaki görsel imgeler kullanılarak mesajlarla kuşatılan bir anlayışın sürdüğü görsel kültür çağının tüm zenginlikleri ve karmaşıklığı ile anlaşılma gereksinimi bulunmaktadır

Görsel kültür kavramı ilk kez 17. Yüzyılda Hollanda'da Svetlana Alpers tarafından resimlerini tanımlamada kullanılmış bir kavram olarak ortaya çıkmıştır. Elkins (2003), üzerine birçok farklı görüş olsa da görsel kültür hakkında tam anlamıyla uzlaşa sağlanmış bir tanımının olmadığını ileri sürmüştür. Elkins 1960'lı yıllarda, görsel okuryazarlığın önemine işaret ederek, görsellerin de metinler kadar gramer ve söz dizilimine dayandığı fikrine dikkat çekmiştir. Ancak 1970'e gelindiğinde görsel okuryazarlık, Rudolf Arnheim adıyla anılmaya başlanmıştır. Görsel tasarım ve renk kuramı keşfi görsel okur yazarlığı geliştirip, ilerleterek görsel sanatlar eğitimi içine dahil etmiştir (Elkins, 2003, s.125).

Görsellikteki kültürel modülasyon, gördüğümüz şeyin, dışarıdaki realitenin aynadaki dışa vurumu veya yankısıdır, yüzey üzerine görsel inanılır, güven veren bir kayıttır ve görünüm gerçektir (Finkelstein, 2007, s. 221). Sanat, yapısı gereği kültürel bir fenomendir. Kültürün inşa ve tüketim sistematiği arasında bağlamsal olarak bütün ilerleyişi etkin bir yapı dahilinde çeşitlendiren ve nitelendiren özelliğine ek olarak, aralarında canlı bir mizaç barındırmaktadır. Güncel sanatı ve sanat eğitimi kültürel komponentlerle beraber fikirlerimize katkı kazandıran sosyal, iletişimsel ve teknolojik gerekliliklere dayanmaktadır.

En yaygın anlamıyla görsel kültür, bireylerin lokal ve global bağlamdaki kültürel yaşantıları aracılığıyla görsellere yönelik bir fikir edinme kazanımlarını harekete geçiren kavramdır. Dolayısıyla, görsel sanatlar dersinin kapsamı yalnızca biçimsel estetikle ilgilenmez aynı zamanda geliştirilmiş

sosyal, kültürel, politik ve iktisadi konuları da kapsamaktadır (Tavin ve Anderson, 2003). Görsel kültür birey eliyle inşa edilmiş, yorumlanmış, fonksiyonel, iletişimsel ve estetik olan her şey olarak geniş kapsamlı olarak ele alınmaktadır. Barnard (2002, s. 26-34). görseli “görülebilir her şey” ifadesiyle sınırlayan görüşe eleştirel bir tavırla, görselliği,” görsel kültür kapsamında görsel olan, görülebilir, fonksiyonel ve bildirimsel bir hedefi olan her şey” şeklinde açıklamaktadır. Görsel kültür sonuç itibarıyla, içinde görseller barındıran, kişiye ilişkin incelemeler, işlevler, mesajlar ve estetik hedefler gizleyen her şeydir. İçinde barındırdığı iletiler, güzeli hedefleme güdüsü, kişiye yönelik ilişkilerle beraber bir hedefe veya bir amaca yönelik hizmete dayalı tutum geliştirmiş olmak, üretilen ve tüketilen görsellerin oluşturduğu bir tasarım olarak Barnard (2002, s.22) görsel kültürü “bir kültür içinde yer alan toplumsal değerlerin, ölçülerin ve öğretilerin farklı kanallarla görünür bir forma dönüştürülmesi” şeklinde ifade eder.

Zamanla oluşan imajların görsel kodların veya mitlerinin içerik analizi yapılmadan ve görsellerin aktardığı iletiler anlaşılmasından günlük hayatı ve rutini yaşamak zorlaşacaktır.

İmaj, duyu organlarının dıştan algıladığı bir objenin, zihne akseden benzeri veya görselidir. İmaj “gözlerin gördüğünden çok santaksın betimlendiği konumdur” (Focault, 2013), İmaj ve gerçekliğin bağlantısında şu hususlar barınmaktadır: İmaj realiteyi saklayabilir. Topluluğun açıkladığı şablonlarla kendi doğal realitenin dışında topluluğun dolayımında inşa edilen kültürel doğruyu meydana getirir ve olmayanı varmış biçiminde yansıtabilir. İmajların değerlendirilmesi, insanlığın kültürel reformun işaretlerinin açığa çıkarılması anlamını taşımaktadır (Eliade, 1992). Bireyler ya da toplumlar tarafından inşa edilmiş, üretilmiş görseller kültürleri yansıtır. Popüler görseller, çağdaş toplum ilerleyişiyle beraber tasarlayanların elinde ideolojik bir araca evrilebilir. Sosyolojik dizge ve tutumlar, toplumu meydana getiren kişilerin ihtiyaç ve saikleriyle beraber, topluluğun kültürü, toplumsal sınıfına dayalı yeni ve gereksinimlerine dayalı sunum ve toplumsal temsiliyettir. Dolayısıyla, imajlar kişi ve topluluk nezdinde tutumları etkileyen en temel unsurlardandır. Reklamlar, Tv programları, billboardlar, piktogramlar ve / veya göstergeler görselleri taşıyan unsurlara sadece birkaç örnek oluşturmaktadır. Görsel kültür özel, sosyal, iktisadi, kültürel, tarihsel, psikolojik, felsefi yönleriyle çevreyi

anlamak ve tanımlamak için görsel sanat eğitimi disiplinleri için önemli bir sorun ve amaç olmaktadır.

Görsel kültürün içeriğini ve oluşum evresini doğru bir biçimde anlamak, görselin taşıdığı kodlar ve iletiler hakkında bilgi sahibi olmak, görselin geri planıyla, toplumsal ölçütleri ve kodları anlamak ve anlamlandırmakla olasıdır. Dolayısıyla, popüler, kültür, kitle kültürü, sanayi kültürü, medya kültürü, yeni medya veya yeni imaj kültürü ve dijitalleşme veya teknoloji kültürü” gibi kavramları kültürle aralarındaki ilişki temelinde araştırmak doğru olacaktır (Eker ve Aslan, 2010). Bu noktada görsel ve kültür birbirini dönüştüren iki kavram olarak bir arada yer almaktadır. Saybaşı (2007) da, görsel kültürün kendi aralarında ilişkili, çok kültürlü ve devamlı devinim içinde olan bir bölge olarak oluştuğuna dikkat çekmiştir.

Görsel mekanın temel niteliği, şekilleri iki veya üç boyutlu uzamda göstermesidir, oysaki sözel dilde dizilim tek formatlıdır. Çok kapsamlı bir boyuta sahip olan fiziksel objeler veya olgularla bağlantılı pozitif düşünme paradigmasını kazandırmakla kalmaz, bununla beraber teoriksel anlamda görüşler üretmek amacıyla gerekli uzamları da izomorfik bir şekilde sembolize eder. Görsel okuryazarlık, sözel okuryazarlığa oranla içeriği daha genel ve yaygındır (Arnheim, 2012, s.259). Görsel okuryazar bilgisine sahip olan bireyler görsel iletileri daha iyi anlayabilmekte ve bildirişim öğelerini analiz ederek yorumlayabilmektedir. Görsel okuryazarlık kurumsal göstergeleri, tv reklamlarını, piktogramları ve birçok medya iletilerini ve görsel boyutta yer alan sayısız ve sınırsız sembolik tasarım ve şablonların yorumlanmasıyla gelişir (Brill vd., 2000).

Barnard (2002)’a göre görsel kültür, bir toplumun değerlerini, ölçütlerini ve öğretilerini çeşitli yöntemlerle, görsellerle ve göstergelerle ifade ederek somutlaştırmaktadır. Mitchell (1995)ise, görsel kültürün disiplinlerarası kullanılabilir bir metodolojik yapıya sahip olduğunu belirtmektedir. Freedman (2003) ‘ın görsel kültüre yönelik yaklaşımı Mitchell’in görüşünü destekler yönde olup, görsel kültürün multidisipliner bir boyutu olduğuna dikkatleri çekerek, görsel kültür nosyonunun kullanım ve gereklilik alanına yönelik olarak, doğası gereği görsel sanatlar içinde bir boyut ve üslup olduğunu iddia etmenin ötesinde, güncel sanat paradigmasıyla arasındaki bağa vurgu yapmaktadır. Mirzoeff (1998) görsel kültürü, etkilenecek veya yarar

sağlayacaklar açısından içinde enformasyon, anlam ve inandırıcılık duygusunu barındıran herhangi bir görsel fenomeni barındıran göstergeler bütünü olarak anlamlandırmaktadır. Görüldüğü üzere, görsel kültürün ne olduğu üzerine tam bir uzlaşa sağlanamamış olmakla beraber, konu ile ilgili farklı ve çok sayıda görüş bulunmaktadır.

Dijital çağda, özellikle yenilikçi fırsatların iletişim teknolojilerine yansımalarıyla, yaşam alanları içinde yer alan ortamın, çevrenin, yaşam dinamiklerinin başka ve farklı algılanmasına yol açabilmektedir. Teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak yaşam alanlarını kuşatan görsel öğeler bir yandan heyecan verici yeni bir durum olarak algılanırken, öte yandan bireysel ve kitlesel zorluklara yol açan durumların ortaya çıkmasına yol açmaktadır.

Güncel Sanat pratikleri (bir sanat objesi olarak bir düşünce; sahnelenmiş bir gösteri, dökümantasyon, enstalasyon, simülasyon ve veya bir platformda teşhir edilmiş, sergilenmiş sanat objesi ve veya sanat pratikleri) seyirciler aracılığıyla bireysel, sosyolojik, tarihsel, düşünsel ve kültürel ölçütlerle anlamlandırılarak yaygın kabule ulaşabilmektedir (Sullivan, 2002; Kıratlı, 2010). Çağdaş sanat eğitiminde ise bu durum yani anlamı görünür kılan bileşenler, görsel kültür öğreti yöntemleri kapsamında gelişen görseller ve ifadeler odağında birleşir. Görsel kültür, bireylerin gündelik, sıradan veya rutin hayatları yönünde paradigmlar ve görsel metinler arasında temaslar oluşmasına imkan sağlar. Dolayısıyla bireyler, görsel metinlerin toplumsal, tarihsel ve kültürel bağlamlarında ne anlattığına ve ne söylediğine özgü söylemler üretirler, yakalarlar veya açığa çıkartırlar (Anderson, 2003; Wilson, 2003). Bu yönüyle görsel kültür bir metafor olarak ağaç kökünün karmaşık yapısına benzetilerek “Köksap”la (Rizom) ilişkilendirilir. Bu durumu Duncum (2001), köksaplar herhangi bir davranışla teması angaje edebilecek bir üstünlüğün var olduğu ve pek çok özgün grubun dahil olduğu bir seyirci perspektifine bağlı olarak şekil alır ve ilerler, şeklinde açıklamaktadır. Bir rizom göstergebilimsel sistemler, güç ortaklıkları, sanat, bilim ve toplumsal çabalarla ilgili koşullar arasında aralıksız ilişki geliştirir (Wilson, 2003). Köksaplar herhangi bir şeyle ilişki geliştirebilecek bir çoğunluğun var olduğu ve sınırsız sayıda yaratıcı topluluğun dahil olduğu seyirci merkezine bağlı çalışır (Duncum, 2002; Duncum, 2003). Dolayısıyla Saybaşı (2007, s.17) görsel kültürün birbiriyle alakalı, heterojen toplumlarda aralıksız devingen bir durum içinde köksaplarla benzer özellik taşıdıklarını iddia etmektedir.

Bitkilerde yatay olarak çok sayıda yerden ve eşzamanlı birçok konumdan tomurcukları yeni oluşmuş yapıyı ok gibi fırlatan oluşuma da benzetilir. Bu oluşum hiyerarşik olmadığı gibi rastgele olmaktadır. Köksapları, Deleuze ile Guattari (1987'den aktaran Wilson 2003, s. 222) toplumsal çok kültürlülük ve ilişkili bağlarla açıklamaktadırlar. Mitchell (1995), görüntünün kendinden veya sanattan bağımsız olmadığına dikkat çekerek, bütün müşterek gelişmelerin görselliğe ilişkin bir özelliğinin olduğuna işaret etmektedir.

Görüldüğü gibi görsel kültür üzerine bildirilmiş çok sayıda görüş bulunmaktadır. Görsel kültür olarak alan kazanan bu yeni durumu Barnard (2002, s.22) “Bir kültürün ölçütlerini, tutumlarını, davranışlarını, normlarını ve inançlarını farklı yöntemlerle görünürlük kazandırması” biçiminde ifade ederken, Mitchell (1994, s.15), görsel kültürü multidisipliner bir yöntem şeklinde anlatmakta ve “görsel deneyimin toplumsal ve tarihsel boyutları üzerinden değerlendirilmesi” olarak yaklaşmaktadır. Freedman (2003, s.1) “Görsel kültür kavramının kullanımı etkisi kapsamında görsel sanatlar açısından nedensiz bir içerik oluşturur ve popüler sanat formlarıyla güzel sanatlar arasındaki ilgiye” işaret eder. Popüler kültürle konvensiyonel sanatlar imajı arasındaki birleşmenin mevcudiyeti olarak da söylenebilir. Mirzoeff (1998, s. 3) ise, görsel kültür “tüketicisinin içinde, enformasyon, kavram, içerik, gereksinim ve memnuniyet duygusu beklentisi, içinde olduğu herhangi bir görsel fenomeni kapsayabilir” ifadeleriyle açıklamaktadır.

Kültür ve Görsellik

21. yüzyıl görsel kültüründe imgeler kolaylıkla inşa edilmekte ve yayılımı hızla dolaşıma sürülmektedir. Böyle bir durumun sonucu olarak zaman zaman kültürün tümüyle görsel bir mizaç edindiği yönünde bir kanı belirmektedir. Kültürün görseller aracılığıyla varlığını ve sürdürülebilirliğinin devamı yönünde bir boyutu hep olmuştur. Her toplum, mensubu olduğu kültürel unsurlar içinde eklenerek, bağlamsal varoluşunu korur ve sürdürür. Süreç içinde, görsel kodlar, metaforlar, imgeler, görsel veriler üzerinden üretimlerde bulunur ve ileriki jenerasyonlara aktarır. Üretilen bu görseller ait olduğu toplumun yaşam dinamikleri, kültürel ve tarihsel pratikleri, toplumu oluşturan ve diğer toplumlardan ayırtıran bütün değerlerinin göstergelerini taşımaktadır. Zamanla toplum eliyle oluşturulmuş tüm görsellerin taşıdığı, geri plan iletilerini, kodlarını, mitlerini anlamak ve yorumlamak oluşturulmuş

görsellerin analiziyle daha mümkün olacaktır. Bunlar yazılı ya da sözlü kültür unsurları olarak bilinirler.

Mimari bir görsel ya da dini bir unsur toplumsal ölçütü olabildiğince büyük bir görsel kapsamında inşa edildiği kültürün düşünce biçimi ve hayat konsepti bağlamında inceleyerek bunu hangi şekilde planladıklarını ve oluşturduklarını kültürel geri planın taşıdığı anlamlar hakkında incelemelerde bulunan araştırmacılara bilgiler sunmaktadırlar. Görsel kültür kavramı çağdaş kültürü eleştirel yaklaşımıyla biçimlendirerek daha muhalif bir görüş ve sezgi düzlemi yönüne doğru itmektedir (Mirzoef, 1998). Görsel kültür hakkında yapılmış çalışmalara, görsel sanatlar kapsamında yer alan sinema, reklam, tv, klipler, müzikler, tiyatro, günlük yaşam pratikleri içinde maruz veya karşı karşıya kalınan var olan görsellere kadar kitle kültürüne has tüm yönetsel ve teknik anlayışla incelenmekte, bunlarla geliştirilen tanıtımı, kimlik politikası, tüketim kültürü benzeri kodlar veya mitler, göstergeleri bulmayı açığa çıkartmayı amaçlamaktadır. Görsel kültür toplumsal göstergeler, mitler ve kodlar sisteminden oluşmakta olup tüm bu bileşenler temelinde üzerinde uzun ve derin düşünceler ve analizler yapmayı gerektirmektedir. Çünkü toplumu oluşturan bileşenler kapsamında inşa olmuş her görselin geri planını iyi anlamak ve doğru yorumlamak ait olduğu toplumu aktarmak ve analizde bulunmak tarihsel bir sorumluluk barındırır. Dolayısıyla görsel kültür üzerinden inşa edilmiş görsel mitler veya görsel kodlar toplum ve birey arasında kendiliğinden gelişen bir sözleşmeye ve onama dayanmaktadır. Toplumu oluşturan bireyler eliyle oluşturulmuş görsel kültür kodları, bağlam veya süreç odaklı bir ilerleyiş ve dönüşüm eksenine sahiptir. Bu nedenle birey ve toplum, kültür ve yaşam deneyimleri temelinde ve kendiliğinden gelişmiş ve bir form veya kalıp oluşturmuş toplumsal sorumluluklara karşı, karşılıklı bir işbirliğiyle sorumludurlar. Bu nedenle toplum ve birey paydaşlığında oluşturulmuş kültür eksenli göstergelerin doğru biçimde yorumlanması önemlidir. Çünkü kültürel kodlar insanlık tarihine projeksiyon tutmanın yanında, ait olduğu toplumla da ilgili datalar taşımaktadır. Göstergeleri üreten ve göstergeleri yorumlayan bireyler arasında saklı bir ilişki, güvenirlilik ve yükümlülük esastır. Toplum birey paydaşlığında gelişen görsel kültür toplumların ideolojik, yönetsel, iklimsel, tarihsel, kültürel yaşam dinamikleri çeperinde bir işleyiş ve sorumluluk taşıyarak en nihayetinde görsel kültür,

anlam sorunsalından ideolojik kritiğine grup psikolojisinden bireylerin ruhsal gelişimine varana dek eleştirel bir bakışla irdelenmektedir.

Göstergelerin kişilerin ve toplumların tutumlarındaki var oluşu önceleyen görsel imgelerin sonuçlarının sadece yanılgılar ve doğrular çerperinde planlanamayacağına işaret edilmektedir (Rundell, 1999). İçinde bulunduğumuz yüzyılda gayet özensiz ve süratle denetimsiz bir biçimde üretilen görsellerin yaygınlaşarak çoğaldığı görülmektedir (Temizel, 2012). Kısa bir süre içinde popüler olup, bir süre sonra popülaritesini kaybeden, birey ve toplum üzerinde uzun veya kısa vadeli davranışların meydana gelmesine neden olarak refleks davranışlar oluşturmaktadır. Bu durum birey veya toplum kararları üzerine bir basınç oluşturarak yaşam pratiklerindeki yönelimlere müdahale etmektedir. Dolayısıyla, bireylerin ve toplulukların yaşam pratikleri üzerine kurdukları egemenliklerini görseller, mitler ve kodlarla pekiştirmektedirler. Bu durumun bir sonucu olarak birey davranışlarında gerçek ve gerçek olmayan ihtiyaçlar listesi karmaşık bir hal almaktadır. Toplum davranışları üzerinde oluşturduğu manipülatif ve uygulanan basınçla, bireyin gerçeğe yönelik tutumları değişebilmekle beraber farklı alanlara sapmasına yol açabilmektedir. Bireylerin ve toplumun bütün bu yoğun iletiler ve görsel bombardımanların gölgesindeki hareketliliğine karşı hassasiyetlerin ve tercihlerin farklılık gösterebildiği görülmüştür. Bu nedenle toplumun algılarının sürekli bir biçimde değiştiğini ve realiteden uzak değişkenlikler ortaya konduğu gözlenmiştir. Doğruyu değerlendirme becerisini kaybeden birey ve toplum birer tüketim yığınlarına dönüşerek gerçekliğini, gerçeği anlama ve yorumlama gücünü kaybetmiş veya kaybetmek üzeredir. Rundell (1999), göstergelerin bireylerin zihnindeki varoluşu dikkate alındığında görsel imajların önemlerinin sadece yanılgılar ve gerçekler odağında değerlendirilemeyeceğini anımsatmaktadır. Temizel (2012)'e göre, tüm imgeler, bireyin hayatına veya bakış açısına ya da fikirlerine etki eden yeni yönelimler ve öneriler sunar, anlamlar yükler. Görsel kültürde incelenen görüntünün aslında kendisi değildir. Görüntünün birey ve toplumlar üzerinde ortaya çıkardığı anlam içerikleri önemli bir hale gelmektedir. Bu süreçte, görsel kültür anlamların inşasında ve incelenmesinde önemli görülmektedir. İmajlar, gerçekte kelimelerle ifade edilebilecek görsellerin yorumlanmasından da daha

öncelikli olan, dünyaya dair belli bir mantığın görsel değişimleri şeklinde meydana gelmektedir.

Günümüzde dijitalin büyük ilerleyişiyle dijital görsellerin de yoğunluklu bir biçimde yaşam alanlarında yer aldığı görülmektedir. Mirzoeff (2013), görsel bir dijitalin görüntülerini, grafiğini veya ara yüzünde alımlayıcısının enformasyon, anlam veya haz beklentisini görsel fenomenlerle ilişkilendirir. Sözü edilen görsel teknoloji, farklı materyallerden veya ekipmanlardan oluşturulmuş bakılır ve görünür olan formlardır. Dijital ara yüzler desteğiyle görselliğe yaslanan kültürel bir sistem giderek daha etkin hale gelmektedir. Mitchell'e göre (1994), multidisipliner bir anlayış ve görsel birikimin toplumsal ve kültürel analizi ile görsel kültür oluşur. Mitchell "Pictorial Turn" nosyonuyla görsel kültürün oluşumuna işaret etmekte resim teorisi (Picture Theory) kitabında ilerleyişi "resimsel dönemeç" (1994, s.11) anlatımıyla kültürün, yazılı kültürden imajlar yoluyla görsel kültüre evrilmesine işaret etmektedir.

Görsel Okuryazarlık

Görsel okuryazarlık, görsel iletileri doğruya en yakın anlayabilmek ve değerlendirmek amacıyla bilişsel, duyuşsal, estetik ve etik özellikleri bir konsept içinde yararlanabilmek ve görsel iletiler inşa etme yetisini iyileştirme sürecidir. "Görsel okuryazarlık" özetle; görsel iletileri anlamlandırma ve benzer şekilde ileti inşa etme kuvveti biçiminde belirtilmektedir (Heinich, Molenda ve Russel, 1989).

Sürekli bir biçimde görülen veya karşılaşılan görseller güçlenir, yeniden karşılaşıldığında hafızada yeni ilişkiler yardımıyla yeni öğrenmeler sağlar. Bu yolla kazanılmış görseller etkili, realist ve simgesel olarak anlaşılmasının kolay olmamasından kaynaklı kalıcı bir öğrenme sağlayarak unutulması zorlaşır. Yeniden gördükçe ve her bakışta çok daha etkili, çok daha derin bir duyguyla algılanarak ve hatta kapsamıyla duygusal bir ilişki de sağlanabilir. Huxley (2016) kendi görme bariyerini yok etmek amacıyla yararlandığı bir alıştırmayı, hissetme- seçme- algılama = görme şeklinde ifade etmektedir. Messaris (1994) görsel okuryazarlık nosyonu imgeler hakkında tarihsel ve kültürel bir yığılma veya pratiğe sahip bir şekilde görsel manipülasyon çok fazla yer bulduğu reklam veya farklı bağlamlardaki çıktılarını anlamaya daha hazır duruma getirmek amacıyla bir realite şeklinde açıklanır. Özellikle içinde bulunduğumuz yüzyılda büyük bir tırmanışa geçen görsel kültür çıktılarını en

doğru bir şekilde anlamak ve oluşmuş görseller üzerinde fikir yürütmek ve inşa edebilmek çok daha hayati bir önem kazanmıştır. Bu nedenle görsel okuryazarlık giderek ilgi ve önem kazanmıştır.

Görsel okuryazarlığa yönelik değerlendirmelerde Brannon ve Brock (1994) ise, Bilinçaltına gönderilen aşılalım veya subliminal ileti gönderme odvovizüel bir mesajın örtülü ilk anda bilinç tarafından hemen algılanmayacak formda, hedefe doğru ileti veya göstergeler konumlandırılarak oluşturulur. Bu metodolojinin ağırlıklı bir biçimde reklam ve propaganda disiplinlerinde yararlanılmakta veya kullanılmaktadır.

Görsel algı, görsel evrene yönelik randomize bir şeye atıf yapabilirken algısal analizle devam eden evren, indirekt bir bilgi olmamaktadır (Arnheim, 2012). Berger (2008), konuşmanın sözcüklerden önce geldiğine dikkat çekerek, uyarılara karşı mekanik bir refleks ortaya koymanın da ötesinde bir pratiğe denk geldiğini belirtir. Görmek, evrenin içinde kozmosun bir parçası olmaktır; evrenin yapısı kapsamında olmak, evrende açık, net veya belirgin olması içeriğini taşımaktadır (Robins, 2013, s. 70). Bir temas halinin söz konusu olduğu kişisel değerlendirme bağlamında meydana gelen görsel algıyla entelektüel yöntemler neticesinde bütün datalar doğrulanmaya, yeniden yorumlamaya, değiştirilmeye, bütünleştirmeye, gözden geçirmeye ve hoşgörünün derinleştirilmesine dahil edilmektedir (Arnheim, 2007, s.28-30). Belleksel bir ilerleyiş olarak görme, algı, zihin vb. ifadelerle bağlantı içinde meydana gelirken, kültürün görsel ürünlerine temel materyal olmaktadır.

Görsel kültür, bilişim ve medya teknolojileriyle bireylerin yoğun bir görsel bombardımanına maruz kaldıkları süreçte ortaya çıkan görsel uyarıların analizine, anlamlandırılmasına, incelenmesine, yorumlanmasına ve ifadelendirilmesine olanak tanıyan postmodernizmle birlikte zirve yaşayan önemli bir kavramdır. Postmodernist anlayışın, kültürel görsel formlardaki pratiklerine gerçeklik ve temsili arasındaki bağlantının incelenmesine işaret eden, görsel kültürün bir işleyişi şeklinde oluşturulmuştur. (Türkkan, 2008).

Debort (2006), 1960'lardaki modern dönem bireylerini ve veya toplumlarını bir kolektif yapı içinde değerlendirerek izleyici kitlesi olarak tanımlamaktadır. Kişiler, edilgen bir kişilik özelliğiyle realiteden uzak ve ihtiyacı olan gereksinimlerinden kopuk imajları, görseller ve popüler objelerin tüketimine yönelik tutum geliştirmektedirler. Bireylerin devamlı bir biçimde

maruz oldukları objelerle aralarında bu objeleri satın alma duygusunu harekete geçirme veya mobilize olmaları yönünde bir tutum belirlediğini ile ilgili olarak Barnard (2002), “kişiler, devamlı bir biçimde karşılaştıkları objelere karşı yansı oluşturabilecek realiteyi, görsel figürlere, göstergelere, sistemlere ve ezgilere yönelik tepki verme yönünde bir eğilimi barındırırlar”, biçiminde açıklar.

Görsel Kültür ve Sanat Eğitimi

Eğitimde sanat odaklı incelemelerin; sanatın pratik kapsamının, siyasi ve eğitici veya pedagojik teoriye yönelik yargı oluşturmak için değerli perspektifler kazandıran bir araştırma ve inceleme formu olduğu düşünülmektedir (Keser ve Narin, 2017). Dolayısıyla sanat eğitimi aracılığıyla oluşturulan görsellerin çalışma alanı süreç içinde multidisipliner alanların da çalışma sahalarına alındığı görülmektedir. Bu nedenle oluşturulan görsel dil aracılığıyla daha kalıcı ve bilimsel açıdan anlamlı sonuçlar ve verilerin sağlandığı çalışmalarla kanıtlanmıştır.

Sanat eğitimi, sanatın bütün kapsamlarında üretilen eğitim ve öğretimi barındırmaktadır. Günümüz sanat eğitimi ağırlıklı olarak sanatlar eğitimi şeklinde isimlendirilerek mimari, dil, sahne sanatları gibi performans ve farklı pratiklere dayalı birçok sanat formunu sanat eğitimi paydaşlığında birleştirmektedir (Çakır İlhan, 2003). Görsel sanatlar dersi sanat eğitiminin içinde yer almakta ve bir alt dalını oluşturmaktadır. Çakır İlhan, (1999, s.347) konuyla ilgili görüşünü; “...Bireyi sanatçı olarak geliştirmeyi hedeflemez. Amaç bireyi düşünsel, algısal ve duygusal taraflardan yetiştirir..”olarak belirtir. Kişinin düşünsel, algısal ve duygusal yönlerden gelişimini amaçlayan sanat eğitimi “eğitimsel araştırmalarda “görsel kültür eğitimi”, “görsel kültür kuramı” ya da “görsel kültür pedagojisi” gibi isimlerle pratiksel ortamda uygulamaya aktarılabilir (Mamur, 2012, s. 2150). Mamur (2012) , “görsel deneyimin sosyal ve kültürel incelemesi olup insanın gördüğünü nasıl gördüğü ve gördüğü şeyi nasıl yorumladığı ile ilgilenmektedir” (s.2150) ifadesiyle konunun önemini açıklar. Ayrıca Mamur (2014, s.104) ise, görsel kültür öğretiminin yapılmasının önemini şu ifade ile açıklar: “Sanatsal bir ürünün biçimsel kurgusunun ötesinde yaratılma nedenine, anlamına ve yaratıcısının niyetine dönük sorgulamalar yapma gerekliliği görsel kültür öğretiminin temel söylemidir”. Türkdöğan (2014, s. 170)’e göre; günümüzde veya postmodern

dönemde kitle iletişim araçlarının hayatın her alanına yerleştiğini söyleyerek, bu durumun bireylerin hafızaları üzerine yaptığı değişime dikkat çekmektedir.

Sarıbaş (2019, s.34,35), “Görsel Sanatlar Öğretmen Eğitimi Bağlamında Görsel Kültür Öğretimi” adlı tez çalışmasında (... Boughton (2002’den aktaran Anderson, 2003, s.21), Amerika Ulusal Sanat Eğitimi Birliği konferansında görsel kültürün sanat öğretimi içerisinde yer alacak konumunu şöyle özetler:

- Görsel imgeleri, sanat eserleri ve performansları yaratma ve bunlara tepki verme yoluyla kavramsal temelli, disiplinlerarası ve toplumla ilişkili bir program içeriğine odaklanması,
- Öğretmenin rehber olduğu bir öğrenme ortamında, öğrencilerin kendi öğrenimlerini sorumluluğunu almalarına ve görsel kültür yoluyla deneyimler yaşamalarına fırsat verilmesi,
- Bilincin, görsel medya ve alternatif öğretim ve öğrenim alanlarının kullanılmasıyla artırılması,
- Çeşitli görsel kültür formları ve çağdaş sanatçıların bakış açılarının kullanılmasıyla öğrencilerin eleştirel düşünceleri ve hayal gücünün gelişiminin sağlanması,
- Görsel kültürün kimlik oluşumu, küresel kültürel zenginlik, doğal ve insan yapımı ortamların bütünlüğü ile ilişkisi üzerine öğrencilerin düşüncelerine ortam yaratılması,
- Görsel kültür yoluyla sanatsal çalışmaların değerlendirilmesinde süreç temelli düşünsel yöntemler ve ölçütler kullanılması, ayrıca çoklu bakış için aile, öğretmen ve akranların görüşlerine başvurarak değerlendirmenin tartışmalarla geliştirilmesi yer almaktadır”.

Bu bakış açısına göre, kültürel alanda yaşanan değişimleri takip edebilmek adına çağdaş sanat eğitimi yaklaşımlarından biri olan ‘Görsel Kültür’ün, günümüzde hâlâ modernist bir estetik yönelim tarafından yönlendirilen sanat eğitimi öğretim programının her aşamasına entegre edilmesi önemlidir.

O halde, görsel kültürle ilgili yapılan çalışmaların sonuçlarını sanat eğitimine entegre etmek ve konuya ilişkin farkındalık oluşturarak kültürel alanda yaşanan değişimleri izlemek görsel kültürün sanat eğitimi içindeki olması gereken konumunu güçlendirecek uygulamalar olarak göz önünde bulundurmak gerekli ve önemlidir.

Konvensiyonel sanat eğitimi; yaygın bir biçimde postmodern anlayışta ya da bu anlayışta temsil edilen görsel kültürde hızla ilerleyen farklılıkları, anlaşılır bir dille görünürlük kazandıran görüş ve disiplinlere odaklanmaktadır. 20. yüzyılın modern anlayışında estetik ya da güzellik geleneğiyle sanat eğitiminin kapsamının sınırlandırıldığı ve bu kapsamda ifade edilen, genel görüşün ve günümüz anlayışı çerçevesinde kalmış sanat formunda akademik tanımlamalarla bir ayırıştırılmaya gidilmiş olur. Sanat eğitimi almış kişilerin günümüz sanatını anlamak, anlamlandırmak, aktarmak ve yorumlamak kültürel süreç içinde ve realitesinde kendisi için ve toplum deneyimleriyle olası olabilecektir. Sanat, hayatlarımızın ferdi yorumlarını belirtmek içinse, bu hayatların nasıl olduğunu ortaya koymak, bireylerin kendi içlerindeki etkileşimleri ve çevreleriyle olan ilişkilerini anlamaya yönelik incelemeleri arttırmak gerekir (Thearlault, 2009).

21. yüzyıl becerilerinin ve kazanımlarının bir sonucu olarak gelişen görsel kültür ve dolayısıyla görsel iletişim günümüz tarihini yeniden yorumlayarak radikal değişimleri zorlamaktadır. Yeniçağın getirilerine uyumunu bir zorunluluğa dönüştürerek oldukça yeni bir dil olarak tüm disiplinleri etkisi altına alan görsel kültür, genelde sanatı özelde ise görsel sanatları büyük ölçüde ilgilendirmekte ve etkilemektedir. Ortaya çıkan bu durum eğitim fakültelerine, güzel sanatlar fakültelerine ve sanat eğitimi veren diğer disiplinlerde alana görsel kültürü anlama ve yorumlamaya olan yeterliği ve eğitimi zorunlu bir hale dönüştürmektedir. 21. yüzyıl birey becerilerinin özellikle dijital ve görsel kültür, görsel iletişim üzerinden geliştirilebileceği anlayışından hareketle görsel sanatlar eğitimi alan eğitimcilere ve öğrencilere büyük bir sorumluluğun düştüğü açıktır. Sanat eğitimi alan öğrenci veya bireylerin 21. yüzyıl birey becerileri kapsamında aktif, katılımcı birer sanat eğitimci olmaları, dijital okuryazarlık, teknolojiyi kullanabilen ve etkili bir biçimde yararlanabilen, teknolojiye erişebilen ve kullanma özyeterliğine sahip, yaratıcı düşünebilen, problem çözme becerileri gelişmiş olmaları vazgeçilmezdir. Bireylerin görselin sadece üretim sürecinde değil aynı zamanda yorumlayabilme sürecinde de aktif olmaları istenmektedir ve bu beklendik bir durumdur. Çağın bireylerin ürettikleri dijital formları, görselleri üretebildiği gibi yorumlayabilen ve bilinçli bir tüketici olabilmesi de diğer bir önemli kazanım veya beceri olarak görülmelidir. Görsel kültürün ve görsel iletişimin bir arada anıldığı günümüzde, ikisinin de birbirini dönüştürerek sanat

eğitimi disiplini içinde yer aldığı bilinmektedir. Görsel kültür kapsamında yer alan ve bağlam içinde gelişen göstergelerin mümkün olan en doğru değerlerdeki analizi konusunda başta sanat eğitimcileri olmak üzere alana katkı sunan, alanla etkileşimi olan diğer disiplinler için de elzemdir. Multidisipliner bir geri plan gerektiren günümüz sanat pratiklerinin anlaşılabilmesi, yorumlanabilmesi, aktarılabilmesi, görselin içinde barındırdığı, göstergeleri, kodları, mitleri hem bireysel hem de toplumsal değerler paydaşlığında çözümleyebilecek birer sanat eğitimcisinin yetiştirilmesi önemlidir. Disiplinlerarası dayanışmayı ve entegrasyonu zorunlu gören yeni yaklaşımlarından biri olarak günümüz sanat anlayışı çerperinde bir sanat eğitimcisi aynı zamanda bir toplumbilimci, dilbilimci, düşünür/felsefeci, iletişim uzmanı, psikolog, ekonomist gibi özellikler de barındırmalıdır. Bu yönüyle sanat eğitimcisi, toplumların özelinde inşa edilen görselleri ve görsel kültürü yorumlama eğitimine ve bilgisine sahip olmasına duyulan ihtiyaç ortadadır.

Bireylerin fikirsel, algısal ve duygusal açıdan eş zamanlı kapsayıcı bir gelişim içinde, görsel kültürün etkilediği alanlardaki etkileşimlere dikkat çekilmektedir. Dolayısıyla sanat eğitimcilerine ve sanat eğitimi alan geleceğin sanat eğitimcisi olan öğrencilere, sanat eğitimcisi kimliğiyle üstleneceği sorumlulukla önemli görevler düşmektedir. Sonraki akademik yaşamlarında yaratıcı düşünme becerilerini ve tutumlarını mobilize etme, estetik beğenilerinin hangi düzeyde olduğunu, sahip olduğu geri planla teknolojiye ve görsel kültüre olan yeteneğinin bilincinde olarak, varsa eksikliklerin giderilmesi ve ileride bu alanda sorumluluk alıp sorun çözücü bir rolde olabilmeye ne kadar yetkin olduğunun bilinmesi önemlidir.

SONUÇ

İçinde bulunduğumuz yüzyılda görsel kültürün hızlı, yayılcı ve süratli bir biçimde geliştiğine ve yayıldığına tanıklık edilmektedir. Görsel kültürde yaşanan hızlı ilerleyiş yaşam pratiklerinin değişimi üzerine de güçlü bir etki oluşturmuştur. Semboller, göstergeler, şekiller baş döndürücü bir hızla değişmektedirler. Büyük bir süratle değişen görsellerin görsel kültür ve dolayısıyla yaşam deneyimleri veya pratikleri üzerine de önemli etkileri ve sonuçları bulunmaktadır. Tüm bu değişimleri takip etmek, anlamak ve sürdürülebilir bir toplumsal bilinç yaratabilmek için görsel okuryazarlık sorunu

da önem kazanmaktadır. Yaşam formlarının dinamikleri olan, iletişim, estetik kaygı, görsel sanatlar, sanat eğitimi gibi birçok disiplin de bu gelişmelerden etkilenmektedirler. İçinde yaşadığı mekanın bir parçası olan bireyin de bu değişimden bilerek ya da farkında olmadan etkilenmesi ise kaçınılmazdır.

Görsel kültür multisipliner bir çalışma geleneğini barındırmaktadır. Görsellerle ve temsillerle kültürün, görsel öğelerine referans olmaktadır. Çağın gereksinimlerine rasyonel bir bakış açısıyla cevap sağlamak üzere görsel sanatlar eğitimi aracılığıyla optimum bir yarar elde ederek eylemler planlanmaktadır. Dolayısıyla baş döndüren teknoloji veya dijital çağın hızına uyum sağlayabilecek bireylerin yetiştirilmesi, çağın donanımına diğer bir deyişle 21. yüzyıl birey becerileri kazanımlarına sahip olmalarına olan gereklilik ortadadır. Bu noktada birey ve toplumsal entegrasyon ve uyum daha da önem kazanmaktadır. Dolayısıyla sanat eğitime olan ihtiyaç her zamankinden daha fazla gereksinim duyulan bir durum halini almıştır. Bireylerin toplumla olan sağlıklı ve güvene dayalı bir iletişim kurabilmesi beklentisiyle eğitim her zamankinden daha büyük önem taşımaktadır. Başka bir ifadeyle sanat eğitiminin gelişmesi ve görsellerle çevrelenmiş yaşam alanlarının en etkili ve en doğru bir şekilde anlaşılabilmesi yolunda genelde eğitim özelde ise sanat eğitime verilen önemin, önceliğin ve ortaya çıkan ihtiyacın karşılanabileceği eğitim kurumlarının artırılması, eğitim kadrolarının güçlendirilmesi ve alanı anlayıp yorumlayabilecek öğrencilerin yetiştirilmesi esastır.

KAYNAKLAR

- Anderson, T.(2003). Art Education for Life. *International Journal of Art and Design Education*. 22, (1),1, 58-66.
- Arnheim, R. (2012). Görsel Düşünme, Çev: Rahmi Ögdül, İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Barnard, M. (2002). *Sanat Tasarım ve Görsel Kültür* (Çeviren: Güliz Korkmaz). Ankara: Ütopya Yayınevi. Çev. Ertuğrul Başer. s.127-170. İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Berger, J. (2008). Görme biçimleri. (Çev: Y. Salman). İstanbul: Metis
- Brannon, L., ve Brock, T. (1994). The subliminal persuasion controversy: reality, enduring fable, and Polonius's weasel. In *Psychological Insights and Perspectives*. S. Shavitt ve T. C. Brock. (Eds.). Persuasion: Allyn & Bacon.
- Brill, J. M., Kim, D., & Branch, R. M. (2000). Visual literacy defined: The results of a Delphi study: Can IVLA (operationally) define visual literacy? Paper presented at the International Visual Literacy Association, Ames, IA.
- Çakır İlhan, A. (1999). İlköğretimde değişen yapı ve sanat eğitimi. III. Ulusal Sınıf Öğretmenliği Sempozyumu. 23-24 Ekim, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Çakır İlhan, A. (2003). Sınıf Öğretmeni Yetiştirme Programları ve Sanat Eğitim. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi. 36,1-2.
- Debord,G.(2006). Gösteri toplumu. (A. Ekmekçi ve O. Taşkent, Çev.). (2.bs.). İstanbul: Ayrıntı.
- Duncum, P. (2001). Visual culture: Developments, definitions and directions for art education. *Studies in Art Education*, 42 (2), 101-112.
- Duncum, P. (2002). Clarifying visual culture: Art education. *Art Education*, 55(3), 6-11.
- Duncum, P. (2003). Instructional resources: Visual culture in the classroom. *Art Education*, 56(2), 25-32.
- Eker, M., Aslan, H. (2010). Görsel kültür ve medya okuryazarlığı: sanat eğitiminin kamusal açılımı. *Millî Eğitim*. 187; 251-268.
- Eliade,M.(2013). İmgeler simgeler. (M.A.Kılıçbay. Çev.). Ankara.Gece

- Elkins, J. (2003). *Visual studies A Skeptical Introduction*. New York: Routledge.
- Fineberg, J. (2014). 1940'tan günümüze sanat. (Çev: S. A. Eskier ve G.E. Yılmaz). İzmir: Karakalem Kitabevi Yayınları.
- Finkelstein, J. (2007). *The art of self invention*, New York: I.B.Tauris&Co Ltd.
- Focault, M, (2013). *Kelimeler ve şeyler: İnsan Bilimlerinin bir arkeoloji*. (5.bs.). (M. A. Kılıçbay, Çev.). Ankara: İmge.
- Freedman, K. (2003). *Teaching visual culture: Curriculum, aesthetics and the social life of art*. (1. Baskı). New York: Teachers College Press.
- Güngör, T. (2021). Görsel Sanatlar Eğitiminde Görsel Kültürün Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. *Ulakbilge*, 61 (2021 Haziran), 913–921. doi: 10.7816/ulakbilge-09-61-09
- Heinich, R. Molenda, M. & Russel, J.D. (1989) *Instructional media and new technologies of instruction* .(Third Edition). Macmillan Publishing Company.
- Huxley, A. (2016). *Algı Kapıları*. (M. F. İmre, Çev.). (9.bs.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Keser. N, Narin H. (2017). Sanat Temelli Bir Soruşturma Yöntemi:A/R/Tografi. *Humanitas*, 5(10), 193-203.
- Brannon, L.; Brock, T. (1994). The subliminal persuasion controversy. Reality, enduring fable, and Polonius's weasel. In *Psychological and Perspectives*. S. Shavitt, T.C. Brock. (Eds.). Persuasion: Allyn & Bacon.
- Kıratlı, A. D. (2010). Students' opinions and applications regarding contemporary art. *The International Journal of The Arts in Society*, 5 (4), 173-181.
- Mamur, N. (2012). Görsel sanatlar öğretmen adaylarının görsel kültür diyaloglarına yönelik algıları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12 (3), 2150.
- Mamur, N. (2014). Post-modernizmin sanat eğitime yansıma biçimleri görsel kültür ve eleştirel pedagoji, *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 2, 59-77.
- Messaris, P. (1994). *Visual literacy*. Boulder, CO: Westview Press.
- Mirzoeff, N. (1998). "What Is Visual Culture?". *The Visual Culture Reader*. NicholasMirzoeff (ed.). London&New York: Routledge.
- Mirzoeff, N. (2013). *The visual culture reader*. (3rd ed.), New York : Routledge

- Mitchell, W. J. T. (1995). What is visual culture? Meaning in the visual arts: Views from the outside. Lavin, I. (Ed.). Princeton: Institute for Advanced Study.
- Mitchell, W.J.T. (1994). Picture theory. Chicago of Chicago.
- Mollaoğlu, A., & Çakır İlhan, A. (2022). Evaluation of art literacy in students continuing their education in departments related to art education. Cumhuriyet International Journal of Education, 11(4):604-613
- Robins, K. (2013). İmaj (Görmenin Kültür ve Politikası), (Çev.Nurçay Türkoğlu), AyrıntıYayımları, İstanbul.
- Rundell, J. (1999). Yaratıcılık ve Yargı: Akıl ve Tahayyül Gücü Üzerine Kanıt. Tahayyül Gücünü Yeniden Düşünürken içinde. Der. GillianRobinson, John Rundell. Çev. Ertuğrul Başer. s.127-170. İstanbul: Ayrıntı Yayımları
- Sarıbaş, S. (2019). Görsel Sanatlar Öğretmen Eğitimi Bağlamında Görsel Kültür Öğretimi. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü
- Saybaşılı, N. (2007). Görsel kültür [Özel sayı]. Toplum bilim. 22,17- 33.
- Sullivan, G. (2002). Ideas and teaching: Making meaning from contemporary art. Y. Gaudelius and P. Speirs (eds), Contemporary issues in art education, (pp. 23-37). USA: Pearson Education.
- Tavin K. M. - Anderson, D. (2003). Teaching (Popular) Visual Culture: Deconstructing Disney in theElementary Art Classroom. Art Education, 56, 3, s.33-35.
- Temizel, Ö. G. (2012). Sanat eğitimi alan öğrencilerin sanat ve estetik tutumlarına görsel kültürün etkisi. Doktora Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Therlault, G.G. (2009). "A New Age Of Art" TheEffects of Visual CultureandTechology on StudentAttitudesAbout Art and, Master of Science, Southern Connecticut StateUniversity New Haven, Connecticut.
- Türkdoğan, T. (2014). Sanat Kültür Politika: Modernizm Sonrası Tartışmalar. Ankara: Nobel Yayınları.

Türkkan, B. (2008). İlköğretim Görsel Sanatlar Dersi Bağlamında Görsel Kültür Çalışmaları: Bir Eylem Araştırması, Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.

Wilson, B. (2003). Of diagrams and rhizomes: Visual culture, contemporary art, and the impossibility of mapping the content of art education. *Studies in Art Education*, 44 (3), 214-229.

BÖLÜM 6

YÖNETİM KAVRAMI VE YÖNETİMİN TEMEL FONKSİYONLARI

Öğr. Gör. Dr. Serap ATEŞ¹

¹ Serap ATEŞ, Harran Üniversitesi, Hilvan MYO, Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Programı, ORCID:0000-0002-9527-5183, sates@harran.edu.tr

GİRİŞ

Yönetim verimin ve devamlılığın sağlanması noktasında önemli bir işletme unsurudur. Başarılı ve etkin yönetimin var olabilmesi için işletmeler tarafından yönetim fonksiyonları doğru anlaşılmalı ve uygulanmalıdır. Yönetim sürecini başarılı kılan örgütlerin yönetim kademelerinin eşgüdümlü hareket etmesidir. Gelecekte varlığını devam ettirmek ve başarılı olmak isteyen tüm kuruluşlar sahip olduğu insan, makine, araç-gereç, teknoloji ve bilgi gibi kaynaklarını değişen yeni koşulları dikkate alarak, ussal ve etkin kullanımını sağlamalıdır. Araştırma dergisi Forbes'in işletmelerin başarıları üzerine yapmış olduğu araştırma sonuçları örgütlerin başarılarının iyi yönetimle doğru orantılı olduğu sonucunu göstermektedir. Yapılan farklı bir çalışma da ise başarısız olan işletmelerin % 90'dan fazlası etkin yönetimin eksik olmasından kaynaklandığını vurgulanmaktadır. (Gökçe ve Şahin, 2003, s. 134). Yapılan araştırmalar etkili yönetimin olmadığı örgütlerde verimin ve başarının da olmadığını göstermektedir. Dolayısıyla yönetim ve yönetimin kapsamı kurum ve kuruluşlar için hayati öneme sahiptir.

Yapılan bu çalışmada yönetim kavramı özellikleri, amaçları ve yönetim fonksiyonları açıklanarak işletmelerin örgütsel amaçlarına ulaşmalarına ulaşmalarında önemine ortaya konulmuştur.

1. YÖNETİM: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

“Sevk ve idare etme faaliyeti olarak tanımlanan yönetim kavramı en az girdi ile daha çok verim elde etmeyi amaçlamaktadır. Yönetim örgütün sahip olduğu tüm kaynakların etkin kullanımını öngörmektedir. Çalışmanın ilk bölümünde yönetim kavramının tanımları, yönetimin amaçları ve özellikleri açıklanmıştır.

1.1. Yönetimin Tanımı

Bir işi çekip çevirmek, bir grubun başında yer almak ya da bir organizasyonu yönetenlerin tamamı şeklinde açıklanabilen yönetim kavramı olarak literatürde ve halk dilinde çeşitli biçimlerde kullanılmaktadır. En bilinen tanımıyla yönetim örgütsel amaçların verimli ve etkili bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için planlama, örgütleme, yürütme, koordinasyon ve denetim fonksiyonlarına dair faaliyetlerin tamamıdır (Baransel, 1993, s. 24-25). Kamu yönetimi sözlüğü aynı kavramı uygun bir ortamda, herhangi bir gruba bağlı bireylerin davranışlarını etkileyerek çabalarının ortak bir amaç doğrultusunda beklenen sonuçları elde edebilecek şekilde yönlendirilmesi olarak açıklamaktadır (Bozkurt ve Ergun, 2014, s. 265). Yönetim amaçların belirlenmesi, gerçekleştirilmesi ve ortaya çıkan sonuçların ölçülmesidir (Tunçer, 2018, s. 1). Klasik yönetim kitapları “yönetim” kavramını şu şekilde açıklamaktadır: Bir kişinin tek başına kaldıramayacağı bir kayayı yerinden hareket ettirebilmesi için iki ya da daha fazla kişinin işbirliği yapması gerekmektedir. Bu örnekte aynı zamanda yönetimin unsurları ortaya çıkmaktadır. Bu unsurlar insan-grup, işbirliği ve amaçtır. Kaya örneğini açıklamaya devam edersek sabit bir şekilde duran kaya yönetim kavramı ile ilişkilendirilmesi mümkün değildir. Yuvarlansa dahi yönetim olgusu ortaya çıkmayacaktır. Bu örnekte yönetimden söz edebilmek için sürece iki ya da daha fazla insanın dâhil olması yani grup unsurunun oluşması gerekmektedir. Bu grubu oluşturan kişilerin işbirliği ruhu ile aynı anda hareket etmesi gerekmektedir. Ve son olarak amaç unsurunun gerçekleşmesi için grup üyelerinin sadece kayaya bakması yeterli değildir, kayayı bir yere doğru hareket ettirmek biçiminde bir amaçlarının olması gerekmektedir (Eryılmaz, 2014, s.3). Yönetim kavramı hem özel sektör hem de kamu sektöründe küçük ya da büyük tüm yönetsel olgunun açıklanması amacıyla kullanılmaktadır (Aydın, 2016, s. 33). Aynı zamanda yönetim sanatların en eskisi, bilimlerin en yenisi olarak ifade edilmektedir. Bilim olarak yeni olması sebebiyle yönetime

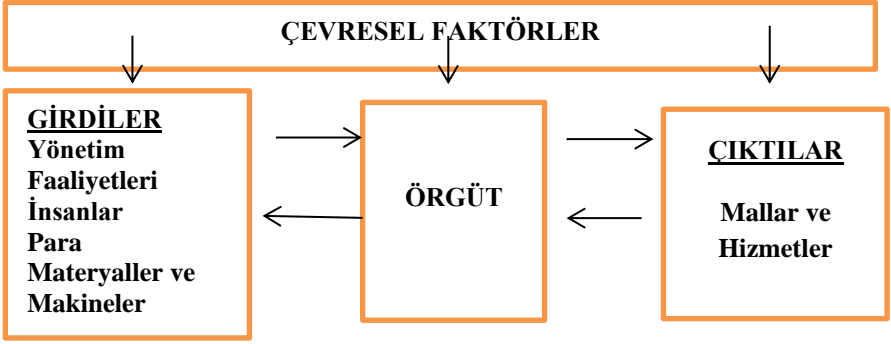
dair birçok kavram açıklığa kavuşmamış ve bilim insanları arasında henüz bir görüş birliğine varılamamıştır (Şimşek, 2008, s. 7). Yapılan bu açıklamalarla birlikte farklı yönetim tanımları şu şekilde sıralanabilir (Özalp, Şahin, Berberoğlu ve Geylan, 2004, s. 5):

- Yönetim faaliyeti herhangi bir örgüte uygulanabilir.
- Yönetim başkaları ile birlikte iş yapmadır.
- Biçimsel örgütlerde faaliyette olan bireyler için etkin ortam sağlanmasıdır.
- İnsanların iş birliğini sağlayarak, onları bir amaca doğru yönlendirme iş ve çabalarının bütünüdür.
- Diğer insanlarla birlikte çalışarak ve örgütsel kaynakları kullanarak örgütsel amaçlara varmaktır.

Yönetim kavramına yönelik yapılan açıklamalara dikkat edildiğinde yönetim bir taraftan başkaları ile çalışmayı gerektirirken diğer taraftan örgütsel kaynakların etkin ve verimli bir şekilde kullanılarak, örgütsel amaçlara ulaşmayı ifade etmektedir.

1.2. Yönetimin Amaçları

“Amaç” yönetim kavramı açıklanırken de dikkat edildiği gibi temel öğelerden biridir. Amaçsız yönetimden söz edilemez. Genel olarak yönetim eyleminin amacı kaynakların koordinasyonu yoluyla organizasyonel amaçların etkin bir biçimde yerine getirilmesini sağlamaktır (Tunçer, 2018, s. 4).



Şekil 1: Yönetimin Örgütlerdeki Rolü

Kaynak: Doğan, 2002, s. 176.

Yönetim ister aile, işletme gibi en küçük, ister devlet, uluslararası örgütler gibi en büyük bütün örgütlerde geçerli bir faaliyettir (Güçlü, 2003, s. 63). Örgütsel amaçların etkin ve verimli bir biçimde gerçekleşebilmesi için zorunlu bir işlevdir. Dolayısıyla yönetim örgütler için hayati öneme sahiptir. Örgütsel yönetim ile toplumsal kalkınmışlık düzeyi arasında ilişki vardır.

Yönetim otoritelerinden bazıları yönetim erkini üretimin beş unsurundan biri olduğunu ifade etmektedirler. Şekil 2’de görüldüğü gibi; 5M (Machines-makineler, Moneypara, Materials-hammadde/donanım Management-sevk ve idare, Men-insanlar) olarak ifade edilmektedir.

Girdiler (5M)
Machine (Makine)
Money (Kapital)
Material (Malzeme)
Management (Yönetim)
Man (İnsan)

Şekil 2: İşletme Girdileri (5M)

Kaynak: Sabuncuoğlu, 2011, s. 2

Yönetimin en temel amacı örgütün sahip olduğu kaynakların en rasyonel ve ussal kullanımını sağlayarak örgütün amaçlarını yerine getirmektir. Örgütler amaçlarına yönetim erki ile ulaşmaktadırlar.

1.3. Yönetimin Özellikleri

Yönetimin evrensel olmasının bir sonucu olarak özel veya kamu tüm örgütlerde yönetimin birtakım özelliklerinden söz etmek mümkündür. Yönetimde zamana, yere ve imkânlarla göre farklılıklar görülse de aynı ilkeler dikkate alınarak hareket edilmektedir. Yönetimin özellikleri şu şekildedir (Tunçer, 2018, s. 5-6, Gökçe ve Şahin, 2003, s. 135):

- Yönetim eylemi amaçların gerçekleşmesine yöneliktir.
- Yönetim örgütün maddi ve beşeri kaynakları kullanabilme yetkisini gerektirir.
- Yönetim hem sosyal hem de gruba dayanan bir süreçtir.
- Yönetim sürecinde örgütlerin sahip olduğu beşeri ve maddi kaynakların optimum uyumu söz konusudur.
- Yönetim süreci yöneticinin otorite oluşturmasını gerektirir.
- Yönetimin işlerliği yönetici ve yönetilenler arasında uyum, ahenk ve haberleşmeyi gerektirmektedir.
- Yönetim organizasyondaki her insanın yetenek, bilgi ve tecrübesi doğrultusunda en başarılı bir şekilde yapacağı işleri yapmasını ve uzmanlaşmasını gerektirir.
- Yönetim zaman yönetiminin etkinliğine dikkati çeker.
- Yönetim rasyoneldir.
- Yönetim amaç ya da amaçları gerçekleştirmek düşüncesiyle oluşturulmuş ekonomik nitelikli örgütler için karlı olmalıdır.

Yönetim süreci küçük ya da büyük tüm bütün gruplarda bulunmaktadır. Yönetim kavramı geniş bir bakış açısı ile incelendiğinde toplumdaki tüm insanların yönetime dair birtakım sorunlarla iç içe olduğu dikkati çekmektedir.

Formal ya da informal tüm örgütlerde başkalarını etkileyerek işbirliği ruhu ile amaç ya da amaçları gerçekleştirmek için yürütülen faaliyetler yönetim süreci kapsamındadır. Yapılan bu açıklamaların ışığında yönetimin diğer özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Eryılmaz, 2014, s. 4-5):

- Yönetim kavramı birden fazla insanın bulunduğu bir grup içindedir. Bir kişi tek başına yapabileceği işi kendince planlar ve yürütmeye çalışır. Fakat işin hacminin büyümesi birden çok kişinin çabasını gerektirir örgütlenme zorunlu olacaktır. Söz gelimi bir bakkal kendi küçük işletmesini kendi başına yürütebilir, işi çıktığı zamanlarda eşine ya da çocuklarına geçici olarak işi bırakabilir. Eğer bakkalı bir süpermarkete çevirmeye karar verirse, yeni çalışanlar istihdam ederek, bütçeleme, muhasebe, satın alma, otorite hiyerarşisi, işbölümü denetim gibi fonksiyonlar ortaya çıkacaktır.
- Yönetim aynı zamanda planlama, örgütlenme, gerekli kaynakları oluşturma, yönlendirme ve kontrol gibi faaliyet ya da unsurlardan oluşmaktadır. Sayılan bu faaliyetler ya da unsurlar ister kamu ister özel sektörde yönetim sürecinde yürütülmektedir. Yönetimin unsurları “planla”, “uygula” ve “izle/denetle” şeklinde de ifade edilir.
- Yönetim formal örgütlerde belli bir hiyerarşik düzen gerektirmektedir. Formal örgüt kısaca bir işe katılanların söz konusu işte neler yapmaları gerektiğinin ve bu kişilerin rollerinin önceden belirlendiği örgüte verilen isimdir. Hiyerarşi ya da mertebeler silsilesi, örgütte çalışanların en tepe yöneticiden itibaren en alt düzeydeki çalışana kadar yetki ve görev esasına göre alt-üst biçiminde derecelendirilmesidir. Alt kademe çalışan kendine yakın olan üstten başlayarak dereceli olarak örgütte en üst yöneticiye bağlanmaktadır. Üstler de hiyerarşi sayesinde tüm çalışanlarla ilişki kurar, onlara talimatlar verir ve bilgi sahibi olur. Üstler kararlar alarak

politikaların belirlenmesi ve denetleme gibi yetkilere sahip iken astlar ise bu kararları uygulamakla yükümlüdürler.

- Yönetim süreci düzenli faaliyetlerden ibarettir. Yani faaliyetler düzenli, uyumlu ve sistemlidir. Eğer uyum yoksa ve faaliyetler bir bütünlük oluşturmuyorsa “yönetim” kavramından söz etmek mümkün değildir. Yönetimde diğer kişileri etkileyen bir kişi ile bu kişiye uyan diğer kişiler bulunmaktadır. Yönetimde esas olan işbirliği sağlamaktır ve bu da faaliyetler arası düzen ve koordinasyon gerektirmektedir.
- Yönetim önceden belirlenmiş amaç ya da amaçları gerçekleştirmeye dönüktür. Örgüt bünyesinde çalışanların en asli görevleri bu amaçları gerçekleştirmektir. Bu sebeple yönetiminin özünü amaçsal faaliyetler oluşturmaktadır.

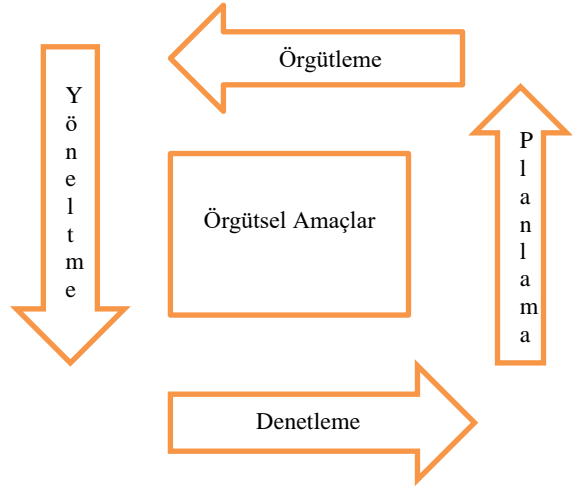
Yönetim organizasyonların çevrelerinden aldıkları insan, finansman, madde ve bilgi gibi girdileri işbirliği çerçevesinde etkin planlama, örgütleme, liderlik etme, kontrol etme gibi iş akışlarıyla amaçlara ulaştırma sanatıdır (Gökçe ve Şahin, 2003, s. 136). Yönetim kavramına yönelik yapılan tüm açıklamalar özellikle yönetimin beşeri, iş birliği ve amaçsal faaliyetlere odaklandığını göstermektedir.

2. YÖNETİMİN FONKSİYONLARI

Yönetim sürecinde yerine getirilen çeşitli faaliyetler, ayrı ayrı incelenerek birkaç temel başlıkta toplanmakta ve yönetim fonksiyonları adı verilen kavram ortaya çıkmaktadır (Öz, 1998, s. 120). Her yönetim faaliyeti belirli fonksiyonların yerine getirilmesi suretiyle gerçekleşir. Yani yönetimin söz edilebilmesi için bazı temel fonksiyonlara gereksinim duyulur. Klasik yönetim teorisyenlerinden Gulick ve Urwick’e göre yönetimin yedi fonksiyonu vardır. Bu fonksiyonlar şu şekilde sıralanabilir (Aydın, 2015, s. 33):

- Planlama

- Örgütlenme
- Personel alma
- Yönelme
- Koordinasyon (Eşgüdüm)
- Rapor verme (Haberleşme)
- Bütçeleme



Şekil 3: Dar Anlamda Yönetim Fonksiyonları

Kaynak: Özalp ve Diğ., 2004, s. 8

Şekil 3 dar anlamda yönetim fonksiyonları göstermektedir. Şekil 3'e göre dar anlamda yönetim fonksiyonları planlama, örgütlenme, yönetme ve denetlemedir. Henry Fayol sayılan bu fonksiyonları beş başlık altında toplamıştır. Bu fonksiyonlar şu şekilde sıralanabilir:

- Planlama
- Örgütlenme
- Yönetme (Emir-Kumanda)
- Koordinasyon (Eşgüdüm)
- Denetleme.

Kurumsal anlamda yönetim kavramı, insanları belli bir amaç doğrultusunda yönelten ve bir dizi işlevden meydana gelen bir süreçtir. Bu işlevler yönetim literatüründe planlama, örgütlenme, yöneltme (önderlik) ve denetim şeklinde sayılmaktadır. Sayılan bu işlevler karşılıklı ilişki içindedir. (Bozkurt ve Ergün, 2014, s. 266). Çalışmanın bu bölümünde Henry Fayol'un ifade ettiği yönetimin fonksiyonları açıklanmıştır.

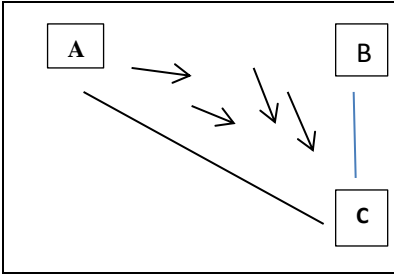
2.1. Planlama

Plan kelime olarak, bir karar ya da kararlar toplamı veya bugünden, geleceğe nereye ulaşılacak istendiğinin, nelerin gerçekleştirilmek istendiğinin kararlaştırılmasıdır (Demir ve Yılmaz, 2010, s. 71). Farklı bir anlatımla herhangi bir işin ya da yapının tamamlanabilmesi, gerçekleştirilebilmesi amacıyla uyulması düşünülen düzendir. Planlama kavramı içeriği her ne olursa olsun daha önce belirlenmiş hedef veya hedeflere, yine daha önce belirlenmiş müddette varmak için takip edilecek yön ve yöntemleri belirleme faaliyetidir. (Bozkurt ve Ergun, 2014, s. 2016). Planlama yönetimin ilk ve temel fonksiyonudur. "Yönetim ileriye bakma" düsturudur, iş dünyasında planlamaya verilen önem hakkında bir fikir verir ve yönetimin önemli bir parçasını teşkil eder. Bu bağlamda planlama öngörmek yani hem geleceği değerlendirmek hem de bunun için hazırlık yapmak anlamına gelmektedir. Planlama, çeşitli vesilelerle ve çeşitli şekillerde tezahür eder (Cuthbert, 2002, s. 14) .

Planlama hem bireysel, hem örgütsel, hem de yönetsel açıdan çok önemli bir süreçtir. Örgütler rekabet şartlarına ve hızlı değişime uyum sağlayarak belirsizlik ortamında var olan sorunlara çözüm üretebilmek için başarılı planlama yapımları gerekmektedir (Çakır, 2016).

Ekiz ve Somel, (2005, s. 98), planlamanın örgütsel yaşamdaki önemini Şekil 2 ile şu şekilde ifade etmektedir: A noktasındaki köpek B ve C noktaları arasında doğrusal bir şekilde bisiklet süren sahibine doğru koşmaktadır. Koşullandırılmış reflekslere sahip köpek B-C doğrusuna doğru sahibine

ulaşmaya çalışmaktadır. Sahip olduğu reflekslerinin kurbanı olan köpeğin bu durumda C noktasına ulaşması mümkün olmayacak sadece sahibine yaklaşmayı başarabilecektir. Farklı bir yapıda olan başka bir canlı örneğin insan düz bir yolda bisiklet kullanan kişinin bir müddet sonra C noktasına ulaşacağını hesap ederek ona belirli bir açıyla yaklaşacaktır. Fakat ikinci varsayımda kişinin karar vermeden önce belli bir muhakeme sürecine yani plana ihtiyaç duyacağı apaçık ortadadır.



Şekil 4: Planlama Nedir?

Kaynak: Ekiz ve Somel, 2005, s. 98

Örgütsel yaşamın etkin ve verimli sürdürülebilirliği için başarılı, öngörülebilir ve uygulanabilir planlamaların yapılması önemlidir. Yönetim biliminde planlamanın aşamaları şu şekilde sıralanabilir (Özer ve Önen, 2017: 63):

- **Bilgi Toplama:** Başarılı ve iyi bir plan için ilk olarak konu ile ilgili bilgi toplanması gerekmektedir. Söz konusu planın değeri hazırlık sürecinde dikkate alınan bilgilerin doğruluk derecesine bağlıdır. Bu sebeple tüm imkânların kullanılarak plan hazırlığında esas olacak bilgilere ulaşılmalıdır.
- **Planlama:** Ulaşılan bilgiler ve yapılan araştırmalardan faydalanarak geleceğe dönük tahminler amaçlar ve hedefler saptanır. Hangi alanlarda ne gibi yatırımlar yapılacağı ve bu yatırımlardan ne gibi sonuçlar beklendiği belirtilir. Bu çalışmalara plan adı verilir.

- Eşgüdüm: Planlama sürecinin her aşaması eşgüdümlü, uyumlu bir çalışmayı gerektirmektedir. Örgütler hizmetlerin sağlanmasında birbirleri arasında karşılıklı tamamlayıcı bir şekilde yol almaları zorunluluktur. Eşgüdüm sağlanmadığı takdirde planın hazırlanması güçleşecektir.
- Uygulama: Örgütlerin planı hazırlamalarının ardından usulüne uygun bir biçimde uygulama aşamasına geçilir. Uygulama için kestirilen süreler planla ortaya konulmuştur. Bu süreler dikkate alınarak planda herhangi bir gecikmeye meydan verilmemelidir.
- Denetleme: Bu aşamada planın hazırlandığı şekliyle uygulanıp uygulanmadığı, süreçte karşılaşılan aksaklık ve sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu sebeple planın uygulanmasını sağlamak için denetleme aşaması gereklidir. Denetleme aşamasında amaç plan hazırlayıcıları korkutmak ya da onların açığını aramak değildir. Karşılaşılan aksaklıkların giderilmesi amacıyla alınması gereken önlemleri neler olduğunu ve plan hazırlayıcılara doğru ve iyi yolu göstermek açısından denetleme aşaması gereklidir.

Günümüzde küreselleşme ve devamında rekabetin söz konusu olduğu tüm alanlarda etkin planlama kavramı giderek önem kazanmaktadır.

2.2.Örgütlenme

Örgüt, herhangi bir amacın gerçekleştirilebilmesi amacıyla bir araya gelen insanlardır (Gürol ve Turhan, 2004, s. 86). Farklı bir anlatımla örgüt (teşkilat) bir amacı gerçekleştirmeye çalışan çeşitli parçalardan oluşan sistem iken, örgütlenme ise bir organizasyonun amaçlarını gerçekleştirebilmesi amacıyla ihtiyaç duyulan mekân, insan kaynağı ve araç-gerecin tedarik edilmesi ve bir sistem çerçevesinde kişi birim arasında yetki ve görev dağılımının yapılmasıdır (Göksu, 2010, s. 5).

Örgütlenme fonksiyonu planlamada kararlaştırılan işlerin gerçekleştirilmeye başlanması amacıyla gereken sistemin oluşturulması anlamına gelmektedir. Fayol örgütlenmeyi işletmenin amacı ve gelecek planları dikkate alınarak genel yapısının oluşturulması şeklinde açıklamıştır (Duyar, 2018, s. 83). Örgütlenme kavramı bir organizasyonun amaçlarına ulaşabilmesi için gereksinim duyulan yer, araç- gerek ve İK'nın belli bir sistem çerçevesinde bir araya getirilmesi, yetki ve görev dağılımının belirlenmesidir (Aydın, 2015, s. 50). Organizasyonlarda örgütlenme süreci şu temel ilkeleri kapsamaktadır (Efe, 2009, s. 13)

- Amaçların belirlenmesi,
- Yapılacak işlerin belirlenmesi,
- Organizasyonun sahip olduğu insan kaynağının değerlendirilerek envanterinin yapılması,
- Organizasyonun fiziksel imkânlarının değerlendirilmesi,
- İK'nın, fiziksel imkânların ve işlevlerin değerlendirilerek bölümlendirilmesinin yapılması,
- Organizasyonda iş yapma yükümlülüğü ve bu işin yapılması için gereken harekete geçme ve karar verme yetkisinin belirlenmesi,
- Organizasyonda hesap verme işlevinin sağlanması.

Henry Fayol organizasyon kavramını işletmede hem sosyal hem de materyal olmak üzere ikili bir yapı şeklinde bir oluşum yaratmak olarak ifade etmektedir. Bir işletmenin organize edilmesi için gereken her şeyle donatılması gerektiğini belirtmektedir (Şengül, 2007, s. 264). Organizasyonun etkili bir şekilde faaliyet gösterebilmesi için yapılacak olan iş, İK ve organizasyon arasında yetkiye dayalı ilişkilerin belirlenmesini gerektirmektedir (Öz, 1998, s. 121). Başarılı bir örgütlenmenin organizasyona olan faydaları şu şekilde sıralanabilir (Aydın, 2001, s. 62):

- Organizasyonda görev, yetki ve sorumlulukların doğru bir şekilde dağılımı ve bu görev, yetki ve sorumlulukların sınırlarının belirlenmesi,
- Emir komuta zincirinin belirlenerek yönetime dair yapılacak işlerin kolaylaşması,
- Organizasyonların hacimlerinin belirlenmesi,
- Organizasyonda sağlıklı iletişim kanallarının oluşturularak verimli çalışma ortamlarının sağlanması,
- Teknolojik ve sosyo ekonomik gelişmelere uyum sağlanması.

Örgütlenme süreci bir takım adımlardan oluşmaktadır. Bu adımlar şu şekilde sıralanabilir (Tunçer, 2018, s. 169-170):

- Yapılacak işlerin belirlenmesi: Planlama aşamasında örgütün amaçlarına ulaşabilmesi için neyin, nerede, ne zaman ve kim tarafından yapılacağı belirlenmektedir. Organizasyonlarda yapılacak işlerine en az masrafla ve en az girdi kullanılarak yapılması esastır. Bunun için ilkeler sıralanır, düzenlenir, bölünür ve kısımlara ayırmak suretiyle örgütlenmeye gidilir. İş analizi verileri bu süreçte yol göstericidir.
- Yapılacak İşlerin Kimler Tarafından Yapılacağıın Belirlenmesi: Organizasyonda yapılacak işlerin neler olduğu ve bu işlerin hangi sistem çerçevesinde yapılacağıın belirlenmesinin ardından bu işleri yapacak olan kişiler görevlendirilir. İş gören seçiminde objektif kriterler esas alınarak işi yapacak kişilerin işin gerektirdiği niteliklere sahip olup olmadığına dikkat edilmelidir. İş yapacak iş gören sayısı ve bu iş görenlerde bulunması gereken bilgi, tecrübe ve yetenek tanımı belirlenir.
- İş yapılırken Kullanılacak Yöntem ve Araç Belirlenmesi: Örgütlenme fonksiyonunun bu sürecinde iş görenin işi yapabilmek için gereksinim

duyacağı ve işlerin görülebilmesi için araç, gereç ve fiziksel şartlar sağlanmaktadır.

Örgütlenme planlama fonksiyonunda belirlenen amaçlara ulaşmak için uygun olan örgüt yapısını yaratmaya dönüktür. Bu aşamada organizasyonların verimliliğini ve etkinliğini artıracak şekilde beşeri ve maddi kaynaklar koordinasyonlu bir şekilde bir araya getirilmektedir.

2.3.Yönelme (Kumanda Etme- Yönetme)

Yönetimin üçüncü fonksiyonu yönelme (kumanda etme)'dir. Yönelme fonksiyonu organizasyonun ete kemiğe büründüğü, ayağa kalktığı ve planlama fonksiyonuyla belirlenen işleri görmek için harekete geçtiği faaliyetlerdir. Yönelme organizasyonun sahip olduğu kaynakların en ussal ve etkin şekilde kullanılarak en kısa yoldan amaçlara yöneltebilme çabalarının toplamıdır (Tuan ve Memiş, 2007, s. 2). Örgüt üyelerinin sergiledikleri faaliyetlerin örgütsel amaçlar doğrultusunda yönlendirilmesidir. Yapılan önderlik faaliyetleri örgüt amaçlarına ulaşabilmek amacıyla güdüleme (motive etme), grup içi ve gruplar arası ilişkileri yönlendirerek iletişimi sağlama yönelme fonksiyonu çerçevesindedir (Karamustafa ve Çeşmeci, 2006, s. 72). Örgütte maddi ve beşeri oluşumun ardından bunlar işletilir ya da kumanda edilir. Beşeri yapıya işlerlik kazandırmak için üstten astlara doğru emir ve direktif verilmelidir (Karasoy, 2021, s. 89). Eryılmaz yönlendirmeyi eldeki kaynakları en uygun şekilde amaçlara yönlendirme çabası olarak açıklamaktadır. Yani belirli amaçlar için kaynakların sevki ve idaresidir. Planlama ile yakın bir işlev olup yönlendirme daha stratejik bir yaklaşımdır. Bir anlamda yönelme yönetim erkinde direksiyon hâkimiyetini sağlamaktır (Eryılmaz, 2014, s. 6). Örgütte başarılı yönelme için bir takım şartlar gerekmektedir (Tunçer, 2018, s. 203-206):

- Örgütte takım ruhunun oluşturularak, örgüt üyelerine takım ruhunun benimsetilmesi,
- Yöneticinin sergilediği davranışlarla astlarına örnek teşkil etmesi,

- Örgütte astlara karşı uygulanacak ödül ve ceza sisteminin etkin olması,
- Yönetici iş gören amaçları ile örgütün amaçları arasında uyum ve denge sağlaması, uyumsuzluğun olduğu anda her iki tarafında kazanacağı şekilde hareket edilmesi,
- Örgütte etkin haberleşme sisteminin oluşturulması,
- Emir ve talimatların yerine getirilip getirilmediğini ölçen etkin bir denetim sisteminin oluşturulması,
- Etkin yürütmenin gerçekleşebilmesi için astlardan yöneticilere geribildirim sağlanması.

Planlama ve örgütlenme fonksiyonları ile örgütte amaçlar ve bu amaçların gerçekleştirilebilmesi için gereken araç ve yöntemler belirlenmektedir. Yöneltilme ile kaynakların en ussal biçimde kullanımı ve amaçlara ulaşabilmek için gereken güç ve çaba ortaya çıkmaktadır.

2.2. Koordinasyon (Eşgüdüm)

Yönetim işlevinin diğer temel bir fonksiyonu koordinasyondur. Örgütsel amaçların gerçekleşebilmesi için örgütü oluşturan birimlerin ve İK'nın uyum içerisinde hareket etmesini gerektirmektedir. Aydın koordinasyon fonksiyonunu üretim süreçlerinin karmaşıklaşarak örgüt içi davranışların çok yönlü bir hal alması ve çeşitlenen iş süreçlerinde görev alanların sayıca artmasıyla ortaya çıkan bir kavram olduğunu ifade etmektedir (2015, s. 89). Özer ve Önen'in ifadelerinde ise koordinasyon yönetimle ilgili birimlerin önceden belirlenmiş amaçları gerçekleştirmek için aynı konuda çalışan diğer birimlerle ve kuruluşlarla işbirliği yapmaları olarak tanımlamaktadırlar (2017, s. 69). Çalışanların çabalarını birleştirerek, belirlenmiş amaçlara varabilmek için faaliyetlerin birbiri ardı sıralı bir biçimde gelerek, birbirine kenetlenip bütünleşmeyi sağlamaktadır. Koordinasyonun örgütlere olan faydaları şu şekilde sıralanmaktadır (Tunçer, 2018, s. 217-218):

- Koordinasyon örgütte yeni fikirlerin gelişmesine zemin hazırlar.
- Koordinasyonla örgütte alınan planlar daha sağlıklı uygulanır.
- İş süreçlerinde yaşanan karışıklık ve tekrarın önüne geçilir.
- Koordinasyon örgütte yaşanan sorunlar kime ait olursa olsun diğer çalışanlarca da anlaşılmasına olanak verir.
- İleri düzeyde maddi ve manevi yönlü anlaşma olur.
- Örgütsel plan, politika ve ilkeler tüm örgüt çalışanları tarafından aynı biçimde anlaşılır.
- Örgütte görülen işlerin bir düzen dâhilinde gerçekleşmesi iş görenlerin motivasyonu artırır.

Koordinasyon fonksiyonu üç temel unsuru kapsamaktadır. Bu fonksiyonlar şu şekilde sıralanmaktadır (Tortop, İsbir, Aykaç, Yayman ve Özer, 2007, s. 148-149):

- Uyumlu birleştirme,
- Örgütlerde işbirliği
- İş görenin teşvik edilmesi

Örgütlerin büyümesiyle birlikte daha da önem kazanan koordinasyon fonksiyonunun belli ilkeleri bulunmaktadır. Bu ilkeler şu şekilde sıralanabilir (Tortop ve diğerleri, 2007, s. 150-151, Tunçer, 2018, s. 216):

- Örgütün teşkilat yapısında sadeleştirme yapılması,
- Örgütün birimleri arasında işlerin yürütülmesinde birliğin sağlanması,
- Haberleşme ağlarının iyi düzenlenmesinin,
- Koordinasyonun sağlanabilmesi için iş görenlerin teşvik edilmesi.

Koordinasyon işlevi örgütlerdeki büyüme, işbölümü ve işleyişin karmaşık bir hal alması nedeniyle ortaya çıkan bir sorundur. Yönetimsel yapının parçalarını oluşturan çeşitli eylemlerin birleştirilmesine yönelik çabalar vardır. Yönetim bir takım alt unsurlardan oluşmaktadır ve bunlar arasındaki bütünlüğü

koordinasyon sağlar (Eryılmaz, 2014, s. 6). Koordinasyon işlevi yönetişimin etkinliğini ve farklı yapılara katılımı kapsamı açısından önemlidir (Gündoğdu, 2020, s. 14). Yönetim erkinin temel işlevlerinden biri olan koordinasyon örgütlerde ortak bir amaca ulaşmak için çalışmalarını kolaylaştıran, işin etkili bir biçimde görülmesini sağlayacak zaman, İK ve minimum girdi ile faaliyetlerin uyumlaştırılmasıdır.

2.5. Denetleme

Denetim kavramı bir işlemin ya da olayın istenilen şekilde gerçekleşmesini sağlamak için değişkenlerin düzenlenmesi, gözden geçirilmesi ya da teftiş edilmesi gibi anlamlarda kullanılmaktadır. Örgütlerde ise yönetim sürecinde yönetici amaçların ne ölçüde gerçekleştiğini gözden geçirir. Yönetim erkinde temel amaç örgüt faaliyetlerinin pürüzsüz bir şekilde, örgütsel hedefler doğrultusunda yol almasını sağlamaktır. Yapılan işlerin örgüt hedeflerine uyumlu bir şekilde gidip gitmediğinin anlaşılması için denetim fonksiyonu gereklidir. Denetim yönetim sürecinin son aşamasını teşkil etmektedir.

Yöneticilerin işlerin planlanan faaliyetlere uygun ve verimli bir şekilde gerçekleşip gerçekleşmediğinin denetlemesi gerekmektedir. Denetim fonksiyonu yöneticilerin temel görevlerinden birini teşkil etmektedir (Bozkurt ve Ergun, 2014, s. 62).

2.5.1. Denetlemenin Amacı ve Önemi

Örgütlerde denetim doğru ve etkili yapıldığında örgütler için vazgeçilmez bir fonksiyon olurken yanlış yapıldığında önemli ise zararlara yol açabilmektedir. Denetim, yapılan bir faaliyetin elden geldiğince planlara uygun olmasını sağlamak için standartlar oluşturulmasını, elde edilen sonuçların bu standartlarla karşılaştırılması ve uygulamaların plandan uzaklaştığı yerlerde düzeltmelerin belirlenmesini gerektirmektedir. Örgütlerde yapılan denetimin faydalı olması için denetimin şu nitelikleri taşıması gerekmektedir (Bozkurt, 2013, s. 56)

- Denetimin amaçlarının ve hedeflerinin neler olduğu belirlenmeli,
- Geçerli ve güvenilir denetim sisteminin oluşturulması.

Denetim sonuçları organizasyonlar için önemlidir. Aksayan yönlerin neler olduğunu görmek ve daha sağlıklı örgütler oluşturmak, denetim sonuçları ile elde edilen veriler sayesinde mümkün olmaktadır. Bu aşamada amaç sadece hata ve kusurun ne olduğu anlamak değil aynı zamanda değişim mühendisliği ve reorganizasyon yapıları için veri elde edilmektedir. Denetimin diğer amaçları şu şekilde sıralanabilir (Tunçer, 2018, s. 221).

- Örgütlerin performans standartlarını oluşturmak,
- Sergilenen performansın ölçülmesi,
- Oluşturulan standartlarla gerçekleşen sonuçları karşılaştırmak,
- Gereksinim duyulan noktalarda düzeltici faaliyetlerde bulunmak.

Denetleme plan ve program uygulayan kişileri korkutmak ya da eksiklerinin bulmak anlamına gelmemektedir. Plandan beklenen amacın gerçekleşebilmesi için uygulama sürecinde karşılaşılan güçlüklerin ortadan kaldırılması gerekmektedir (Özer ve Önen, 2017, s. 64). Denetleme fonksiyonu örgütlerde plan ve programların hazırlandığı biçime sadık kalınarak uygulanıp uygulanmadığını, uygulamada görülen aksaklık ve güçlüklerin neler olduğunu ortaya çıkarmak amacıyla gerçekleştirilir.

2.5.2. Denetleme Türleri

Denetleme fonksiyonu çeşitli kriterler dikkate alınarak kategoriler halinde incelenebilir. Denetim eğer gücünü aldığı anayasal erk açısından incelenirse Yasama Denetimi, Yargı Denetimi ve İdari Denetim şeklinde üçlü sınıflandırmaya tabi tutulmaktadır. Denetimin uygulanması bakımından bir sınıflama yapıldığında; Performans Denetimi, Uygunluk Denetimi, Sistem Denetimi, Mali Denetim, Bilgi Teknolojisi Denetimi türlerinden söz edilebilir. (Bozkurt, 2013,s. 59). Çalışmamızda denetleme yönetim içi (idari) ve yönetim

dışı yollarla gerçekleştirilen denetim olmak üzere iki ayrı başlık halinde açıklanmıştır (Aydın, 2015, s. 93-94).

- İdari Denetim (Yönetim İçi Denetim): İdari yönetim, yönetimin kendi amaçları doğrultusundaki eylemlerin standartlar ve yasalar çerçevesinde uygunluğunun denetlemesidir. Bu denetim türü yönetimin kendi kendine gerçekleştirdiği denetim olarak da bilinir. Literatürde idari teftiş ya da hiyerarşik denetim şeklinde belirtilir. Aydın (2015: 94) vesayet denetiminin yönetim içi denetim yollarından olması gerektiğini ifade etmektedir.
- Yönetim Dışı Denetim: Yönetim dışı denetim, örgütün dışardan bir otorite ya da otoriteler tarafından denetlenmesidir. Siyasi denetim, yargı denetimi, baskı grupları ve kamuoyu denetimi şeklinde sayılmaktadır. Son zamanlarda uluslararası denetim de yine bir dış denetim yolu olarak ifade edilmektedir.

Denetim, bir örgütün faaliyetlerinin ve iş süreçlerinin önceden belirlenen amaçlara, hedeflere ve kurallara uygun bir biçimde gerçekleşip gerçekleşmediğinin belirlenmesidir. Yapılan incelemelerin ardından elde edilen veriler dikkate alınarak sonuç çıkarılır.

SONUÇ

Çalışma genel olarak iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde yönetim bilimleri kuramcılar tarafından yapılan çeşitli yönetim tanımlarına, yönetimin özelliklerine ve yönetimin amacına yer verilmiştir. Yönetim süreci işletmenin önemli bir unsurudur. Etkin yönetim işletmelerde sürdürülebilirliği sağlamaktadır. İşletmelerde iş çeşitliliğinin artması, bu işleri yapan kişilerin sayıca artması, işin gerektirdiği niteliklerin değişmesi ve rekabetin de yıkıcı etkisiyle organizasyonların yönetimi giderek zorlaşmaktadır. Bu nedenle yönetim kavramı işletme yöneticileri tarafından doğru anlaşılmalı ve doğru uygulanması gereken bir süreçtir.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise yönetim fonksiyonları ortaya konulmuştur. Literatüre bakıldığında yönetimin fonksiyonlarının beş başlık altında incelendiği dikkati çekmektedir. Yönetimin fonksiyonları planlama, örgütleme, yöneltme, koordinasyon ve denetimdir. İlk olarak yönetim erkinin ilk ve temel fonksiyonlarından olan planlama ele alınarak ve planlamanın anlamı, amacı ve aşamaları ortaya konulmuştur. Başarılı yönetim uygulamaları için etkin plan ve programlara gereksinim duyulmaktadır. Planlama aşaması yönetimin geleceğine dair bir pusula işlevi görmektedir. Elde edilen bilgiler ve araştırma sonuçlarından yararlanılarak amaç ve hedefler belirlenir, yapılacak yatırımlar ve yatırımlardan beklenen sonuçlar ortaya konulur. Yönetimin ikinci temel fonksiyonu ise örgütlemedir. Örgütleme fonksiyonunda örgüt amaçların gerçekleşmesi için gereksinim duyulan iş görenin ve araç-gereçlerin belirlenerek bir sistem çerçevesinde bir araya getirilmesi öngörülmektedir. Yönetimin diğer bir fonksiyonu ise karar verme, emir-kumanda etme, yönlendirme, sevk ve idare etme anlamlarına gelen yönetmedir. Bu süreçte yöneticiler iş görenlere çeşitli direktifler vererek işin yapılmasını beklerler. Yönetim erkinde direksiyon görevini yöneltme fonksiyonu üstlenmiştir. Yönetimin dördüncü fonksiyonu olan koordinasyon ya da diğer bir ifade ile eşgüdümleme fonksiyonu örgütün amaçlarına ulaşabilmesi için diğer kişi ve kuruluşlarla uyumlu işbirliğini öngörmektedir. Ayrıca çalışmada koordinasyon tanımlanarak koordinasyon fonksiyonunun faydalarına, ilkelerine ve unsurlarına değinilmiştir. Yönetim erkinde son fonksiyon denetlemedir. Çalışmada denetlemenin tanımlarına yer verilmiştir. Bunun dışında denetlemenin amacı ve önemi ile denetleme türleri açıklanmıştır. Denetleme fonksiyonu, planlama aşamasında belirlenen amaçlara ne ölçüde ulaşıldığını, yapılanların ne kadar doğru ve etkin olduğunu ve süreçte aksayan yönlerin neler olduğunu göstermesi bakımından önemlidir.

KAYNAKÇA

- Aydın, A. H. (2001). Yönetimin Fonksiyonları, Güney, Salih (ed), Yönetim ve Organizasyon, Ankara, Nobel Yayıncılık.
- Aydın, A. H. (2015). Yönetim Bilimi, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Aydın, A. H. (2016). Kamu Yönetimine Giriş, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Baransel, A. (1993). Çağdaş Yönetim Düşüncesinin Evrimi, İşletme Fakültesi, İstanbul.
- Bozkurt Ö. ve Ergün, T. (2004). (Ed). Seriyeye Sezen, Kamu Yönetimi Sözlüğü, TODAİE, Ankara
- Bozkurt, P. (2013). Denetim Kavramı Ve Denetim Anlayışındaki Gelişmeler. *Denetim*, 12, 56 – 62.
- Cuthbert, N. (1970). Fayol and The Principles Of Organizastin John C. Wood and Michael C. Wood. Routledge, London.
- Çakır, R. (2016). Stratejik Planlama Süreci Ve Eğitim Örgütlerinde Stratejik Planlama. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 30 (30), 30, 11-21.
- Demir, C. ve Yılmaz, M. K. (2010). Stratejik Planlama Süreci ve Örgütler Açısından Önemi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25 (1), 69-88.
- Doğan, M. (2002). İşletme Ekonomisi ve Yönetimi, Anadolu Matbaacılık, İzmir.
- Demiroğlu, D. D. (2018). Fayol Ve Gulick'ten Günümüze Yönetim Fonksiyonlarının Dönüşümü Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Political Administrative and Local Studies*, 1 (2), 75-92.
- Efe M. N. (2009). Türkiye'de Yönetim Fonksiyonları Açısından Özel Güvenlik Hizmetlerinin Örgütlenmesi ve Bir Uygulama. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ekiz, C. ve Somel, A. (2005). Türkiye'de Planlama ve Planlama Anlayışının Değişimi, Mülkiye Cilt: XXXI, 256.

- Eryılmaz, B. (2014). Kamu Yönetimi: Düşünceler- Yapılar- Fonksiyonlar- Politikalar, Umuttepe Yayınları, İstanbul.
- Gökçe, O. Ve Şahin, A. (2003). Yönetimde Rol Kavramı Ve Yönetimsel Roller, *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3 (6), 133 – 156.
- Göksu, T. (2010). Yönetimin Fonksiyonları. Erişim Adresi: <https://www.turgutgoksu.com/FileUpload/ks7441/File/yonetiminfonksiyonlari12.pdf>
- Güçlü, N. (2003). Strateji Yönetim. *G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23 (2), 61-85.
- Gündoğdu, H. G.(2020). Türkiye’de Kamu Yönetiminde Koordinasyon. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gürol, M. Ve Turhan, M. (2004), Yönetim Fonksiyonları Bağlamında Uzaktan Eğitim Yönetimi, *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 4 (2), 83-89.
- Karamustafa, K. ve Çeşmeci, N.(2006), Paket Tur Operasyonunda Turist Rehberlerinin Karşılaştıkları Yönetimsel Sorunlar Üzerine Bir Araştırma. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (1), 70-86.
- Öz, M. (1998). Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde Bilgisayar Kullanımının Yönetim fonksiyonları Üzerine Etkileri, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Özalp, İ., Şahin, M., Berberoğlu G., ve Geylan R. (2004). Yönetim ve Organizasyon, Anadolu Üniversitesi Yayını, No: 1457, Açık Öğretim Fakültesi Yayını, No: 774
- Özer M. A. Ve Önen, S. M. (2016). 200 Soruda Yönetim-Kamu Yönetimi, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Sabuncuoğlu, Z. (2013) İnsan Kaynakları Yönetimi, Beta Yayın, İstanbul. Beta Yayın, İstanbul.

Şengül, R. (2007). Henri Fayol'un Yönetim Düşüncesi Üzerine Notlar, *Yönetim ve Ekonomi*, 14(2), 257-273.

Şimşek, Ş. (2008). Yönetim ve organizasyon, Adım Ofset, Konya.

Tortop, M., İsbir, E. G., Aykaç, B., Yayman, ve Özer, M. Ak. (2007). Yönetim Bilimi, 7. Baskı, Nobel Yayın, Ankara.

Tuan K ve Memiş, M. Ü. (2007). İç Denetimin Yönetim Fonksiyonlarının Yerine Getirilmesindeki Rolü. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 35, 1-14.

Tunçer, P. (2018). Yönetim ve Organizasyon, Ekin Yayınevi, Bursa.

BÖLÜM 7

ENDÜSTRİ 4.0 UYGULAMALARININ ORMAN ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜNDEKİ POTANSİYELİ: FIRSATLAR VE ZORLUKLAR

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Bora KIRKLIKÇI¹

¹ Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Üretimde Kalite Kontrol Programı, Karaman, Türkiye. borakirklikci@kmu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-0401-8182

GİRİŞ

Ekonomi ve toplum, son yıllarda artan dijitalleşmenin etkisiyle önemli değişikliklerle karşı karşıya kalmıştır. Endüstri 4.0 (E 4.0) donanım ve yazılımdaki teknolojik gelişmelere, bu gelişmeyi ileriye götüren veri tutma, işleme ve aktarma performansına ve bunlara bağlı olarak yeni dijital üretim sistemlerinin etkinleştirilmesine dayanmaktadır (Müller ve ark., 2019; Culot ve ark., 2020). Önceki üç devrimden farklı olarak E 4.0 tek bir teknolojiyi değil, teknolojilerin bileşimini temsil etmektedir ve teknolojik dönüşümün yeniliklerinden en üst düzeyde yarar sağlamaya temellenmiştir. Çok uluslu işletmelerin, küçük ve orta ölçekli işletmelere göre E 4.0 için daha yüksek bir potansiyele sahip olduğu, ancak küçük işletmeler için de E 4.0'ın fırsatlar sağlayabileceği belirtilmiştir (Jäger ve Lerch, 2020). Endüstri 4.0 ile birlikte, ilk kez bir sanayi devrimi gerçekleşmeden önce tahmin edilmiş (Müller ve ark., 2019) ve 2011 yılında Almanya'da siyaset, iş dünyası ve akademi temsilcileri tarafından, endüstri ve hizmetler başta olmak üzere toplumda da fiziksel ve dijital dünyanın bir vizyonu olarak şekillenmiştir (Bartodziej, 2017).

Endüstri 4.0, endüstriler ve hizmetler bağlamında, verimliliği, karlılığı, esnekliği, üretkenliği ve müşteri odaklılığı geliştirmeyi amaçlayan artan dijitalleşmenin gelişimi konusundaki gündemi şekillendirmiştir (Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, 2023). Endüstri 4.0 ile geleneksel üretimde rekabet avantajı sağlayan maddi kaynakların yerini entelektüel sermaye almıştır (Ozan Kesbiç, 2020). Yaşanan dijital dönüşüm, işletmelerin düşük değerli bir varlık yapısı ile çok yüksek piyasa değerine ulaşmasını sağlamıştır (Ergün ve Özcan, 2022). Endüstri 4.0 insan-insan ve insan-makine etkileşimlerini barındırmakla birlikte makinelerin kendi aralarında da etkileşim içinde olmasına zemin hazırlayan bir dijital dönüşüm sürecidir (Karamustafa ve ark., 2022). Endüstri 4.0 beş temel özelliğe sahiptir. Bunlardan ilki, üretim ve tüketim süreçlerinde tüm paydaşlar arasındaki iletişim ve etkileşimi içeren işbirliğidir. İkincisi, sanal ve gerçek dünyaları birbirine yaklaştırmayı içeren sanallaştırma. Üçüncüsü, üretim süreçlerindeki aksamaları tespit edebilen ve hızlı uyum sağlayarak tüketici taleplerine cevap verebilen sistemlerin bir kontrol mekanizması olarak kullanıldığı merkezileşmedir. Dördüncüsü, akıllı fabrikaların esnekliğini ve uyarlanabilirliğini ortaya çıkaran modülerliktir. Beşincisi ise üretim süreçlerinde kullanılan malzeme akışının ihtiyaçlar doğrultusunda düzenlenmesini sağlayan, stok ve üretim sürelerini en aza indiren gerçek zamanlı üretimdir (Atik ve Ünlü, 2019).

Endüstri 4.0 teknolojilerinin önemli bir potansiyele sahip olduğu sektörlerden biri de orman ürünleri sektörüdür (Molinario ve Orzes, 2022). Endüstri 4.0'ın etkileyici yükselişi, orman ürünleri sektörünün bu gelişmeden nasıl yararlanabileceği konusunu gündeme getirmiştir. Ancak ormancılık sektöründe yakın zamana kadar E 4.0 farkındalığının ve teriminin kullanımının oldukça sınırlı olduğu bildirilmiştir (Müller ve ark., 2019). Odun tedarik zinciri ile başlayan ve kereste/mobilya/levha/kağıt üretimine kadar devam eden süreç boyunca üretilen büyük miktarda verinin sektörün iyileştirilmesi için kullanılabileceğine işaret edilmiştir (Zhang ve ark., 2020). Benzer şekilde, yeni teknolojilerin orman ürünlerinin tasarımı ve üretimi için siber-fiziksel bir ortam yaratabileceği ve böylece ilgili süreçleri optimize ederek verimliliği artırabileceği vurgulanmıştır (Chang ve Chen, 2017). Ormancılık sektöründe E 4.0'ın ekonomik potansiyelinin, diğer sektörler göre nispeten daha düşük olduğu (%15'lik bir brüt katma değer artışı) belirtilmiş olmakla birlikte, yeni dijital çözümlerin sektör için çok yönlülüğü sağlayabileceği düşünülmüştür (Bauer ve ark., 2014). Türkiye'de orman ürünleri üretimi yapan işletmelerin değerlendirildiği il düzeyindeki bir çalışmada işletmelerin % 42.9'unun E 4.0 için yeterli olduğu görüşünü savunduğu bildirilmiştir (Hatipoğlu ve Tunacan, 2020). Amerika Birleşik Devletleri'ndeki büyük ölçekli ikincil orman ürünleri üreticilerinin yarısından biraz fazlasının, dijitalleşme için stratejik bir vizyona sahip olduğu bildirilmiştir (Buehlmann ve Forth, 2020).

Türkiye'de sınırlı sayıda yayın olmakla birlikte uluslararası çeşitli yayınlarda ormancılık ve orman ürünleri sektörü için E 4.0'ın potansiyeli tartışılmış ve E 4.0'ın gelecekte bu sektörleri değiştirebilecek pratik kullanımına ilişkin uygulama örnekleri verilmiştir. Bu bölümde E 4.0 ile ilgili bilimsel araştırmalar, raporlar ve teknolojik açıklamalardan yararlanarak orman ürünleri sektörü için yeni çözümler geliştirilmesi amaçlanmıştır.

1. ENDÜSTRİ 4.0 KAVRAMLARI VE TEKNOLOJİLERİ

1.1. Endüstri 4.0 Kavramları

Endüstri 4.0 (Dijitalizasyon) ile ilişkili olarak, siber-fiziksel sistemler, nesnelerin interneti ve akıllı fabrikalar olmak üzere üç kavram tanımlanmıştır.

- Siber-fiziksel sistemler (Cyber-Physical Systems-CPS): Endüstri 4.0, fizikselin sanal dünyayla kaynaşmasını anlatmaktadır. Hedef, gerçekliğin mümkün olduğunca ona benzeyen dijital bir görüntüsünü yaratmaktır. Bu hedefin öncülü, “fiziksel verileri toplayan ve fiziksel prosedürleri algılayan” sensörler yardımıyla

makinelerin, nesnelerin ve insanların sanal dünyaya entegre edilmesidir (Kagermann ve ark., 2013). Fiziksel bir ağ siber bir ağ ile birleştirildiğinde ve sürekli etkileşime girdiğinde bir CPS elde edilebilmektedir (Xu ve ark., 2018). Akıllı makineler, depolama sistemleri ve üretim tesisleri, gömülü bir sistem olan CPS ile birbirleriyle bağlantılıdır (Zuehlke, 2010).

- Nesnelerin interneti (Internet of Things-IoT): Nesnelerin interneti, makinelerin ve cihazların birbirleriyle iletişim kurmasına ve etkileşime girmesine izin veren sanal bir ağın oluşturulmasını ifade eder (Hofmann ve Rüsç, 2017). Bu bağlamda nesneler sadece makineler değil, algılama, tanımlama, işleme, iletişim ve ağ yetenekleri ile donatılmış tüm cihazlar ve insanlardır (Lu, 2017). Hizmetlerin interneti ise, üretim teknolojilerinin yanı sıra hizmetlerin de internet aracılığıyla sunulabilmesi olanağı olarak tanımlanabilir. İşlemleri uygulamak ve depolamak için güvenli bir çözüm, insan müdahalesi olmadan çalışan, merkezi olmayan bir ağ sunan, dağıtılmış ve değişmez bir eşler arası veri altyapısı olan blockchain teknolojisi tarafından sunulmaktadır (Ghobakhloo, 2018).
- Akıllı fabrika (Intelligent Fabric-IF): Akıllı fabrika, E 4.0'ın merkezi ve nihai hedefidir. Bu kavram, gerçek zamanlı iletişim ve kendi kendini kontrol eden üretim süreçlerinden oluşan bir fabrikayı tanımlar. Akıllı fabrikanın, IoT aracılığıyla birbirine bağlanan otonom fraktal sistemlerden oluştuğu için daha akıllı, esnek ve dinamik olması amaçlanmaktadır (Kagermann ve ark., 2013). Makineler ve ekipman, kendi kendini optimize etme ve otonom karar verme yoluyla süreçleri iyileştirme yeteneğine sahip olacaktır (Roblek ve ark., 2016). Bauernhansl ve ark. (2014) göre, akıllı fabrika, bugünün ve geleceğin artan karmaşıklığının zorluklarıyla başa çıkmak için temel ön koşuldur. Üretim verimliliği ve esnekliği, üretim süreçlerinde işçileri ikame edebilen veya destekleyebilen otonom robotların kullanımıyla geliştirilebilir. Ayrıca, eğitim, bakım, kontrol ve ürün geliştirme amaçları için faydalı olabilecek bir görselleştirme teknolojisi olan artırılmış gerçeklik ile kısmen veya tamamen sanal ortamlar oluşturulabilir (Ghobakhloo, 2018; Frank ve ark., 2019).

1.2. Endüstri 4.0 Teknolojileri

Çeşitli yayınlarda belirtilen E 4.0 ile ilgili teknolojiler şunlardır:

- Nesnelerin yerleştirilmesi ve tanımlanması: Siber-fiziksel sistemler ağının temeli, ağ içindeki tüm nesnelerin benzersiz bir şekilde tanımlanabilmesi ve fiziksel olduğu kadar dijital olarak da konumlandırılabilmesidir (Deindl, 2013). Barkodlar veya daha gelişmiş radyo frekansı tanımlama (Radio Frequency Identification-RFID) gibi bu amaçla kullanılacak teknolojiler bulunmaktadır. RFID teknolojisi, taşıma sistemleri uygun izleyicilerle donatıldığında değer zinciri içindeki nesnelerin sadece tanımlanmasını değil, aynı zamanda yerleştirilmesini de sağlar. Diğer yerleştirme seçenekleri, fabrikaların içinde kullanılabilen Global Positioning System-GPS, Differential Global Positioning System-DGPS veya Global Navigation Satellite System-GNSS'dir (Bartodziej, 2017).
- Sensör teknolojisi: Sensör teknolojisi, fiziksel ve dijital dünya arasında bir arayüzdür. Akıllı sensörler sadece sinyalleri toplamakla kalmaz, aynı zamanda bunları dijital verilere dönüştürür ve işlerler. Bu teknoloji fiziksel dünyanın mevcut durumu (yalnızca kimlik ve yerleştirme değil) hakkındaki sinyalleri doğrudan faydalı bilgilere dönüştürürler (Bartodziej, 2017).
- Makineden makineye iletişim (Machine to Machine-M2M): Nesneler arasındaki iletişim ve özellikle CPS içindeki ve arasındaki makineler, akıllı fabrikanın ayrılmaz bir parçasıdır. Bağlantı teknolojisi olarak gerçek zamanlı yetenekli kablo ve radyo tabanlı iletişim ağları (Wireless Local Area Network-WLAN arayüzleri veya cep telefonu ağları gibi) kullanılır (Bauer ve ark., 2014; Bartodziej, 2017).
- İnsan-makine etkileşimi: İnsanlar akıllı fabrikanın önemli bir parçası olacağından, onları CPS'ye entegre etmek çok önemli bir konudur. CPS'den gelen bilgileri kullanıcılar ve iş ile ilgili kararlar için bir cihazda belli bir formatta görselleştirmek gerekir (Bartodziej, 2017). Tabletler veya cep telefonları gibi elde taşınan cihazlar bu teknolojinin bir örneğidir, ancak sezgisel çalıştırılabilir arayüzlerin geliştirilmesi E 4.0'ın odak noktasıdır (Bauer ve ark., 2014). Dokunmatik arayüzler, hareket tanıma, ses kontrolü ve sanal ve artırılmış gerçeklik (örn. akıllı gözlükler) gibi teknolojiler E 4.0'ın

beraberinde getirdiği gelişimin bir parçasıdır (McKinsey Digital, 2015).

- Büyük veri ve bulut bilgi işlem: Bir üretim süreci boyunca makinelerin makinelerle veya insanlarla etkileşimi, depolanması gereken çok büyük miktarda sürekli üretilen veriye ve bilgiye yol açacaktır. Bulut bilgi işlem olarak da adlandırılan bulut teknolojisi, verilerin depolandığı, analiz edildiği ve işletme sınırları içinde veya dışında kullanıma sunulduğu dijital entegrasyon platformlarının temelidir (Bartodziej, 2017). Bulut bilgi işlem, büyük verilerin daha ucuz ve daha gelişmiş bir şekilde işlenmesine olanak tanır, genellikle kullanım başına ödeme sistemleri şeklinde çalışır (Aldeen ve ark., 2015).
- Gelişmiş analitik: Gelişmiş analitik, geçmişte son derece zaman alan veya imkânsız olan veri analizini gerçekleştirebilen gelişmiş istatistiksel metodolojiyi tanımlar (McKinsey Digital, 2015). Gelişmiş analitiğin uygulama alanı tahmine dayalı bakım veya kısa vadeli ürün talep tahminleridir (Bartodziej, 2017). Gelişmiş analitik teknolojisi, E 4.0'ın başarısı için çok önemlidir. Çünkü gelecekte akıllı fabrikalarda daha iyi karar almak için "büyük verinin" "değerli veriye" dönüştürülmesi en önemli konu olacaktır (Kaufmann ve Forstner, 2014).
- Yapay zekâ: Yoğun makine-makine iletişimi ile birleştirilen gelişmiş analitik fikri daha da geliştirildiğinde, yapay zekânın farklı biçimleri ortaya çıkar. Yapay zekânın amacı, teknik yapıtların gözlem ve deneyimlerden öğrenmelerini sağlayarak onların otonom karar vermelerine ve eyleme geçmelerine olanak sağlamaktır (Fraunhofer Institute, 2023). Büyük verileri analiz etme ve işleme, deneyim yoluyla otomatik olarak öğrenebilen çok çeşitli makine öğrenimi algoritmalarını içeren yapay zeka tarafından sağlanmaktadır (Moktadir ve ark., 2018). Bu büyük miktardaki verinin depolanması, hesaplanması ve herhangi bir yerden hızlı ve bağımsız bir şekilde erişilmesi bulut bilgi işlem programları tarafından desteklenmektedir (Xu ve ark., 2018).

2. ENDÜSTRİ 4.0'IN ORMAN ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜNDEKİ POTANSİYELİ

Ormancılık ve orman ürünleri endüstrisi sektörleri, kesim sahaları, kesilecek ağaçlar, hasat süreci ve yol kenarı ulaşım hatları dahil olmak üzere

tüm kesme ve ayıklama faaliyetlerinden; tomrukların, biyokütlenin veya ara ürünlerin ormandan endüstriyel tesislere taşınmasını içeren nakliye ve depolama faaliyetlerinden ve arzu edilen son ürüne bağlı olarak işleme ve üretim faaliyetlerinden oluşur (Scholz ve ark., 2018; Zhang ve ark., 2020).

Üretim faaliyetleri ise tomrukların, odun bileşenlerin (örneğin, kereste, levhalar, paneller vb.) ve bitmiş orman ürünlerin (örneğin, mobilyalar, döşeme, çatı kaplama sistemleri vb.) üretimi; kâğıt fabrikalarında kâğıt levha, rulo ve kâğıt hamuru yoluyla ambalaj üretimi; orman kalıntılarının yanı sıra ağaç ve kâğıt üretimi sonucu oluşan kabuk ve yongaların işlenmesi yoluyla biyoürünlerin ortaya çıkması ve son aşama olan satış, dağıtım ve son ürünlerin tüm yaşam döngüleri boyunca bakım faaliyetlerinden oluşur (Molinaro ve Orzes, 2022).

Orman ürünleri sektöründe toplanan tüm veriler, bulut tabanlı çok kullanıcı bir veri depolama ağında saklanabilir. Bu ağ, ağaçların ve hizmetlerin interneti olarak adlandırılabilir ve ağ içinde ürün hakkındaki tüm veriler, sanal orman dâhil dijital üretim faktörleri ve üretim süreçleri tüm paydaşlara katma değerli bilgiler sağlamak için saklanır. Bu yapı, kâğıda yazılı bilgilerden dijital bilgilere kadar veri bozulmalarının azaltılmasını sağlar. Verinin kesintisiz erişilebilir olması, zaman, maliyet ve işlem performansının artmasını, yani hatayı ve yanlış anlaşılmayı engeller (Beimborn ve Joachim, 2011).

Oman ürünleri sektörünün E 4.0 açısından potansiyeli incelendiğinde;

İlk olarak, bu sektör hammadresi açısından oldukça özeldir. Odun hammadde olarak, çelik, alüminyum veya plastikle karşılaştırıldığında daha geniş bir dizi özellik ve morfoloji ile karakterizedir. Her ağaç türünün özel bir uygulama işleme yöntemi vardır (örneğin, kesme veya hamurlaştırma). Aynı tür içinde bile odunun belirli özellikleri ormanların coğrafi konumuna göre değişerek, malzemeyi belirli yöntemler için az ya da çok uygun hale getirmektedir (Teischinger, 2017). Bu nedenle, E 4.0 teknolojileri bir ormanın özelliklerini derinlemesine anlamaktan, ham maddeleri uygun şekilde yönetmeye ve daha iyi ürün sağlamaya kadar tüm süreçleri iyileştirmek için kullanılabilir.

İkinci olarak, son zamanlarda yapılan çalışmalarda, orman ürünleri sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin teknolojik gelişiminin oldukça sınırlı olduğu belirtilmektedir. Landscheidt ve Kans (2019) hala birçok işletmede üretim süreçlerinin manuel faaliyetlerle yürütüldüğünü ve işletmelerin sektördeki otomasyonun sunduğu potansiyellerin tam olarak farkında olmadığını bildirmiştir. Orman ürünleri sektöründe çoğu operasyonun,

işlevsel CPS, Bilgi Teknolojileri ağ altyapısı ve veri yönetimi yeteneklerinden yoksun olduğu belirtilmiştir (Ratnasingham ve ark., 2019).

Üçüncü olarak, 2030 yılı Sürdürülebilir Kalkınma ilkelerinden biri olan doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı için, orman ürünlerinin sürdürülebilir üretimi ve tüketiminde E 4.0 teknolojilerinin geliştirilmesi konusunda yatırımların yapılması önerilmektedir (Molinaro ve Orzes, 2022).

3. ENDÜSTRİ 4.0'IN ORMAN ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜNDEKİ UYGULAMA ÖRNEKLERİ

3.1. Sanal Orman

Sanal orman, tek tek ağaçların, topografya ve toprak koşullarının, mevcut altyapının ve diğer bilgilerin toplamını içeren dijital bir görüntüdür (Rossmann ve ark., 2010). Bu bağlamda dijital orman ve dijital ormancılık terimleri de kullanılmaktadır (Lin ve ark., 2012). Bir ormanın kendine özgü özelliklerinden dolayı, dijital bir görüntüsünü oluşturmak, bir üretim hattının dijital bir görüntüsünü oluşturmaktan çok daha karmaşıktır. Sanal ormanı oluşturmaya yönelik teknolojiler, gelişmiş analitik ve yapay zeka teknikleri, verileri uzaktan algılayarak ormanın özelliklerine çevirerek bu sorunu çözmektedir (Vieira ve ark., 2018). Havadan ve karadan Light Detection and Ranging-LiDAR teknolojisi, sanal bir ormanın geliştirilmesine olanak sağlayan bir teknolojidir. Özellikle ticari ormancılıkta sanal orman modellerine dayalı, kullanımı kolay masaüstü ve çevrimiçi karar destek sistemleri geliştirmek için hizmet ve yazılım çalışmaları bulunduğu bildirilmiştir (Molinaro ve Orzes, 2022).

3.2. Ormanların Korunması

Ormanların korunmasında E 4.0 orman yangını oluşumunu tahmin etme ve/veya dinamik yangın yayılma modelleri sunmada kullanılmaktadır. Yapılan çalışmalarda, yangın oluşumunu tahmin etmek için hava ve çevresel verilerin depolanmasında (Kang ve ark., 2020) ve orman yangını tehlike modellerini ve oluşumunu tahmin etmede yapay zeka algoritmaları uygulanmıştır (Sharma ve ark., 2020). Ayrıca ormanı korumak için alınması gereken bir diğer önlem olan ağaçlara geri dönüşü olmayan zararlar veren, sağlıklarını ve büyümelerini olumsuz yönde etkileyen böcek ve hastalıkların erken teşhisidir. Ağacın içindeki sesleri kaydetmek için sensörlerin kullanıldığı ve bulut bilgi işlem ve IoT teknolojileri aracılığıyla sesin analiz edildiği (Potamitis ve ark., 2019) ve doğal ve plantasyon ormanlarında mantar patojenlerinin neden olduğu bozulmaları haritalamak için havadan görüntüleri

işleyen yapay zeka algoritmaların kullanıldığı çalışma örnekleri bulunmaktadır (Sandino ve ark., 2018). Ormanın yasa dışı kesimden korunmasında da orman akustik seslerinden veya uydu görüntülerinden gelen büyük miktarda veriyi işleyen yapay zeka algoritmalarının kullanılabilceği belirtilmiştir (Shaw ve ark., 2020).

3.3. Ormanın Özelliklerini ve Potansiyelini Anlamak

Ağaçların boyu, ağaç veya kabuk hacmi, biyokütle, karbon miktarı, ağaç yoğunluğu, taban çap alanı gibi fiziksel ve biyofiziksel özelliklerini tahmin etmede hava görüntülerinden toplanan bilgiler ile oluşturulan yapay zeka algoritmaları kullanılmıştır (Bayat ve ark., 2020; Ercanlı, 2020; Silva ve ark., 2020; Sakici ve Günlü, 2018; Che ve ark., 2019; Varvia ve ark., 2018). Ayrıca yapay zeka, ağaçların hayatta kalma ve ölüm tahminlerinde (Reis ve ark., 2018) ve tür sınıflandırmasında da (Franklin ve Ahmed, 2018; Guo ve ark., 2020) çalışılmıştır.

3.4. Hasat Süreci

Orman hasat makinesi operatörlerinin eğitimi ve işe alınmasında sanal gerçekliğin kullanılması yoluyla verimliliğin iyileştirilmesinde (Pagnussat ve ark., 2020); büyük veri ve veri madenciliği teknolojileri kullanılarak süreç tahmin modeli performansının geliştirilmesinde (Rossit ve ark., 2019); ağaçların çapı, türü, vardiya ve operatör gibi değişkenlerin bir orman hasat makinesinin üretkenliğini nasıl etkilediğinin belirlenmesinde (Çalışkan, 2019) yapay zekanın kullanıldığı çalışmalar mevcuttur. Pichler ve ark. (2017), dronlar tarafından toplanan karasal LiDAR verilerini kullanarak hasat edilecek ağaçları işaretlemenin verimliliğini ve maliyetlerini değerlendirmiştir. Ayrıca hasat makinelerinin kendi mevcut durumları hakkında veri toplayabileceği, aynı zamanda makinenin üretkenlik, güvenilirlik, kullanım ve işlem süreleri gibi çalışma performansının izlenebileceği gösterilmiştir (Arlinger ve ark., 2017). Lojistik zincirinin ilk adımı olan kereste envanterinin çıkartılmasında, foto-optik ağaç yığını ölçümü (Opferkuch ve ark., 2017) ve odun yığınının kamyonu yüklendikten sonra dronlar kullanarak ölçümü nakliye ve lojistikte verimliliğin artırılmasında kullanılan E 4.0 uygulamalarıdır (Acuna, 2017). Alam ve ark. (2014), simülasyonlarında, odun kalitesi hakkındaki bilgilerin kesinliği arttıkça bir işletmenin brüt karının %50'ye kadar artırılabilceğini göstermiştir. Bulut teknolojisi, kereste fabrikaları ile kereste tedarikçilerinin eş zamanlı olarak birbirine bağlanmasını sağlayarak, tedarikçilerin değişen pazarlara anında

tepki vermesine ve verimli kereste tedarığı sağlamasına olanak tanyabilmektedir (Kaiser, 2005).

3.5. Optimize Edilmiş Kesme ve Üretim Süreçleri

Kesme ve üretim süreçlerinin optimizasyonu, orman ürünleri sektörünün bir başka önemli ihtiyacıdır. Kesme işlemindeki akustik emisyon verilerini kesme gücü ve dalgalanma ile ilişkilendirmek için yapay zekanın kullanılması (Nasir ve ark., 2019); yapay zeka ile makine güvenliği tekniklerinin endüstriyel kimyasal süreçlerde (Ragab ve ark., 2018) ve otomatik beslemede (Cunha ve ark., 2015) geliştirilmesi ile verimliliğin artırılması hedeflenmiştir. Maliyet ve kalite iyileştirmesinde katmanlı üretim uygulaması örneği sunulmuştur (Saxena ve ark., 2020). Wang ve ark. (2020) üretim planlamasının iyileştirilmesinde, IoT sayesinde geleneksel ve manuel yöntemlerin ötesine geçen panelli inşaat için bir malzeme yönetim sistemi geliştirmişlerdir. Pödör ve ark. (2017) orman ürünler endüstrisinin süreçlerindeki farklı IoT çözümlerine ve bunların enerji maliyetini düşürme hedeflerine dair bir çalışma sunmuştur. Cheta ve ark. (2020), yapay zeka algoritmaları ile sesleri analiz ederek orman ürünleri üretimini izlemek için bir sistem geliştirmiştir. Hämäläinen ve Inkinen (2017) ise büyük veriye dayalı maliyet yönetimi, emisyon ve ekonomi üzerine bir raporlama sistemi önermiştir. Kesim ve üretim süreçlerinde işçilerin eğitimi için sanal ve artırılmış gerçeklik kullanılmıştır (Fleiter ve ark., 2012).

Özellikle mobilya alt sektöründe gelecekte otonom ve işbirlikçi robotların kesme ve üretim süreçlerindeki kullanımları ve kalite ve güvenliği artırma potansiyelleri bulunmaktadır (Ghobakhloo, 2018). Mobilya üretim süreci tekrarlayan el işi ve stresli fiziksel faaliyetlerden oluşmaktadır. Robotların kullanımı, operatörleri fiziksel olarak zorlayıcı pek çok görevden (ör. ahşap panel yükleme ve taşıma, palet çivileme vb.) kurtararak daha ergonomik ve güvenli çalışma ortamları oluşturmaya yardımcı olabilir. Ayrıca robotlar, boyama, cilalama veya düzleştirme gibi faaliyetlerde de işçileri ikame edebilirler (Molinario ve Orzes, 2022).

3.6. Bitmiş Ürün Bakım Yönetimi ve Müşteri Hizmetleri

Bitmiş ürünlerin bakımı ile ilgili konularından biri ürün bozulma tahminidir. Ağaç yapıların sağlık durumları yapay zeka teknikleri kullanarak değerlendirilmektedir. Srikanth ve Arockiasamy (2020), köprülerde kullanılan ağaç yapılarının kalan kullanım ömürlerini tahmin etmek için bazı modelleri test etmiştir. Dackermann ve ark. (2014), ağaç elektrik direklerinin sağlığını belirlemek için sensörler aracılığıyla toplanan ve makine öğrenimi

algoritmalarıyla işlenen akustik dalgaların ağaç yapı boyunca yayılmasından oluşan "kılavuzlu dalga yayılımı" adı verilen invazif olmayan bir yöntem önermiştir.

Müşteri memnuniyetinin geliştirilmesinde, sanal ve artırılmış gerçeklik kullanılmıştır (Bollinger, 2019).

4. ENDÜSTRİ 4.0 İLE İLGİLİ ORMAN ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜNDEKİ ZORLUKLAR

Orman ürünleri sektörü, E 4.0'ın potansiyelini algılayıp gelişmeye başlamıştır. Çeşitli uygulamalar sanal ve fiziksel ortamlarda test edilmiş ve ticari ormancılıkta yavaş yavaş benimsemiştir. LiDAR ve RFID gibi teknolojiler teknik olarak sektörde kullanılabilir özelliktedir. Teknolojinin sektörde bir organizasyonel değişim süreci olarak uygulanması ve benimsenmesi, hem teknik hem de sosyo-ekonomik nitelikte zorluklar doğurabilecektir (Chesbrough, 2010). Özellikle veri standartlarının üretime ve üretim süreçlerinin sonrasına da getirilmesi bu zorluklardan biri olarak bildirilmiştir. Endüstri 4.0 işletmeler arasında daha fazla ara bağlantı hedeflemektedir ve ortak bir dil standardı olmadan bu bağlantı mümkün değildir (Weyer ve ark., 2015). Ormancılık sektöründe, veri alışverişini geliştirmek için ELDAT (Blatter ve ark., 2012), StanForD (Moeller ve ark., 2011), FHPDAT (Blatter ve ark., 2012) gibi farklı veri standartlarının zaten geliştirilmiş olduğu, ancak bu standartlar mevcut olmasına rağmen tedarik zincirindeki verilerin ulusal veya uluslararası düzeyde kolayca erişilebilir olmadığı bildirilmiştir.

Bilgi teknoloji sistemlerinin güvenliği ve verinin korunması, E 4.0'ın bir başka zorluğudur. Bulut teknolojisine güven, büyük ölçüde kullanıcıların verilerin korunması konusundaki güvenine bağlıdır. Bu nedenle yalnızca teknik değil, politik boyuta da sahiptir (Kagermann ve ark., 2013). Yeterli geniş bant internet bağlantısının zorunluluğu (Kagermann ve ark., 2013) ve üretim süreçlerinde E 4.0'ın uygulanmasıyla ortaya çıkan yatırım riskleri ek zorluklar olarak tanımlanmıştır. Birçok E 4.0 uygulaması, iş organizasyonunda ve üretim süreçlerinde önemli değişiklikler gerektirmekte ve işletme yöneticileri, oluşabilecek geçici arızalara veya ürün kalitesi kayıplarına sebep olabilecek bu riskleri almak konusunda tereddüt etmektedir (McKinsey Digital, 2015). Uzun vadeli sermaye taahhüdü ile çalışan orman ürünleri sektörü bu riski alma noktasında diğer sektörlerden daha tereddütlü olabilir. Bu tereddütün üstesinden gelmek için, E 4.0 uygulamalarının katma değerinin ne kadar yüksek olabileceğini gösteren uygulamalı araştırmalara

gereksinim vardır (Andersson ve ark., 2017). Ancak, ormancılık sektörü ve odun arzının çok işlevli karakterlerini ortaya koymak için bu araştırmaların sadece ekonomik değil, ekolojik ve sosyal açıdan da olayı incelemesi ve daha uzun zaman dilimlerinde yapılması gerekmektedir.

Ormancılık sektörüne özgü diğer zorluklardan bir diğeri ise ekipmanın sağlamlığı ve güvenilirliğidir (White ve ark., 2016). Ayrıca dış ortamda sensör kullanımı, hücresel uydular veya standart hücresel ağlar aracılığıyla verilerin kablosuz iletimi (Castonguay ve Gingras, 2014) ve ormanın kendisinin karmaşıklığı E 4.0'ın uygulanmasının belirtilen diğer zorluklarındandır.

Sektörde verilerin mülkiyeti konusu da tüm paydaşlarla tartışılmalı ve ağaçların ve hizmetlerin interneti için de veri özerkliğinin garanti altına alınmasını sağlamak için açık kurallar ve erişim hakları tanımlanmalıdır (Roblek ve ark., 2016). Bu veri odaklı zorlukların yanı sıra, işgücünün değişen çalışma ortamlarına bağlı olarak iş organizasyonu ve iş kayıplarından korkulmaktadır (Kagermann ve ark., 2013). Ancak E 4.0 nedeniyle genel iş kaybından ziyade bir işletmenin bir sektörden diğer sektöre göçünün daha yüksek olması beklenmektedir (Wolter ve ark., 2015). İşgücüne özgü başka bir zorluk da iş gücü yeterliliğidir. Yüksek teknoloji maliyetleri ve vasıflı işçi eksikliği orman ürünleri sektöründe E 4.0'ın daha fazla uygulanmasının önündeki temel engellerdendir (Buehlmann ve Forth, 2020; Kropivšek ve Grošelj, 2020; Ratnasingam ve ark., 2019). Ahşap ve mobilya endüstrisinin üretimi ve yönetimine yönelik E 4.0 teknolojileri ve bunlarla ilgili çalışanların eğitimi, yöneticilerin yeterliliklerinin güncellenmesi ve öğrenim müfredatlarının geliştirilmesi için beceri geliştirmeye yönelik IN4WOOD Projesi uygulanmıştır (Bueno-Delgado ve ark., 2017).

SONUÇ

Bu bölümde E 4.0'a yönelik araştırma ve uygulamalarla orman ürünleri sektöründeki en son eğilimlerin neler olduğu açıklanmaya çalışılmıştır. Orman ürünleri sektörünün E 4.0'a yabancı olmadığı ve günümüzde güncel ve önemli bir konu olduğu görülmüştür. Orman ürünleri sektöründe yapılan çalışmalar incelendiğinde E 4.0 teriminin çok yaygın kullanılmadığı, E 4.0 teknolojilerinin ise daha geniş olarak tartışıldığı belirlenmiştir. Sensör teknolojisi ve özellikle uzaktan algılama, son on yılda orman araştırmalarının önemli bir parçası olmuş; yapay zeka ve gelişmiş analitik sanal orman konseptinden hasat planlama ve organizasyon olmak üzere tüm orman endüstri süreçlerine entegre edilmeye çalışılmıştır.

Ağaçların ve hizmetlerin interneti aracılığıyla verimli bilginin elde edilmesi ve kullanılması orman ürünleri sektörünün geleceğini önemli ölçüde değiştirebilecektir. E 4.0'ın uygulanması ile ilgili sektördeki zorluklar, sistemlerin doğruluğu ve sağlamlığı, veri standartlarının oluşturulması ve güvenilir ağların yanı sıra maliyetlerle ilgili konulardır. Ayrıca E 4.0'ın, işbirlikleri, veri özerkliği ve değişen çalışma ortamları gibi teknik ve sosyo-ekonomik zorluklar açısından da ele alınması gerekmektedir.

Odun hammaddesine özel hususlar dikkate alınmadığında, aşırı atık oluşumu nedeniyle potansiyel faydaların kaybedilebileceği düşünüldüğünde sektörde daha fazla ampirik araştırmaya ihtiyaç bulunmaktadır. Endüstri 4.0 teknolojilerinin belirli çevresel performanslar üzerindeki etkisinin belirlenmesi, yalnızca orman ürünleri işletmelerinin E 4.0 yatırımlarını arttırmaya yardımcı olmakla kalmaz, aynı zamanda sürdürülebilirliğin sağlanmasına da katkıda bulunur. Bu bağlamda nitel ve nicel araştırmaların yapılması gerekmektedir. Özellikle kâğıt endüstrisinde plastik bazlı ürünlerin yerini alacak yenilikçi ve daha çevreci ürünler geliştirmek için yeni teknolojilerin yararlarının ortaya konulacağı niteliksel araştırmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Acuna, M. (2017). Automated volumetric measurement of truckloads through multi-view photogrammetry and 3D image processing software. In: Ackerman, P., Norihiro, J., Ham, H., Brewer, J. (Eds.), Proceedings of the 4th Precision Forestry Symposium. Producing More from Less. Towards optimising value in the bio-economy from data driven decisions, Stellenbosch, South Africa, pp. 19-21.
- Alam, M.B., Shahi, C., & Pulkki, R. (2014). Economic impact of enhanced forest inventory information and merchandizing yards in the forest product industry supply chain. *Socio-Economic Planning Sciences*, 48(3), 189-197.
- Aldeen, Y.A.A.S., Salleh, M., & Razzaque, M.A. (2015). State of the art survey on security issue in cloud computing architectures, approaches and methods. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 75(1), 53-61.
- Andersson, G., Flisberg, P., Rönnqvist, M., Friberg, G., & Willén, E. (2017). BesTWay – Optimized logging trail planning under implementation in Swedish forestry. In: Ackerman, P., Norihiro, J., Ham, H., Brewer, J. (Eds.), Proceedings of the 4th Precision Forestry Symposium. Producing More from Less. Towards optimising value in the bio-economy from data driven decisions, Stellenbosch, South Africa, pp. 101-103.
- Arlinger, J., Moeller, J., & Soederberg, J. (2017). Utilisation of high resolution harvester production data for improved forest operations and management. In: Ackerman, P., Norihiro, J., Ham, H., Brewer, J. (Eds.), Proceedings of the 4th Precision Forestry Symposium. Producing More from Less. Towards optimising value in the bioeconomy from data driven decisions, Stellenbosch, South Africa, pp. 72-75.
- Atik, H., & Ünlü, F. (2019). Endüstri 4.0'a Dönüşüm Süreci: Avrupa Birliği Ülkelerinin Performansı Üzerine Ampirik Bir Analiz. *Marmara Avrupa Araştırmaları Dergisi*, 27(1), 145-168.
- Bartodziej, C.J. (2017). The Concept Industry 4.0. Springer Fachmedien Wiesbaden, Wiesbaden.
- Bauer, W., Schlund, S., Marrenbach, D., & Ganschar, O. (2014). Industrie 4.0–Volkswirtschaftliches Potenzial für Deutschland. Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V;

- FraunhoferInstitut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO, Berlin, Stuttgart.
- Bauernhansl, T., ten Hompel, M., & Vogel-Heuser, B. (Eds.). (2014). *Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik: Anwendung, Technologien, Migration*. Springer Vieweg, Wiesbaden, pp. 639.
- Bayat, M., Bettinger, P., Heidari, S., Henareh Khalyani, A., Jourgholami, M., & Hamidi, S.K. (2020). Estimation of tree heights in an uneven-aged, mixed forest in northern Iran using artificial intelligence and empirical models. *Forests*, 11(3), 324.
- Beimborn, D., & Joachim, N. (2011). The joint impact of service-oriented architectures and business process management on business process quality: an empirical evaluation and comparison. *Information Systems and e-Business Management*, 9, 333-362.
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu. (2023). Toplum 5.0 araştırma raporu. <https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/arastirma-raporlari/toplum-5-0-arastirma-raporu.pdf> (Erişim 01.02. 2023).
- Blattert, C., Lemm, R., Ehrhardt, I., & Seeling, U. (2012). Durch Standards die Interoperabilität von forstlichen Warenwirtschaftssystemen verbessern. *Schweizerische Zeitschrift für Forstwesen*, 163(2), 57-65.
- Bollinger, B. (2019). Visualizing hardwood: Technology is rapidly impacting the way we do business as an industry. For a recent example of this, look no further than a new collection of engaging, virtual reality design tools by Mannington. *Hardwood Floors Magazine*, 14-15.
- Buehlmann, U., & Forth, K.D. (2020). Lack of a plan limits Industry 4.0 development for many companies. *FDMC Magazine*. May, 28-30.
- Bueno-Delgado, M.V., Romero-Gázquez, J.L., Pavón-Mariño, P., Melero-Muñoz, F.J., & Cañavate-Cruzado, G. (2017). IN4WOOD: Developing an online and free training course to adapt the curricula of workers and managers of wood and furniture sector to the skills required by industry 4.0. In *EDULEARN17 Proceedings*, pp. 536-543.
- Castonguay, M., & Gingras, J.F. (2014). FPIinnovations' FPSuite™ Monitoring Tools: an integrated platform to monitor the entire forest supply chain. In: Ackerman, P., Gleasure, E., Ham, H. (Eds.), *Proceedings of the 3rd Precision Forestry Symposium*. The anchor of your value chain, Stellenbosch, South Africa, pp. 62-63.

- Chang, D., & Chen, C.H. (2017). Digital design and manufacturing of wood head golf club in a cyber physical environment. *Industrial Management & Data Systems*, 117(4), 648-671.
- Che, S., Tan, X., Xiang, C., Sun, J., Hu, X., Zhang, X., Duan, X., & Zhang, J. (2019). Stand basal area modelling for Chinese fir plantations using an artificial neural network model, *Journal of Forestry Research*. 30(5), 1641-1649.
- Chesbrough, H. (2010). Business model innovation: opportunities and barriers. *Long range planning*, 43(2-3), 354-363.
- Cheta, M., Marcu, M.V., Iordache, E., & Borz, S.A. (2020). Testing the capability of low-cost tools and artificial intelligence techniques to automatically detect operations done by a small-sized manually driven bandsaw. *Forests*, 11(7), 739.
- Culot, G., Nassimbeni, G., Orzes, G., & Sartor, M. (2020). Behind the definition of Industry 4.0: Analysis and open questions. *International Journal of Production Economics*, 226, 107617.
- Cunha, J., Ferreira, R., & Lau, N. (2015). Computer vision and robotic manipulation for automated feeding of cork drillers. *Materials & Design*, 82, 290-296.
- Çalışkan, E. (2019). Application of artificial neural networks and particle swarm optimization for timber extraction with cable crane. *Applied Ecology and Environmental Research*, 17(2), 2339-2355.
- Dackermann, U., Skinner, B., & Li, J. (2014). Guided wave-based condition assessment of in situ timber utility poles using machine learning algorithms. *Structural Health Monitoring*, 13(4), 374-388.
- Deindl, M. (2013). Gestaltung des Einsatzes von intelligenten Objekten in Produktion und Logistik. Apprimus-Verlag.
- Ercanlı, İ. (2020). Innovative deep learning artificial intelligence applications for predicting relationships between individual tree height and diameter at breast height. *Forest Ecosystems*, 7(1), 1-18.
- Ergün, İ., & Özcan, İ. (2022). Endüstri 4.0 döneminde entelektüel sermaye: Bilişim sektörü üzerine bir araştırma. *Muhasebe Enstitüsü Dergisi*, 66, 79-94.
- Fleiter, T., Fehrenbach, D., Worrell, E., & Eichhammer, W. (2012). Energy efficiency in the German pulp and paper industry—A model-based assessment of saving potentials. *Energy*, 40(1), 84-99.

- Frank, A.G., Dalenogare, L.S., & Ayala, N.F. (2019). Industry 4.0 technologies: Implementation patterns in manufacturing companies. *International Journal of Production Economics*, 210, 15-26.
- Franklin, S.E., & Ahmed, O.S. (2018). Deciduous tree species classification using object-based analysis and machine learning with unmanned aerial vehicle multispectral data. *International Journal of Remote Sensing*, 39(15-16), 5236-5245.
- Fraunhofer Institute for Intelligent Analysis and Information Systems IAIS. Artificial intelligence. <https://www.iais.fraunhofer.de/en/research/artificial-intelligence.html>. Accessed 26 Jan 2023.
- Ghobakhloo, M. (2018). The future of manufacturing industry: a strategic roadmap toward Industry 4.0. *Journal of manufacturing technology management*, 29(6), 910-936.
- Guo, Y., Li, Z., Chen, E., Zhang, X., Zhao, L., Xu, E., & Sun, R. (2020). An end-to-end deep fusion model for mapping forests at tree species levels with high spatial resolution satellite imagery. *Remote Sensing*, 12(20), 3324.
- Hämäläinen, E., & Inkinen, T. (2017). How to generate economic and sustainability reports from Big Data? Qualifications of process industry. *Processes*, 5(4), 64.
- Hatipoğlu, C., & Tunacan, T. (2020). Bilecik Organize Sanayi Bölgesinde Bulunan İşletmelerin Endüstri 4.0 Açısından Durum Değerlendirmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(4), 3689-3701.
- Hofmann, E., & Rüsç, M. (2017). Industry 4.0 and the current status as well as future prospects on logistics. *Computers in industry*, 89, 23-34.
- Jäger, A., & Lerch, C. (2020). Readiness for Industry 4.0, insights in the Upper-Rhine region. Fraunhofer Institute for Systems and Innovation Research ISI. Karlsruhe, Germany.
- Kagermann, H., Helbig, J., Hellinger, A., & Wahlster, W. (2013). Umsetzungsempfehlungen für das Zukunftsprojekt Industrie 4.0: Deutschlands Zukunft als Produktionsstandort sichern; Abschlussbericht des Arbeitskreises Industrie 4.0. Forschungsunion.
- Kaiser, B. (2005). Vom Push zum Pull—Der Perspektivewechsel in der Wertschöpfungskette von Forst-und Holzwirtschaft| From push to pull: a shift in the perspective of the value chain of forestry and wood management. *Schweizerische Zeitschrift für Forstwesen*, 156(8), 269-273.

- Kang, J., Kim, S., Kim, J., Sung, N., & Yoon, Y. (2020). Dynamic offloading model for distributed collaboration in edge computing: a use case on forest fires management. *Applied Sciences*, 10(7), 2334.
- Karamustafa, E.Y., Arsan, B., & Beşoğul, K. (2022). Döngüsel Ekonomi ve Endüstri 4.0'in Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerini Gerçekleştirmeye Etkisi: Sistemik Literatür Taraması. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(2), 294-323.
- Kaufmann, T., & Forstner, L. (2014). Die horizontale Integration der Wertschöpfungskette in der Halbleiterindustrie - Chancen und Herausforderungen. In: Bauernhansl, T., ten Hompel, M., Vogel-Heuser, B. (Eds.), *Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik: Anwendung, Migration*. Springer-Verlag, Wiesbaden, pp. 359-367.
- Kropivšek, J., & Grošelj, P. (2020). Digital development of Slovenian wood industry. *Drvna Industrija*, 71(2), 139-148.
- Landscheidt, S., & Kans, M. (2019). Evaluating factory of the future principles for the wood products industry: Three case studies. *Procedia Manufacturing*, 38, 1394-1401.
- Lin, C., Thomson, G., Hung, S.H., & Lin, Y.D. (2012). A GIS-based protocol for the simulation and evaluation of realistic 3-D thinning scenarios in recreational forest management. *Journal of Environmental Management*, 113, 440-446.
- Lu, Y. (2017). Industry 4.0: A survey on technologies, applications and open research issues. *Journal of Industrial Information Integration*, 6, 1-10.
- McKinsey Digital. (2015). Industry 4.0: How to navigate digitization of the manufacturing sector. <https://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/Business%20Functions/Operations/Our%20Insights/Industry%2040%20How%20to%20navigate%20digitization%20of%20the%20manufacturing%20sector/Industry-40-How-to-navigate-digitization-of-the-manufacturing-sector.ashx>. Accessed 8 February 2023.
- Moeller, J., Arlinger, J., Hannrup, B., Larsson, W., & Barth, A. (2011). Harvester data as a base for management of forest operations and feedback to forest owners. In: Ackerman, P., Ham, H., Gleasure, E. (Eds.), *Innovation in Forest Engineering. Adapting to Structural Change*, White River, South Africa, pp. 31-35.
- Moktadir, M.A., Ali, S.M., Kusi-Sarpong, S., & Shaikh, M.A.A. (2018). Assessing challenges for implementing Industry 4.0: Implications for

- process safety and environmental protection. *Process Safety and Environmental Protection*, 117, 730-741.
- Molinaro, M., & Orzes, G. (2022). From forest to finished products: The contribution of Industry 4.0 technologies to the wood sector. *Computers in Industry*, 138, 103637.
- Müller, F., Jaeger, D., & Hanewinkel, M. (2019). Digitization in wood supply—A review on how Industry 4.0 will change the forest value chain. *Computers and Electronics in Agriculture*, 162, 206-218.
- Nasir, V., Cool, J., & Sassani, F. (2019). Acoustic emission monitoring of sawing process: artificial intelligence approach for optimal sensory feature selection. *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 102, 4179-4197.
- Opferkuch, M., Attinger, M., & Jaeger, D. (2017). Accuracy, efficiency and usability of photo-optical pile measurement systems in the wood supply chain. FORMEC. Innovating the Competitive Edge: From Research to Impact in the Forest Value Chain, Braşov, Romania.
- Ozan Kesbiç, Ö. (2020). Türkiye ekonomisi açısından endüstri 4.0 ve rekabet gücü ilişkisi. *Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 21(47), 186-209.
- Pagnussat, M., Hauge, T., Silva Lopes, E.D., Martins de Almeida, R.M., & Naldony, A. (2020). Bimanual motor skill in recruitment of forest harvest machine operators. *Croatian Journal of Forest Engineering: Journal for Theory and Application of Forestry Engineering*, 41(1), 25-33.
- Pichler, G., Lopez, J.A.P., Picchi, G., Nolan, E., Kastner, M., Stampfer, K., & Kühmaier, M. (2017). Comparison of remote sensing based RFID and standard tree marking for timber harvesting. *Computers and Electronics in Agriculture*, 140, 214-226.
- Potamitis, I., Rigakis, I., Tatlas, N.A., & Potirakis, S. (2019). In-vivo vibroacoustic surveillance of trees in the context of the IoT. *Sensors*, 19(6), 1366.
- Pödör, Z., Gludovátz, A., Bacsórdi, L., Erdei, I., & Janky, F.N. (2017). Industrial IoT techniques and solutions in wood industrial manufactures. *Infocommunications Journal*, 9(4), 24-30.
- Ragab, A., El-Koujok, M., Poulin, B., Amazouz, M., & Yacout, S. (2018). Fault diagnosis in industrial chemical processes using interpretable patterns based on Logical Analysis of Data. *Expert Systems with Applications*, 95, 368-383.

- Ratnasingam, J., Ab Latib, H., Yi, L.Y., Liat, L.C., & Khoo, A. (2019). Extent of automation and the readiness for industry 4.0 among Malaysian furniture manufacturers. *BioResources*, 14(3), 7095-7110.
- Reis, L.P., de Souza, A.L., dos Reis, P.C.M., Mazzei, L., Soares, C.P.B., Torres, C.M.M.E., & Leite, H.G. (2018). Estimation of mortality and survival of individual trees after harvesting wood using artificial neural networks in the amazon rain forest. *Ecological Engineering*, 112, 140-147.
- Roblek, V., Meško, M., & Krapež, A. (2016). A complex view of industry 4.0. *Sage open*, 6(2), 1-11.
- Rossit, D.A., Olivera, A., Céspedes, V.V., & Broz, D. (2019). A Big Data approach to forestry harvesting productivity. *Computers and Electronics in Agriculture*, 161, 29-52.
- Rossmann, J., Schluse, M., & Schlette, C. (2010). The virtual forest: robotics and simulation technology as the basis for new approaches to the biological and the technical production in the forest. *Systemics, Cybernetics And Informatics*, 8(5), 43-48.
- Sakici, O.E., & Günlü, A. (2018). Artificial intelligence applications for predicting some stand attributes using Landsat 8 OLI satellite data: A case study from Turkey. *Applied Ecology Andenvironmental Research*, 16(4), 5269-5285.
- Sandino, J., Pegg, G., Gonzalez, F., & Smith, G. (2018). Aerial mapping of forests affected by pathogens using UAVs, hyperspectral sensors, and artificial intelligence. *Sensors*, 18(4), 944.
- Saxena, P., Bissacco, G., Meinert, K.Æ., Danielak, A.H., Ribó, M.M., & Pedersen, D.B. (2020). Soft tooling process chain for the manufacturing of micro-functional features on molds used for molding of paper bottles. *Journal of Manufacturing Processes*, 54, 129-137.
- Scholz, J., De Meyer, A., Marques, A.S., Pinho, T.M., Boaventura-Cunha, J., Van Orshoven, J., & Nummila, K. (2018). Digital technologies for forest supply chain optimization: existing solutions and future trends. *Environmental Management*, 62(6), 1108-1133.
- Sharma, R., Rani, S., & Memon, I. (2020). A smart approach for fire prediction under uncertain conditions using machine learning. *Multimedia Tools and Applications*, 79(37), 28155-28168.

- Shaw, M., Reitano, T., Haysom, S., & Tinti, P. (2020). Role of technology. States on the Cusp: Overcoming Illicit Trade's Corrosive Effects in Developing Economies. Atlantic Council, pp. 32-37.
- Silva, S., de Oliveira Neto, S.N., Leite, H.G., de Alcântara, A.E. M., de Oliveira Neto, R.R., & de Souza, G.S.A. (2020). Productivity estimate using regression and artificial neural networks in small familiar areas with agrosilvopastoral systems. *Agroforestry Systems*, 94(6), 2081-2097.
- Srikanth, I., & Arockiasamy, M. (2020). Deterioration models for prediction of remaining useful life of timber and concrete bridges: A review. *Journal of Traffic and Transportation Engineering*, 7(2), 152-173.
- Teischinger, A. (2017). From Forest to Wood Production—A selection of challenges and opportunities for innovative hardwood utilization. 6th International Scientific Conference on Hardwood Processing, Lahti, Finland, pp. 25-28.
- Varvia, P., Lähivaara, T., Maltamo, M., Packalen, P., & Seppänen, A. (2018). Gaussian process regression for forest attribute estimation from airborne laser scanning data. *IEEE Transactions on Geoscience and Remote Sensing*, 57(6), 3361-3369.
- Vieira, G.C., de Mendonça, A.R., da Silva, G.F., Zanetti, S.S., da Silva, M.M., & Dos Santos, A.R. (2018). Prognoses of diameter and height of trees of eucalyptus using artificial intelligence. *Science of the Total Environment*, 619, 1473-1481.
- Wang, M., Altaf, M.S., Al-Hussein, M., & Ma, Y. (2020). Framework for an IoT-based shop floor material management system for panelized homebuilding. *International Journal of Construction Management*, 20(2), 130-145.
- Weyer, S., Schmitt, M., Ohmer, M., & Gorecky, D. (2015). Towards Industry 4.0-Standardization as the crucial challenge for highly modular, multi-vendor production systems. *Ifac-Papersonline*, 48(3), 579-584.
- White, J.C., Coops, N.C., Wulder, M.A., Vastaranta, M., Hilker, T., & Tompalski, P. (2016). Remote sensing technologies for enhancing forest inventories: A review. *Canadian Journal of Remote Sensing*, 42(5), 619-641.
- Wolter, M.I., Mönnig, A., Hummel, M., Schneemann, C., Weber, E., Zika, G., Helmrich, R., Maier, T., & Neuber-Pohl, C. (2015). Industrie 4.0 und die Folgen für Arbeitsmarkt und Wirtschaft: Szenario-Rechnungen im

Rahmen der BIBB-IAB-Qualifikations-und Berufsfeldprojektionen.
IAB research report, Nürnberg.

- Xu, L.D., Xu, E.L., & Li, L. (2018). Industry 4.0: state of the art and future trends. *International Journal of Production Research*, 56(8), 2941-2962.
- Zhang, X., Wang, J., Vance, J., Wang, Y., Wu, J., & Hartley, D. (2020). Data analytics for enhancement of forest and biomass supply chain management. *Current Forestry Reports*, 6(2), 129-142.
- Zuehlke, D. (2010). SmartFactory—Towards a factory-of-things. *Annual Reviews in Control*, 34(1), 129-138.

BÖLÜM 8

ESKİ ÖN ASYA'DA BAL MUMU KULLANIMI

Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Nur MORKOÇ¹

¹ Trakya Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü, Edirne, Türkiye,
aysenurmorkoc@trakya.edu.tr, ORCID ID 0000-0001-9931-2159

GİRİŞ

İnsanoğlunun arı ürünlerini hangi tarihlerde kullanmaya başladığı tam olarak bilinmemektedir. Ancak arkeolojik buluntular ve yazılı belgeler arı ürünlerinin kullanıldığına dair bilgiler vermektedir. Bal, bal mumu, arı sütü, arı ekmeği ve propolis gibi başlıca arı ürünleri günümüz dünyasında besinden tedaviye kadar birçok alanda kullanılmaktadır. Eskiçağ insanı tarafından günümüzde kullanılan bu arı ürünlerinin kullanıldığına dair verilerimiz sınırlı olsa da, bal ve bal mumunun tercih edilen ürünler arasında olduğu bilinmektedir.

Bal mumunun insanlar tarafından ne zaman kullanılmaya başlandığı bilinmemektedir. Bristol Üniversitesi'nden Mélanie Roffet-Salque liderliğindeki bir araştırma ekibi bu sorunun cevabına ulaşmak için yürüttükleri proje kapsamında Avrupa, Orta Doğu ve Kuzey Afrika'da 6.400 çanak çömlek parçasını analiz ederek, elde ettikleri bulguları 2015 yılında yayınladı. Gaz kromatografisi/kütle spektrometrisi kullanılarak yapılan analizler bal mumu kullanımının günümüzden en az 9000 yıl öncesine, insanların tarımsal yaşam tarzlarına yöneldiği MÖ 7. bin yıla kadar uzandığını gösterdi. Neolitik Çağ'da insanlar bal mumunu, muhtemelen yakıt olarak, kozmetik amaçlı, çömleklerde su geçirmezliği sağlamak için ve dini törenlerde kullanmaktaydı. Ayrıca araştırma ekibi, bal mumu kullanımına ilişkin en eski kanıtların Türkiye'de olduğunu keşfetti (Roffet-Salque ve Regert 2015).

Çivi yazılı belgelerde Akadca *İskuru* Sumer ve Hititçe GAB.LÀL (CAD I, 251) olarak geçen bal mumunun Eski Çağ'da nasıl toplandığına ve üretildiğine dair bilgilerimiz yeterli değildir. MÖ 1. bin yılda Orta Fırat bölgesinde bulunan Suhu Ülkesi Kralı Şamaş-reša-uşur dönemine ait çivi yazılı belgelerde bal ve bal mumunun nasıl elde edildiğinin bilindiği ifade edilmektedir. Ancak nasıl yapıldığına dair ayrıntılı bilgiler yer almamaktadır.

“Onlar (şimdi) bal ve bal mumu (orada) topluyorlar. Bal ve bal mumunu eriterek (peteklerde nasıl (ayıracağımlı) biliyorum ve (benim) bahçıvanlarım (ayrıca) bumu nasıl yapacaklarını biliyorlar.”
(<http://oracc.museum.upenn.edu/>).

Mısır'da yaklaşık MÖ 300'lü yıllarda yazılmış olan Salt papirüsünde Mısırlıların, Tanrı Ra'nın gözyaşından arının yaratıldığına inandıkları ve bal elde etmek için arıların çiçekler üzerinde dolaşması gerektiğini bildikleri yazılıdır. Papirüste;

“bal mumu böyle oluştu ve bal böyle oldu”

şeklinde ifadeler yer almaktadır (Crane 1999: 602).

Bal mumu işçi arılar tarafından mum salgı bezlerinden salgılanan, kimyasal yapısında farklı oranlarda monoesterler, diesterler, triesterler, hidroksi ve poliesterler, asit ve poliesterler, uzun zincirli hidrokarbonlar ve yağ asitleri bulunan ve salgılandığında beyaz daha sonra polen ve propolisin karışmasıyla birlikte sarı ve kahverengine dönüşen bir maddedir² (Schmidt 1997). Bal mumu, tüm bal arıları tarafından üretilebilir. Ancak bal mumunu üreten arı türlerine göre içeriklerinde fiziksel ve kimyasal değişiklikler bulunmaktadır. Örneğin Asya bal arıları tarafından üretilen bal mumu, Apis mellifera'nın mumundan daha az asidiktir (Bradbear 2009: 106).

Günümüzde bal mumu birçok yöntemle üretilmektedir. Geleneksel yöntemle üretilen bal mumu, petek parçalarının sıcak su içinde eritilerek ince elekten geçirilip başka bir kaba aktarılması ve soğuyarak sertleşen kütlelerin toplanmasıyla elde edilmektedir. Elde edilen bal mumunun renginin açılması güneşte bekletilerek, filtrelenerek ya da asit yardımıyla yapılmaktadır (Erdoğan ve Dodoloğlu 2011: 16). Eski Çağlardan günümüze kadar ulaşan çanak-çömlek yapımı, iplik eğirme, bal, şarap üretimi gibi uygulamaların çoğu neredeyse geleneksel yöntemler olarak adlandırdığımız biçimlerde aynı yöntemler kullanılarak yapılmaktadır. Bal mumu üretimi de eski çağlarda birebir bu yöntemle yapılmasa da buna benzer yöntemlerle yapılıyor olmalıydı.

Bal mumu günlük yaşamda aydınlatmadan yiyeceklerin korunmasına, gıda, tıp, kimya ve arıcılık gibi farklı alanlarda kullanılmaktadır. Günümüzde yapılan çalışmalar bal mumunun antibakteriyel, antifungal özelliklerini göstermektedir. Bu özelliklerinden dolayı tıp ve kozmetikte kullanılmaktadır. Ayrıca iltihap önleyici etkisi de bulunmaktadır (Dumitru vd. 2022: 16). Bal mumunun bu özellikleri Eski Çağ toplumları tarafından bilindiği için Anadolu, Çin, Mezopotamya, Mısır, Roma ve Yunan uygarlıkları tarafından kullanılmıştır.

1. BAL MUMUNUN DÖKÜM KALIPLARINDA KULLANIMI

Anadolu, Mezopotamya, Mısır, Roma ve Yunan gibi Eski Çağ uygarlıklarında amulet, heykel, silah ve takı gibi madenden yapılan objeler için pek çok teknik uygulanmıştır. İlk olarak hangi uygarlıkta uygulanmaya

² Arıların 1 kg bal mumu üretebilmesi için yaklaşık olarak 10 kg bal kullanmaları gerekmektedir (Erdoğan ve Dodoloğlu 2011: 15).

başlandığı tartışmalı olan *kaybolan mum tekniği* bu tekniklerden biridir. Bal mumu, Fransızca “cire perdu”, İngilizce “lost-wax casting” olarak adlandırılan kaybolan mum tekniğiyle hazırlanan objelerin yapımında kullanılan ana bileşendir.

Kaybolan mum tekniği, yapılacak objelerin boyutuna göre içi dolu ve içi boş döküm tekniği olarak iki şekilde uygulanırdı. İçi dolu döküm tekniği ile döküm yapılması için öncelikle üretimi yapılacak objenin bal mumundan modeli hazırlanırdı. Modelin üzeri kil ile kaplandıktan sonra kil üzerine delikler açılarak, sıcak fırına konulurdu. Isının etkisiyle eriyen bal mumu açılan deliklerden dışarı akardı. Bal mumundan boşalan yere eritilen maden akıtılarak donması beklenirdi. Maden donarak sertleştikten sonra kil kırılarak eser çıkartılırdı. Üzerinde kalan fazlalıklar zımpara ile düzeltilerek kullanıma hazır hale getirilirdi (Erginsoy 1978: 27; Morkoç 2017: 96).

İçi boş dolum tekniği ile döküm yapılması için öncelikle kilden bir çekirdek hazırlanır ve üstü bal mumu ile kaplanırdı. Bal mumuna istenilen şekil verilerek kabartma ya da oyma desenler yapılırdı. Şekil verme işleminden sonra bal mumunun üzeri önce ince, daha sonra kalın bir kil tabakası ile kaplanırdı. Dışta bulunan kil kalıba delikler açılarak sıcak fırına yerleştirilirdi. Bal mumu ısıyla birlikte eriyip aktıktan sonra boşalan yerler eritilmiş maden ile doldurulurdu. Maden donduktan sonra kalıp kırılarak eser çıkartılır ve fazlalıklar zımpara ile düzeltilerek eserin pürüzsüz olması sağlanırdı (Erginsoy 1978: 27; Ruder ve Merhav 1991: 339-342; Uyanık 2015: 132 vd.). Yapılan kazı çalışmalarında bu teknikle yapılan çok sayıda eser ortaya çıkartılmıştır. Ancak kalıplar kilden yapıldığı ve kırılarak açıldığı için günümüze kadar ulaşamamıştır.

Güney Asya’da Mehrgarh’ta³ tespit edilen araba tekerleği şeklindeki amulet kayıp mum tekniği ile dökülen en erken örnek olarak kabul edilmektedir. 6000 yıl önce yapıldığı düşünülen bu amulet, içi dolu döküm tekniği ile yapılmıştır. Amuletin yapımı için önce bal mumundan bir araba tekerleği modeli oluşturuldu. Parmaklıklar yapılarak tekerleğin destek noktasında birleştirildi ve daha sonra bal mumundan oluşturulan kalıp, kilden bir kalıba yerleştirildi. Kil kalıp ısıtıldı, bal mumu akıtıldı ve mumdan boşalan yere eritilmiş bakır döküldü. Böylece tek parça halinde bir araba tekerleği formu elde edildi. Yapılan analizlerle bu bakırın saf doğal bakır olduğu tespit edilmiştir (Thoury vd. 2016).

³ Mehrgarh, Pakistan Belucistan’da yer almaktadır.

Anadolu'da Tunç Çağı'nda Hititler ve Demir Çağı'nda Urartular kaybolan mum tekniğini kullanarak eserler üretmiştir. Hititlerin önemli merkezleri Hattuşa (Boğazköy), Şarišša (Kuşaklı), Şappinuva (Ortaköy), Gordion gibi merkezlerde üretilen eserlerin büyük bir bölümü bu teknikle üretilmiş döküm eserlerdir. Metal tabletler, tanrı heykelcikleri, sap delikli baltalar, bıçaklar bu teknikle yapılmıştır (Müller-Karpe 2000: 113; Uyanık 2015: 137). Urartuların önemli merkezleri Ayanis (Rusaşına Eidurukai), Çavuştepe (Sardurihinili), Bastam (Rusai URU.TUR), Karmir-Blur (Teişebaini), Armavir-Blur (Argiştihinili) gibi merkezlerde çok sayıda metal eser tespit edilmiştir. Araba aksamları, at koşum takımları, çingiraklar, çiviler, iğneler, heykeller, kılıçlar, mobilya aksamları, okdanlıklar/sadaklar, ok uçları, takılar bu teknikle üretilmiştir (Morkoç, 2017: 105 vd.).

Mezopotamya'da Sümer, Akad, Asur ve Babil dönemlerinde özellikle kral heykelleri ve tanrı heykelcikleri bu teknikle yapılmıştır. Akadlı Sargon ya da Naram sin'e ait olduğu düşünülen tunç heykel döküm tekniğinin güzel örneklerinden biridir.

Mısır kral mezarlarında, MÖ 3400'lü yıllara tarihlendirilen döküm figürinler bulunmuştur. Ayrıca Yeni Krallık dönemine ait büyük heykellerin parçaları ayrı ayrı döküldükten sonra mekanik yollarla vücuda birleştirildiği belirtilmiştir (Garland ve Bannister 1927: 37 vd.).

2. BAL MUMUNUN SANATTA KULLANIMI

Bal mumunun sanat eserlerinin yapımında kullanımının örnekleri Mısır'da karşımıza çıkmaktadır. Portrelerde resme canlılık ve doku gibi özellikler kazandırmak için bal mumu kullanılmıştır. Bal mumu kullanımının en iyi örnekleri Fayyum Portreleri'nde görülmektedir. Dünyada pek çok müzede sergilenen bu portreler buldukları yer olan Fayyum⁴dan dolayı bu ismi almışlardır. Fayyum portreleri, genellikle çınar, selvi, sedir, narenciye ve ıhlamur gibi ağaçlardan kesilen ve zımparalanarak düz bir zemin elde edilen, yaklaşık 1.5 cm inceliğinde plakalara resmedilirdi. Portreler ankostik/encaustic teknik olarak adlandırılan sıcak bal mumu ile resim yapma tekniği kullanılarak yapılmıştır. Bu teknik boyaların canlı ve katmanlı görünmesi için uygulanan bir tekniktir. Ankostik tekniğinde bal mumu sıcakken içine eklenen ağaç kökü ve çivit gibi doğal maddelerden elde edilen pigmentler ve yağ ile oluşturulan boyar madde spatula ve fırçalar yardımıyla zemine uygulanarak canlı bir görüntü elde edilmektedir. Cesedin portresi,

⁴ Fayyum, Mısır'ın başkenti Kahire'nin 130 km güneybatısında, Fayyum vahasında yer alır. Bu portreler, Mısır'ın Roma egemenliği dönemindeki kültürel etkileşim sonucunda yapılmıştır.

mumyalama işlemi bittikten sonra yüz kısmına yerleştirilmektedir (Berger 2009: 53; Ekici 2013: 32).

3.BAL MUMUNUN TIP, RİTÜEL VE BÜYÜLERDE KULLANIMI

Ön Asya’da bal mumu, hem ruhsal hem de fiziksel hastalıkların tedavisinde tek başına ya da farklı maddelerle birlikte kullanılmıştır. Ayrıca Mısır’da mumyalamada kullanıldığına dair kanıtlar da bulunmaktadır.

Anadolu’da yaklaşık MÖ 1650’li yıllarda güçlü bir devletin temelini atan Hititlerde, hastalıklar fiziksel ve ruhsal olarak algılanmaktaydı. Bu hastalıkları oluşturan faktörlerin ortadan kaldırılması için ilaçla tedavi, ritüel ve büyüyle tedavi yöntemleri uygulanırdı. Bu tedavilerin arındırıcı ve iyileştirici özelliklerinden yararlanılmaktaydı.

Hititlerde büyüyle tedaviler ve ritüellere kişide ve toplumda ortaya çıkan anormallikleri ortadan kaldırmak için başvurulurdu. Bu tedavilerde bitkisel ve hayvansal ürünler, ateş, su, topraktan oluşan çeşitli malzemeler kullanılırdı. Özellikle aile arası ilişkilerde ortaya çıkan sorunları gidermede uygulanan ritüellerde kötü sözleri ortadan kaldırmak için bal mumu, hamur ya da kilden figürinler, diller ve eller yapılırdı ve sonra yok edilirdi (Reyhan 2008: 236 vd.). Bu ritüellerde bal mumu eriyip şekil değiştirme özelliğinden dolayı özellikle tercih ediliyor olmalıydı.

Kizzuwatna’lı Maštikka’ya ait olan ritüel metinlerinde çeşitli konularda yapılan ritüeller anlatılmaktadır. Aile içi kavgalara karşı yaptığı ritüelde bal mumu ve iç yağından diller yaptığı sonra da bu dilleri ateşe atarak yok ettiği görülmektedir.

“.....Sonra, büyücü kadın tuzu, içyağını [], ve de bal mumunu alır, bal mumundan diller yapar [ve onları] iki kurban sahibinin başlarının üzerinde çevirir, tuzu, içyağını ve de siniri onların üzerinde çevirir, sonra onları, onlara uzatır, [ve ona sol elleri]yl[e baskı yaparlar. Büyücü kadın şöyle söyler: “aranızda her ne lanetlenmişse şimdi o lanetli dilleri Güneş Tanrısı sol (tarafa) çevirsin” ve onları ocağa fırlatır.....” (Reyhan 2008: 237).

Hititlere ait olan kayıp tanrı Telipinu mitinde bal mumu arındırıcı olarak kullanılmıştır. Tanrıça Nintu’nun Kayıp tanrı Telipinu’yu bulması için bal arısını görevlendirmesi ve ona yapması gerekenleri anlattığı mitte tanrıça arıya:

“Küçük arı, git ve Telipinu’yu ara, Onu bulduğunda ellerini ve ayaklarını sok, ayaklarının üzerinde sıçrayana dek sok onu! Sonra bal mumundan biraz al ve gözleriyle ayaklarını sar. Onu arındır ve huzuruma getir.” der.

Bunun üzerine arı uzun mesafeler kat ederek, ağaçlar arasında uyuyan tanrı Telipinu’yu bulur ve tanrıçanın söylediklerini yapar. Uyanan Telipinu’nun öfkesini bal ile alıp, bal mumu ile arındırdıktan sonra Hitit ülkesine dönmesini sağlar ve ülkeye tekrar bolluk ve bereket gelir (Reyhan 2009)

Sıkıntıların giderilmesi için uygulanan Hantitaşsu ritüelinde bal mumu, tereyağı ve sedir ağacıyla birlikte tütsü olarak kullanılmıştır.

“Küçük kızılca buğdaydan yapılmış yedi adet kurbanlık kalın ekme (vardır). Bunları (ekmekleri) peksimet içine yerleştirirler. Üstelik Kader Tanrısı Gulşa için küçük kurbanlık kalın ekme (vardır). Ancak bu ekme ayrı ayrı peksimet içinde durur. Topraktan büyük bir ocak, sofranın önüne aşağı yerleştirilir. Ateş onun içine dökülür. Şimdi onun (ocak) içinde bal mumu, tereyağı (ve) sedir ağacını tütsüler.” (Karağuz 2006).

Mezopotamya’da hastalıkların genellikle kötü ruhlarla ilgili ya da fiziksel olarak ortaya çıktığı düşünülmekteydi. Hastalıkların kötü ruhlar sonucu oluşması durumunda āšhipu (büyücü) fiziksel olarak ortaya çıkma durumunda ise asû (şifacı/hekim) tarafından tedavi edilmekteydi. Bazı durumlarda bu iki kişi ortak tedavilerde uygulayabilmekteydi. Mezopotamya’da hastalıkların hastanın işlediği günahlar için ceza olarak algılandığı durumlarda günah çıkarma çeşitli ilaçlarla birlikte kullanılarak ruhsal ve bedensel iyileşme sağlanmaya çalışılmaktaydı. Mezopotamya tıp reçetelerinde bitki, mineral, bira, şarap, bal, bal mumu, süt, yağ gibi maddeler kullanılmaktaydı (Molan 2001; Geller 2010; Morkoç 2022; Alkan 2022).

Ninova’da bulunan Asur tıp metinlerinde göz hastalıklarında ve ağız yaralarında uygulanan tedavilerde bal mumu ile karıştırılarak kullanılan maddeler yer almaktadır. Asur tıp metinleri 33’de hasta gözler için yer alan reçetede; kömürde kızartılan bitkilerin sadeyağ, koyunun böbrek yağı ve bal mumu ile karıştırılarak gözlere sürülmesi tavsiye edilmiştir. Asur tıp metinleri 41-43’de 11 tane maddenin bal mumu ve yağ ile karıştırılarak gözlere sürüldüğünde iyileşeceği anlatılmaktadır (Geller ve Panayotov 2020: 64, 164). Gece körlüğü için *Lolium*, *asa foedita*, köknar terebentin, hardal gibi maddelerin kaynatıldıktan sonra beyaz balın mumuyla karıştırılarak göze uygulanması önerilmektedir. Ağız yaraları ve dudak çatlakları için önerilen

tedavilerde bal mumu koç böbreğinin iç yağıyla karıştırılarak bağlanması tavsiye edilmiştir (Thompson 1923: 17, 74).

Mısırlılar için hastalık ve sağlık, kişinin evrenle olan ilişkisinin sonucunda oluşmaktaydı. Hastalıklar *swnw* (doktor) tarafından tedavi edilmekteydi. Mısır tıbbı ile ilgili önemli bilgiler veren papirüslerde hastalıkların teşhis ve tedavileri ayrıntılı olarak yer almaktadır. Bu papirüslerde, özellikle Ebers papirüsünde, hastalıkların tedavisinde bal mumunun kullanımı ile ilgili reçeteler bulunmaktadır. İshali durdurmak için yeşil soğan, yulaf ya da un lapası, bal mumu, yağ ve bal, su ile pişirilir ve 4 gün boyunca yenilirdi. Ağrıyan ayak parmaklarının tedavisi için, sedir ağacı yağı, zeytinyağı, akantus, haşhaş, mür, gibi bitki ve yağlardan oluşan karışım bal mumu ve su ile lapa yapılarak 4 gün boyunca hasta bölgeye uygulanırdı. Yarayı kurutmak için uygulanan bir reçetede hamur, bal mumu, yaban arısı dışkısı, tuz karıştırılarak yaranın üzerine konulması söylenmektedir. Pterjium, katarakt gibi göz hastalıklarının tedavisinde bal mumundan yapılan merhemler kullanılmıştır. Yine ciltteki kırıksıklıkları gidermek için zeytinyağı taze süt ve bal mumu karışımı merhem olarak cilde uygulanmıştır (Bryan 1930: 48, 63, 75, 100, 158).

Bal mumu Mısırlılar tarafından büyülerde, insani ya da insanüstü bir gücü yok etmeyi amaçlayan uygulamalarda kullanılmıştır. Bu büyülerde düşman olarak görülen şeyin bal mumundan modeli yapılır ve büyü sözleri ile birlikte kırılarak ya da eritilerek düşman etkisiz hale getirilirdi (Raven 1983).

Mumyalama denilince akla gelen ilk uygarlık olan Mısır'da 6000 yıl öncesinde, erken dönemden Roma dönemine kadar, mumyalama işlemlerinde bal mumunun kullanıldığına dair kanıtlar bulunmaktadır. Mısır mumyalarının analizinde bal mumu ile birlikte reçine, bitkisel yağ ve bitümen tespit edilmiştir. Bu maddelerin yanında farklı maddeler de mumyalamada dokuların korunması için kullanılmaktaydı. Mısırlılar keten bezleri bal mumuna batırarak ölülerini mumyalıyorlar böylelikle mumyaların daha korunaklı olmalarını sağlıyorlardı (Raven 1983). Bal mumu mumyalamada kulak, göz, burun ve ağızı kaplama amaçlı kullanılmıştır. Deir el Bahari'de 11. Hanedan dönemine ait bir kadın mumyasında yapılan analizlerde sırtında ve uyluklarında bal mumu tespit edildiği bildirilmiştir (Lucas 1959: 348).

4.BAL MUMUNUN YAZI MALZEMESİ OLARAK KULLANIMI

Yazı bilindiği gibi yaklaşık MÖ 3200'lü yıllarda Sümerler tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Yazının gelişimiyle birlikte çivi yazısı olarak adlandırılan bu hece yazısının yazımı için ağaç, taş, kil, maden, keten, hayvan kemikleri papyrüs, stylus ve kuş tüyü gibi yazı araç-gereçleri kullanılmıştır. Bu araç-gereçlerden birisi de konumuz olan bal mumunun kullanıldığı ahşap yazı tahtalarıdır. Mezopotamya'da MÖ 2. bin yılın başlarında kullanılmaya başladığı düşünülen bal mumu kaplı ahşap yazı tahtaları, çivi yazılı belgelerde Akadça GIŞ *le'u*, Hititçe GIŞ.HUR şeklinde geçmektedir (CAD L, 153; Symington 1991: 102). Çivi yazısı ve hiyeroglif yazılarının yazılması için kullanılan bu tahtalara yazı, yivli stylus denilen kalemlerle yazılmaktaydı (Cammarosano 2014: 53; Panayotov 2018: 116).

Bal mumu yazı tahtaları üzerine yazı yazmak için kullanılan aletler maden, kemik, tahta ve fildişi gibi malzemelerden yapılmaktaydı. Bu nedenle maden dışında organik maddelerden yapılan aletler günümüze kadar ulaşmamıştır. Bu yazı aletleri bal mumu üzerinde yazımı kolaylaştırmak için bir ucu sivri olarak yapılmışlardır. Yazıyı silme işlemi için diğer uçları üçgen şeklindedir. (Payton 1991). Yazı tahtalarında bal mumu ile kaplı yüzey, mumun esnekliğinden dolayı kolayca yazılıp silinebilme özelliğine sahiptir. Ayrıca elde tutularak ayakta yazılabilmesi de kullanımını kolaylaştırmaktadır. Bu özelliklerinden dolayı bal mumu yazı tahtaları yazı malzemesi olarak, farklı kültürlerde yüzlerce yıl kullanılmıştır. Ancak metinlerin kolayca silinip değiştirilme özelliğinden dolayı özel zarflara konulup mühürlenerek içindeki bilgilerin değiştirilememesi ve güvenilirliği sağlanmak zorundaydı.

Öğrenci alıştırmaları, hesap işleri, mahkeme kayıtları, idari işler, tapınak kayıtları gibi metinler bu levhalara yazılmıştır. Özellikle Yeni Babil ve Yeni Asur dönemlerinde yazı tahtaları hem özel arşivlerde hem de kraliyet arşivleri ve kütüphanelerinde kullanılmıştır. Ninova kazılarında bulunan tıp metinleri kil tabletlerin yanı sıra bal mumu yazı tahtalarına yazılı olarak da ele geçmiştir (Panayotov 2018: 113).

Yazı tahtalarının şekilleriyle ilgili bilgiler Yeni Babil ve Yeni Asur kaynaklarından öğrenilmektedir. Bu kaynaklara göre ahşap malzeme için şimşir, servi, ılgın ve ceviz gibi ağaçlar kullanılırdı. Ayrıca lapis lazuli ve fildişi levhalar da yazı tahtası olarak kullanılmıştır (Wiseman 1955: 9). Yazı tahtaları bir, iki ya da daha fazla levhanın birbirine perçinlenmesi ya da ip ve deri şeritlerle bağlanmasıyla yapılırdı (Yıldız 1993:). Bal mumu ya tek olarak ya da toprak, reçine ve mineraller karıştırılarak levhaların yüzeyine

uygulanırdı. Çivi yazılı belgelerde, bal mumunun 10/1 oranında toprakla karıştırılarak, ahşap yazı tabletlerinin doldurulduğu anlatılmaktadır (Symington 1991: 104).

1986 yılında Antalya ili Kaş ilçesi açıklarında bulunan Uluburun yakınlarındaki gemi batığında tespit edilen yazı tahtası takımı en eski örnek olarak bilinmektedir. MÖ 1800 yıllarına tarihlendirilen batıkta bulunan yazı tahtası takımında bal mumuna dair izler tespit edilememiştir. Uluburun batığında bal mumu tahtaya yazı yazmak için kullanılan aletler tespit edilememiştir. Ancak yazı araç ve gereçlerinin birebir benzerleri Anadolu ve Mezopotamya kazılarında tespit edilmiştir (Payton 1991). Ayrıca Anadolu ve Mezopotamya heykel ve kabartmalarında bu yazı malzemeleri kabartma olarak tasvir edilmiştir. MÖ 2275-2260 tarihleri arasında hüküm süren kral Gudea'ya ait olan diorit taşından yapılan heykelde tablet ve stylus ayrıntılı olarak görülmektedir.

Nimrut kazılarında tespit edilen ve MÖ 8. yüzyıla tarihlendirilen yazı tahtaları ise üzerinde bal mumu izi bulunan en eski örneklerdir ve ceviz ağacından yapılmıştır. Nimrud'da bulunan yazı tahtalarının analizi sonucunda bal mumuna eklenerek kullanılan mineral tozunun orpiment (sarı renkli arsenik sülfid) olduğu tespit edilmiştir (Wiseman 1955: 3).

Hititler Anadolu'nun tarihi çağlarına ait önemli yazılı belgeler bırakan devletlerden ilkidir. Bu yazılı belgeleri kil ve ahşap tabletlere kaydettikleri bilinmektedir. Öyle ki kil tabletlerden ^{LU}DUB.SAR.GİŞ *ahşap tablet kâtipleri* olarak bahsedilen bir kâtip grubunun olduğu anlaşılmaktadır. Bu yazı tahtaları günümüze kadar ulaşmasa da çivi yazılı belgelerde bu yazı tahtalarına atıflar yapılmaktadır. Aynı zamanda bu tabletler ve styluslar kabartmalarda da yer almaktadır. Hititler ahşap tabletleri, tapınak envanterleri, antlaşma metinleri, muhasebe kayıtları gibi idari, dini, ekonomik belgelerin kayıtlarını tutmak için kullanmıştır (Waal 2011: 22; Bryce 2022: 20).

5. BAL MUMUNUN YAPIŞTIRICI OLARAK KULLANIMI

Eski Mısır'da bal mumunun yapıştırıcı olarak kullanılması ile ilgili bilgiler mevcuttur. Tutankhamun'un mezarında işlenmiş kaymaktaşı vazoları kapaklarına yapıştırmak ve kaymaktaşı vazoların kaidelerine sabitlenmesi için yapıştırıcı olarak kullanıldığı bildirilmiştir. Ayrıca bal mumu perukları kıvrırmak ve sabitlemek için de kullanılmıştır (Lucas 1959: 7).

SONUÇ

Arı ürünlerinin ilk defa hangi uygarlıkta kullanıldığına dair net veriler bulunmamaktadır. Yapılan araştırmalarda en çok kullanıldığı tespit edilen arı ürünleri bal ve bal mumudur. Bal üretiminin en erken izleri Mezopotamya ve Anadolu'da görülürken, bal mumunun en erken verileri Neolitik Çağ Anadolu'sunda tespit edilmiştir. Çivi yazılı belgeler ve arkeolojik buluntular bal mumunun eskiçağ toplumları tarafından birçok alanda kullanıldığını göstermektedir.

Bal mumu, Anadolu, Mezopotamya ve Mısır toplumları tarafından tanrı ve insan heykelleri ve silah üretiminde kaybolan mum döküm tekniğinde kullanılmıştır. Tıp uygulamalarında bal mumu hem ilaçlarda iyileştirici olarak hem de büyü ile tedavilerde uygulanan ritüellerde arındırıcı olarak kullanılmıştır. Aynı zamanda kötülük yaptığına inanılan düşman ya da nesnenin şekli verildikten sonra büyü sözler eşliğinde eritilerek ya da kırılarak düşmanın etkisi yok edilmek istenmiştir. Yazı malzemesi olarak ahşap, fildişi levhaların yüzeylerini kaplamak için kullanılmıştır. Mısır'da yapılan sanat eserlerinde resme canlılık kazandırmak için pigmentlere eklenmiştir.

Eski Çağ'dan günümüze kadar, bal ve bal mumu gibi arı ürünleri, özellikle beslenme alanında yoğun olarak kullanılmıştır. Son yıllarda, Uzakdoğu ülkelerinde arı zehri tedavisi olarak bilinen, apiterapi ile yapılan tedavilerin dünyada yaygınlaşması, arıcılık ve arı ürünlerine olan ilgiyi artırmıştır. Arı ürünlerine ilginin artmasıyla birlikte bal ve bal mumu başta olmak üzere bu ürünler arıcılık, tıp, eczacılık, mobilyacılık ve aydınlatma gibi alanlarda kullanılmaktadır.

KAYNAKÇA

- Alkan, Ö. (2022). *Eski Çağ Ön Asya'sında Şarap ve Biranın Tıp Alanında Kullanılması*, (Ed. İ. Kalaycı G. Kalmış- C. Aydeğer) Tarih Kültür ve Medeniyetten İzler. Konya: Kitap Dünyası Yayınları, ss. 1-18.
- Berger, J. (2009). *The Shape of a Pocket*. NY: Knopf Doubleday Publishing Group.
- Bradbear, N. (2009). *Bees and Their Role in Forest Livelihoods A Guide To The Services Provided by Bees and The Sustainable Harvesting, Processing and Marketing of Their Products*. Rome: Food And Agriculture Organization Of The United Nations.
- Bryce, T. (2022). *Hititler Anadolu Savaşçıları*. İstanbul: Kronik.
- CAD. The Assyrian Dictionary of the Oriental Institute of the University of Chicago (CAD).
- Crane, E. (1999). *The World History of Beekeeping and Honey Hunting*. NY: Routledge.
- Dumitru, C.D. - Neacsu, I. A. Et al. (2022). Bee-Derived Products: Chemical Composition and Applications in Skin Tissue Engineering, *Pharmaceutics*, 14, 750, pp. 1-29.
- Erdoğan, Y. - Dodoloğlu, A. (2011). Bal Mumu Üretilmesi ve Değerlendirilmesi. *Arıcılık Araştırma Dergisi*, 5, ss. 15-17.
- Erginsoy, U. (1978). *İslam Maden Sanatının Gelişmesi: Başlangıcından Anadolu Selçuklularının Sonuna Kadar*. İstanbul: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Garland, H. - Bannister, C.O. (1927). *Ancient Egyptian Metallurgy*. London: Charles Griffiths & Co Ltd.
- Geller M. (2010). *Ancient Babylonian Medicine*. UK: Wiley-Blackwell.
- Geller, M. - Panayatov, S. (2020). *Mesopotamian Eye Disease Texts*. Berlin/Boston: Walter de Gruyter GmbH.
- Karauğuz, G. (2006). *Hitit Döneminde Anadolu'da Ekmek*. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Korkmaz Ekici, D. F. (2013). Fayyum Portreleri. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3/1 ss. 27-36.
- Lucas, A. (1959). *Ancient Egyptian Materials & Industries*. London: Edward Arnold Ltd.
- Molan P.C. (2001). Honey as a Topical Antibacterial Agent for Treatment of Infected Wounds. Erişim:

- <http://www.worldwidewounds.com/2001/november/Molan/honey-as-topical-agent>.
- Moorey, P. R. S. (1985). *Materials and Manufacture in Ancient Mesopotamia: the evidence of Archeology and Art: Metals and Glazed Materials and Glass*. Oxford: B.A.R 237.
- Morkoç, A. N. (2017). *Urartu Devleti'nde Zanaatkârlar ve Zanaatkârlık*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü.
- Morkoç, A. N. (2022). Eski Ön Asya Tıbbında Bal. *Mersin Üniversitesi Tıp Fakültesi Lokman Hekim Tıp Tarihi ve Folklorik Tıp Dergisi*, 12 (3) , ss. 450-455.
- Müller Karpe, A. (2000). "Zur Metallverarbeitung bei den Hethitern". Ü. Yalçın (ed.). *Anatolian Metal I*. 113-124. Bochum.
- Panayotov, S. V. (2018). Notes on the Assur Medical Catalogue with Comparison to the Nineveh Medical Encyclopaedia. (Ed. Ulrike Steinert). *Die babylonisch-assyrische Medizin in Texten und Untersuchungen*, pp, 89-121.
- Payton, R. (1991). The Ulu Burun Writing-Board Set. *Anatolian Studies*, 41, pp. 99-106.
- Raven, M. J. (1983). Wax in Egyptian Magic and Symbolism. *OMRO*, 64, pp. 7-47.
- Reyhan, E. (2008). Eski Anadolu Kültüründe Büyü ve Büyücülük. *Gazi Akademik Bakış*, 2/3, ss. 227-242.
- Reyhan, E. (2009). The Missing God Telipinu Myth: A Chapter from the Ancient Anatolian Mythology. *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 45, ss. 85-106.
- Roffet-Salque, M. - Regert, M. et al. (2015). Widespread Exploitation of the Honeybee by Early Neolithic Farmers. *Nature* 527, pp. 226–231.
- Ruder, A. - R. Merhav. (1991). Technologies of Production of Metal Artifacts in The Urartu Cultur. R. Merhav (Ed.), *Urartu A Metalworking Center in The First Millennium B.C.E.* (pp. 334–363) Jerusalem: Israel Museum.
- Schmidt, J. O. (1997). Chemical Composition and Application: Bee Products: Properties. (Ed. A. Mizrahi- Y. Lensky). *Applications, and Apitherapy, Springer Science & Business Media*, pp, 15-27.
- Symington, D. (1991). Late Bronze Age Writing-Boards and Their Uses: Textual Evidence from Anatolia and Syria. *Anatolian Studies*, 41, pp. 111-123.

- Thompson, R C. (1923). *Assyrian Medical Texts from the Originals in the British Museum*. London: Milford.
- Thoury, M - Mille, B. et. al. (2016). High Spatial Dynamics-Photoluminescence İmaging Reveals the Metallurgy of The Earliest Lost-Wax Cast Object. *Nature Communications*, pp. 1-8.
- Uyanık, H. (2015). *Hititlerde Zanaatkârlar ve Zanaatkârlık*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Waal, W. (2011). They wrote on wood. The Case for a Hieroglyphic Scribal Tradition on Wooden Writing Boards in Hittite Anatolia. *Anatolian Studies*, 61, pp. 21-34.
- Wiseman, D. J. (1955). Assyrian Writing-Boards. *IRAQ*, 17/1, pp. 3-13.
- Yıldız, N. (1993). *Eski Çağda Deri Kullanımı ve Teknolojisi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Yayınları.

BÖLÜM 9

AR-GE HARCAMALARININ EKOLOJİK AYAK İZİNE ETKİSİ: G7 ÜLKELERİ ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Dr., Esra CEBECİ MAZLUM¹

¹Selçuk Üniversitesi Silifke-Taşucu Meslek Yüksekokulu, Orcid Id: 0000-0001-5563-0681, dresracebeci@gmail.com

GİRİŞ

Ekolojik ayak izi kavramının 1996 yılında Mathis Wackernagel ve William Rees tarafından geliştirildiği görülmektedir. Ekolojik ayak izi, yenilenebilir doğal kaynakların tüketimini destekleyen ve belirli bir nüfusun atık ürünlerinin karbondioksit asimilasyonunu gerektiren, biyolojik olarak verimli arazi miktarını belirlediği bilinmektedir (Jorgenson vd., 2005: 242-245). Ekolojik ayak izi, doğaya olan bağlılığı ölçmektedir. Ekolojik ayak izi metodu küresel, bölgesel, yerel ve kişisel arz ve talebe dayalı doğal kaynak muhasebesi için bir sistem yaklaşımını oluşturmaktadır (Wackernagel vd., 1997).

Ekolojik ayak izi kavramı, dünya üzerindeki insan etkisini net bir şekilde ifade etmektedir. Ekolojik ayak izi, gerçekliğe birçok modelden daha çok yaklaşan ekolojik ekonomiye dayalı biyofiziksel bir çabayı göstermektedir. Ekolojik ayak izi kavramı net ve açık bir mesaj iletmektedir. Çünkü, mesajın niteliği politika yapıcılar ve halk için önemli bir göstergedir. Ekolojik ayak izinin hesaplanması basittir, verilerin pek çoğu mekânsal ölçeklerde elde edilebilir. Bunların yanında, ekolojik ayak izine ilişkin limitler de bulunmaktadır. Statik bir analiz olması, teknolojik değişimi görmezden gelmesi, yeraltı kaynakları yok sayması vb. unsurlar ekolojik ayak izine ilişkin limitleri oluşturmaktadır (Moffat, 2000: 359).

Ekolojik ayak izinin hesaplanmasında iki temel dayanak söz konusudur. Bunlardan ilki, tüketilen kaynakların ve üretilen atıkların izlenebilmesi; ikincisi gereksinimlerin üretimi ve atıkların ortadan kaldırılması için gerekli olan biyolojik üretken alanın ölçülebilmesidir. Bunların neticesinde elde edilen ekolojik ayak izleri, bireylerin üretim ve tüketim doğrultusunda ne kadar biyolojik üretken alan kullandığını göstermektedir (Akıllı, 2008: 6).

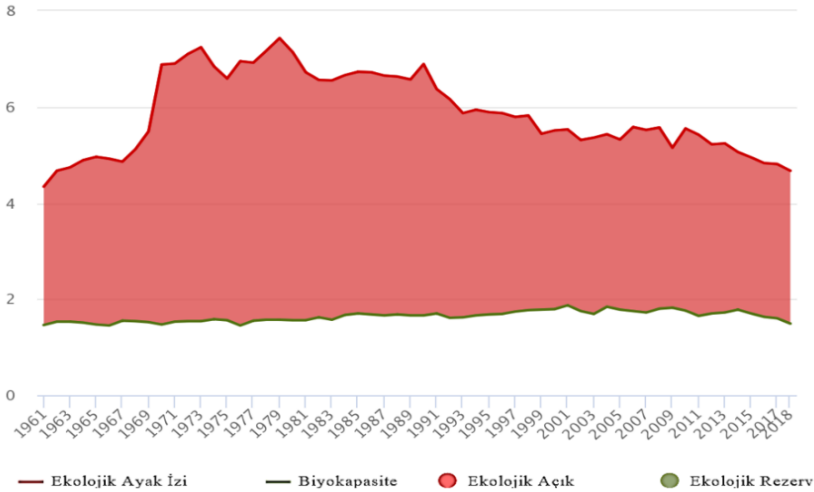
İnovasyon faktörü, araştırma ve yenilik faaliyetlerindeki verimliliği arttıran, yenilenemeyen kaynakların daha verimli kullanılması için ileri teknoloji yatırımları arttırmaya odaklanarak ekonomik kalkınmanın sürdürülmesine ve ekolojik ayak izinin azaltılmasına yardımcı olabilmektedir (Ghita vd., 2018: 21). Çevre tahribatının azaltılmasına yönelik uygulamaların, teknoloji geliştiren ve yenilenebilir enerji uygulamaları için olanak sağlayan ar-ge faaliyetlerinin ekolojik ayak izini azaltabileceği tahmin edilmektedir.

Bahsedilen hususlar kapsamında çalışmanın temel amacı G7 ülkelerinde ar-ge harcamalarının ekolojik ayak izine etkisinin araştırılmasıdır. Literatürde ar-ge harcamalarının ekolojik ayak izine ilişkin sınırlı çalışma bulunmaktadır. Çalışmanın bu yönüyle literatüre katkıda bulunması

beklenmektedir. Çalışmanın bundan sonraki planlaması şu şekildedir: İkinci bölümde G7 ülkelerinde ar-ge harcamaları ve ekolojik ayak izi yer almaktadır. Üçüncü bölümde konuya ilişkin uygulamalı literatüre yer verilmektedir. Dördüncü bölümde ekonometrik yöntem ve analiz bulguları bulunmaktadır. Son bölümde ise sonuçlar ve öneriler yer almaktadır.

G7 ÜLKELERİNDE EKOLOJİK AYAK İZİ VE AR-GE HARCAMALARI

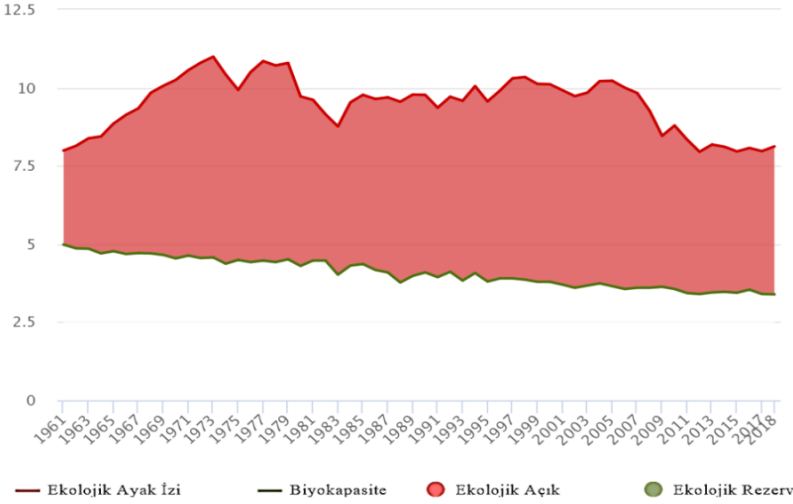
G7 ülkeleri (Almanya, ABD, İngiltere, Fransa, İtalya, Japonya, Kanada) için ekolojik ayak izi ve biyokapasite büyüklükleri Global Footprint Network verileri ile incelenmiştir. Şekil 1’de Almanya’da 1961-2018 dönemi için ekolojik ayak izinin seyri yer almaktadır. Buna göre; 1961 yılında ekolojik ayak izi kişi başına global hektar (gha) olarak 4.34 büyüklüğünde tespit edilmiş olup, 2018 yılında 4.67 gha düzeyinde gerçekleşmiştir. Ayrıca, 1961 yılında biyokapasite büyüklüğü incelendiğinde; kişi başına 1.46 gha olarak ölçülürken, 2018 yılında kişi başına 1.49 büyüklüğünde ölçülmüştür. Dolayısıyla, Almanya’da 1961-2018 döneminde biyokapasitenin ekolojik ayak izinden az olduğu gözlemlenmiş olup, bahsedilen tarih aralığında ekolojik açıktan bahsedilebilmektedir.



Şekil 1. Almanya Ekolojik Ayak İzi (Global Footprint Network)

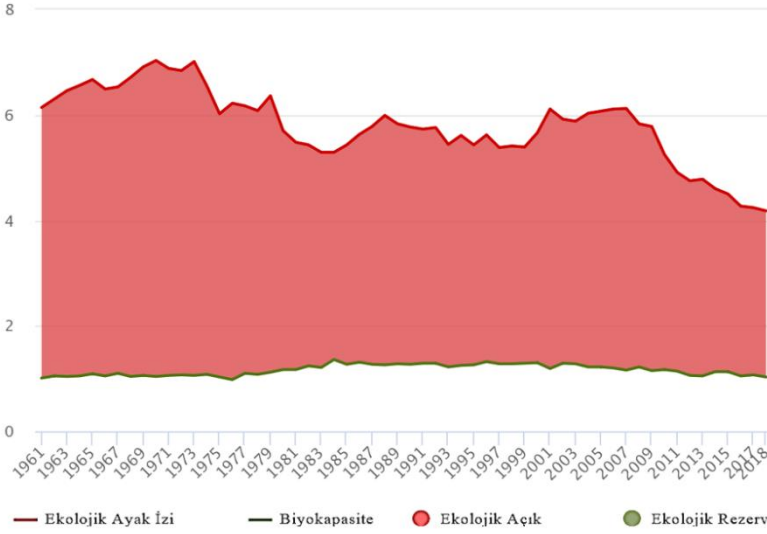
Şekil 2’de ABD’de 1961-2018 dönemi için ekolojik ayak izinin seyri yer almaktadır. Buna göre; 1961 yılında ekolojik ayak izi kişi başına global hektar (gha) olarak 7.99 büyüklüğünde tespit edilmiş olup, 2018

yılında 8.12 gha düzeyinde gerçekleşmiştir. Ayrıca, 1961 yılında biyokapasite büyüklüğü incelendiğinde; kişi başına 4.98 gha olarak ölçülürken, 2018 yılında kişi başına 3.39 büyüklüğünde ölçülmüştür. Dolayısıyla, ABD’de 1961-2018 döneminde ekolojik açıktan bahsedilebilmektedir.



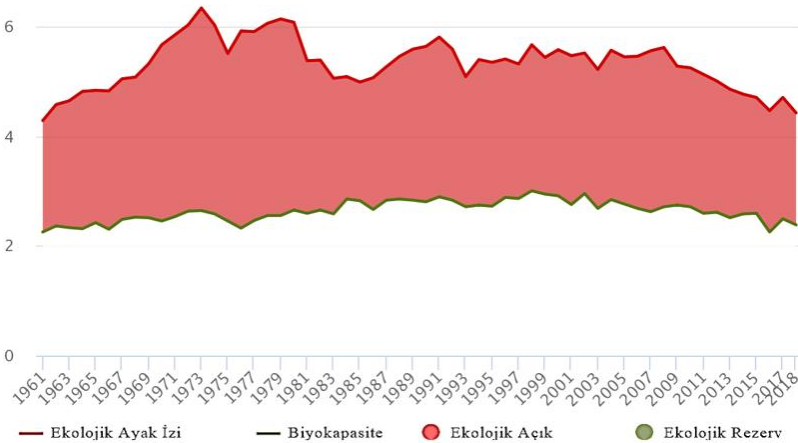
Şekil 2. ABD Ekolojik Ayak İzi (Global Footprint Network)

Şekil 3'te İngiltere'de 1961-2018 dönemi için ekolojik ayak izinin seyri yer almaktadır. Buna göre; 1961 yılında ekolojik ayak izi kişi başına global hektar (gha) olarak 6.14 büyüklüğünde tespit edilmiş olup, 2018 yılında 4.18 gha düzeyinde gerçekleşmiştir. Ayrıca, 1961 yılında biyokapasite büyüklüğü incelendiğinde; kişi başına 1.01 gha olarak ölçülürken, 2018 yılında kişi başına 1.03 büyüklüğünde ölçülmüştür. Dolayısıyla, İngiltere'de 1961-2018 döneminde ekolojik açıktan bahsedilebilmektedir.



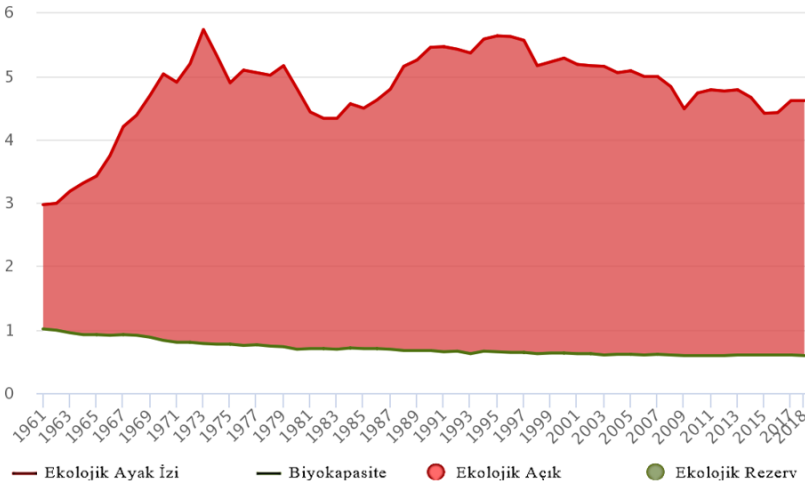
Şekil 3. İngiltere Ekolojik Ayak İzi (Global Footprint Network)

Şekil 4'te Fransa'da 1961-2018 dönemi için ekolojik ayak izinin seyri yer almaktadır. Buna göre; 1961 yılında ekolojik ayak izi kişi başına global hektar (gha) olarak 4.28 büyüklüğünde tespit edilmiş olup, 2018 yılında 4.42 gha düzeyinde gerçekleşmiştir. Ayrıca, 1961 yılında biyokapasite büyüklüğü incelendiğinde; kişi başına 2.25 gha olarak ölçülürken, 2018 yılında kişi başına 2.38 büyüklüğünde ölçülmüştür. Dolayısıyla, Fransa'da 1961-2018 döneminde ekolojik açıktan bahsedilebilmektedir.



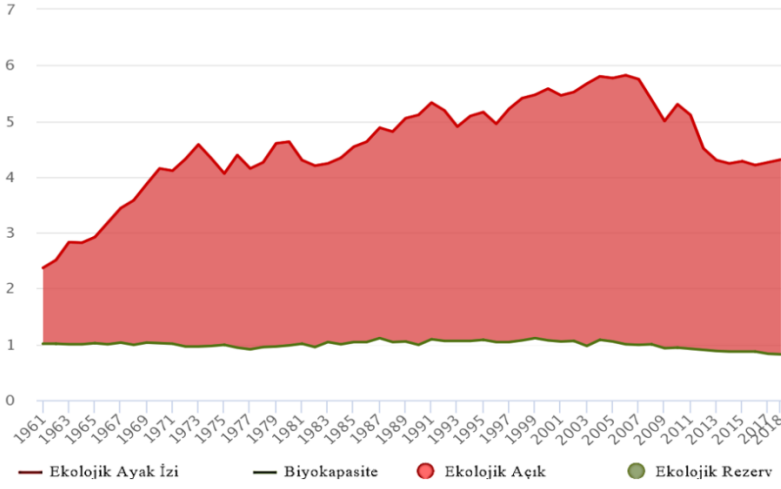
Şekil 4. Fransa Ekolojik Ayak İzi (Global Footprint Network)

Şekil 5'te İtalya'da 1961-2018 dönemi için ekolojik ayak izinin seyri yer almaktadır. Buna göre; 1961 yılında ekolojik ayak izi kişi başına global hektar (gha) olarak 2.37 büyüklüğünde tespit edilmiş olup, 2018 yılında 4.31 gha düzeyinde gerçekleşmiştir. Ayrıca, 1961 yılında biyokapasite büyüklüğü incelendiğinde; kişi başına 1.01 gha olarak ölçülürken, 2018 yılında kişi başına 0.82 büyüklüğünde ölçülmüştür. İtalya'da 1961-2018 döneminde ekolojik açıktan bahsedilebilmektedir.



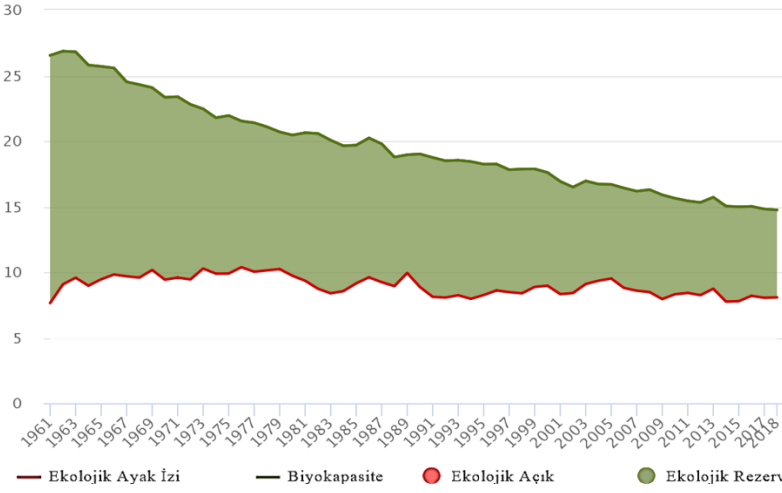
Şekil 5. İtalya Ekolojik Ayak İzi (Global Footprint Network)

Şekil 6'da Japonya'da 1961-2018 dönemi için ekolojik ayak izinin seyri yer almaktadır. Buna göre; 1961 yılında ekolojik ayak izi kişi başına global hektar (gha) olarak 2.97 büyüklüğünde tespit edilmiş olup, 2018 yılında 4.61 gha düzeyinde gerçekleşmiştir. Ayrıca, 1961 yılında biyokapasite büyüklüğü incelendiğinde; kişi başına 1.01 gha olarak ölçülürken, 2018 yılında kişi başına 0.59 büyüklüğünde ölçülmüştür. Dolayısıyla, 1961-2018 döneminde Japonya'da ekolojik açıktan bahsedilebilmektedir.



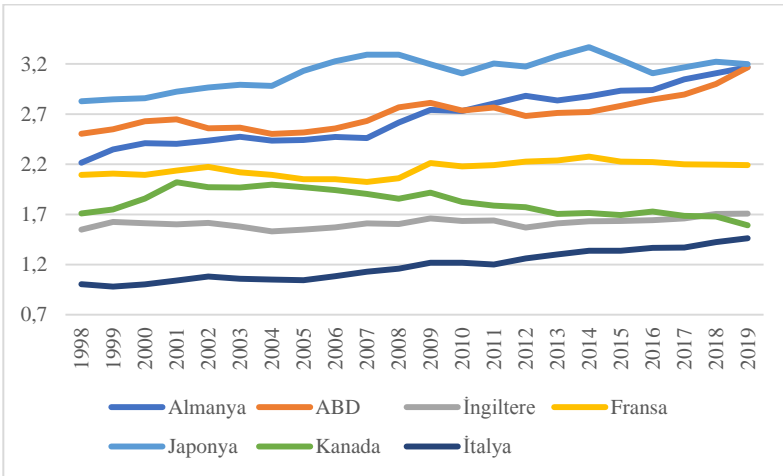
Şekil 6. Japonya Ekolojik Ayak İzi (Global Footprint Network)

Şekil 7’de Kanada’da 1961-2018 dönemi için ekolojik ayak izinin seyri yer almaktadır. Buna göre; 1961 yılında ekolojik ayak izi kişi başına global hektar (gha) olarak 7.64 büyüklüğünde tespit edilmiş olup, 2018 yılında 8.07 gha düzeyinde gerçekleşmiştir. Ayrıca, 1961 yılında biyokapasite büyüklüğü incelendiğinde; kişi başına 26.53 gha olarak ölçülürken, 2018 yılında kişi başına 14.74 büyüklüğünde ölçülmüştür. Dolayısıyla, Kanada’da 1961-2018 döneminde biyokapasitenin ekolojik ayak izinden fazla olduğu gözlemlenmiş olup, bahsedilen tarih aralığında ekolojik rezervden bahsedilebilmektedir.



Şekil 7. Kanada Ekolojik Ayak İzi (Global Footprint Network)

Şekil 8’de G7 ülkelerinde araştırma-geliştirme (AR-GE) harcamalarının GSYH’ye 1998-2019 itibariyle seyrini göstermektedir. 1998 yılında İngiltere’de bu oran 1,54 seviyesinde iken, Almanya’da 2,21, ABD’de 2,5, İngiltere 1,54, Fransa 2,09, İtalya 1,0, Japonya 2,82 ve Kanada’da 1,71 seviyesindedir. G7 ülkeleri içerisinde 1998-2019 yılları içerisinde en fazla arge harcamalarının Japonya’da olduğu görülmekte olup, sırasıyla ABD, Almanya, Fransa, Kanada, İngiltere ve İtalya gelmektedir.



Şekil 8. 1998-2019 Dönemi G7 Ülkelerinde Ar-Ge Harcamaları/GSYH (Dünya Bankası)

LİTERATÜR

Ekolojik ayak izi ile ar-ge harcamalarına ilişkin literatür incelendiğinde çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Literatürde çevresel tahribatı ölçmede ekolojik ayak izi yerine CO₂ emisyonunun sıklıkla kullanılan değişken olduğu görülmüştür. Bu sebeple, literatürde CO₂ emisyonu ile ar-ge değişkenine ilişkin çalışmalara da yer verilmiştir.

Literatürde ar-ge harcamaları ve ekolojik ayak izine ilişkin çalışmaların farklı dönemler, farklı yöntemler ve ülke/ülke grupları ile gerçekleştirildiği görülmüştür. Tek ülkeli analizlerde; Dinda (2011) ABD ekonomisi için 1963-2007 döneminde üretim teknolojisi ile CO₂ arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Uygulamalı sonuçlar inovasyon ve ar-ge harcamalarının artmasının CO₂ emisyonlarını azalttığını göstermiştir. Lei vd. (2012) Çin ekonomisinde 1960-2008 yılları için uluslararası teknoloji yayılımı, enerji tüketimi ve CO₂ emisyonu arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bulgular, uluslararası teknoloji yayılımı, teknoloji dönüşümü ve yurtiçi ar-ge girdisinin CO₂ emisyonunu azalttığını işaret etmektedir.

Konuya ilişkin çok ülkeli analizlerde; Işık ve Kılınç (2014) 1990-2010 döneminde seçilmiş ülkelerde ulaştırma sektöründeki ar-ge harcamaları ile CO₂ emisyonu arasındaki ilişkiyi panel veri yöntemi ile araştırmıştır. Elde edilen bulgulara göre ar-ge harcamaları CO₂ emisyonunu negatif yönde etkilemektedir ve CO₂ emisyonu, ar-ge harcamaları ve enerji tüketimi arasında uzun dönemli bir ilişki bulunmaktadır. Ghita vd. (2018) tarafından 33 Avrupa ülkesinde ekolojik ayak izi davranışı temel bileşenler analizi, çok terimli sıralı lojistik ve regresyon analizi ile araştırılmıştır. Çalışmada yabancı kontrolündeki işletmelerde istihdam, Avrupa Birliği üyeliği değişkenlerinin yanında ar-ge ve inovasyon değişkeni olarak da eko-inovasyon değişkeni yer almıştır. İnovasyon ve ar-ge faaliyetleri ile yabancı kontrolündeki işletmelerde istihdam oranındaki artışın ekolojik ayak izini pozitif etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Fakher (2019) 1996-2016 dönemi için seçilmiş ülkelerde (İran, Cezayir, Tayland, Endonezya, Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Katar) ekolojik ayak izinin belirleyicilerini Bayesyen model ve ağırlıklandırılmış en küçük kareler yöntemini kullanarak araştırmıştır. Analize konu olan değişkenler ekonomik, politik ve sosyal değişkenler olarak gruplandırılmış olup 22 adet bağımsız değişken bulunmaktadır. Elde edilen sonuçlara göre, ekolojik ayak izini en çok etkileyen değişkenler olarak GSYH'nin karesi, enerji tüketimi ve nüfus yoğunluğu bulunmuştur. Adedoyin vd. (2020) tarafından yapılan çalışmada 16 AB ülkesi bulunmaktadır. 1997-2014 yılları arasındaki ekolojik ayak izi, ekonomik büyüme, ar-ge

harcamaları, yenilenebilir ve yenilenemez enerji tüketimi arasında ilişki FMOLS ve DOLS yöntemleri kullanılarak araştırılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre ar-ge harcamaları arttıkça ekolojik ayak izi azalmaktadır. Kılınç (2021) 2002-2016 döneminde OECD ülkelerinde enerji ar-ge ve demonstrasyon harcamalarının ekolojik ayak izi üzerindeki etkilerinin panel veri yöntemi ile araştırmıştır. Analiz sonuçları enerji ar-ge ve demonstrasyon harcamaları arttıkça ekolojik ayak izini azalttığını ortaya koymuştur. Ayrıca, enerji kullanımı ve kişi başına düşen GSYH arttıkça ekolojik ayak izinin de arttığı görülmüştür.

VERİ SETİ VE METODOLOJİ

Çalışmada ar-ge harcamaları ve ekolojik ayak izi arasındaki ilişki G7 (Almanya, ABD, İngiltere, Fransa, İtalya, Japonya, Kanada) ülkeleri için 1998-2018 dönemi yıllık verileri ile araştırılmıştır. G7 ülkelerine ilişkin veri setinin 2018 yılında sınırlandırılmasının sebebi ekolojik ayak izi verisinin 2018 yılına kadar olmasından kaynaklanmıştır. Çalışmada dengeli panel veri analizi uygulanmıştır. Çalışmada kullanılan analizler STATA ekonometrik analiz paket programı ile yapılmıştır. Çalışmada yer alan değişkenler ve elde edildiği kaynaklar Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1: Değişkenlerin Tanımlanması ve Kaynakları

Değişkenler	Semb	Veri Kaynağı	
		Global	Footprint
Ekolojik ayak izi (Kişi başına küresel hektar)	EF	Network	
Kişi başına düşen reel GSYH (2015 ABD \$, sabit fiyatlar)	GDP	World Bank	
Araştırma-geliştirme harcamalarının gayrisafı yurtiçi hasılaya oranı	ARG E	World Bank	

Çalışmada kullanılan model (1) nolu eşitlikteki gibidir:

$$EF_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 GDP_{it} + \beta_2 RD_{it} + u_{it} \quad (1)$$

Denklem 1’de α sabit değeri, β eğim parametresini, i panelin birim boyutunu, t panelin zaman boyutunu ve u ise hata terimini ifade etmektedir. Ele alınan modelde GSYH ölçütü olarak, kişi başına düşen GSYH (GDP); araştırma-geliştirme ölçütü olarak araştırma-geliştirme harcamalarının gayrisafı yurtiçi hasılaya oranı (RD) ve ekolojik ayak izi ölçütü olarak ise kişi

başına küresel (ha) cinsinden ekolojik ayak izi değişkeni (EF) kullanılmıştır. Çalışmada kişi başına düşen GSYH kontrol değişkeni olarak analize dahil edilmiştir.

Çalışma kapsamında oluşturulan temel hipotez aşağıdaki gibidir:

H_0 : Ar-ge harcamaları ekolojik ayak izini pozitif etkilemektedir.

H_1 : Ar-ge harcamaları ekolojik ayak izini negatif etkilemektedir.

Çalışmada 1998-2018 döneminde G7 (Almanya, ABD, İngiltere, Fransa, İtalya, Japonya, Kanada) ülkelerinde değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistik bilgileri içeren gözlem sayısı, ortalama, standart sapma, minimum ve maksimum değerler Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2: Tanımlayıcı İstatistikler

Değişken Adı	Gözlem Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
EF	147	6.198	1.759	4.18	10.34
GDP	147	1.628	1.944	-5.693	6.868
ARGE	147	2.173	.651	.980	3.367

EKONOMETRİK YÖNTEM VE ANALİZ BULGULARI

Yatay Kesit Bağımsızlığının ve Homojenliğin Test Edilmesi

Ekonometrik analizler yapılırken değişkenler arasındaki yatay kesit bağımsızlığının göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Yatay kesit boyutunun (N) küçük, zaman boyutunun (T) büyük olduğu panel modellerinde kesitler arasında önemli korelasyonlar oluşabilmektedir (Pesaran, 2004: 1). Yatay kesit bağımlılığını araştıran öncü test olarak, Breusch ve Pagan (1980) tarafından geliştirilen ve zaman boyutunun, yatay kesit boyutundan büyük olduğu (T>N) durumlarda kullanılan LM testi karşımıza çıkmaktadır.

Sabit etkiler modelinde birimler arası korelasyonu sınamaya yarayan bu test, her bir birim için kurulan eşbütünleşme ya da hata düzeltme modelinin kalıntıları arasında korelasyon olup olmadığını sınamak için kullanıldığı görülmektedir. Temel hipotez (Yerdelen Tatoğlu, 2020: 238):

H_0 : $cov(u_{it}, u_{jt}) = \rho_{ij} = 0$ (tüm t’ler için $i \neq j$) iken LM test istatistiği,

$$LM = \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N (T\hat{\rho}_{ij}^2 - 1) \sim N(0,1)$$

Tablo 3: Yatay Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları

CD Test	Test İstatistiği	Olasılık Değeri
LM ₁ (Breusch-Pagan 1980)	38.83	0.0103
LM ₂ (Pesaran 2004)	5.695	0.0000
LM Bias Adj.	2.525	0.0116

Çalışmamızda zaman boyutu (T) yatay kesit boyutundan (N) büyük olduğundan yatay kesit bağımlılığının tespit edilmesinde Breusch-Pagan (1980) LM testi kullanılmıştır. Tablo 3'te yer alan yatay kesit bağımlılığı test sonuçlarına göre temel hipotez reddedilmektedir, yatay kesit bağımlılığının olduğu sonucuna varılmaktadır. Yatay kesit bağımlılığının sınanmasından sonraki aşamada modelin homojenliği test edilmiştir.

Delta testi vasıtasıyla katsayıların homojen olup olmadıkları test edilmektedir. Çünkü, heterojen olan katsayıların homojenlik varsayımı üzerinden yapılması halinde elde edilen sonuçlar yanıltıcı olabilmektedir (Pesaran ve Yamagata, 2008: 51). Pesaran ve Yamagata (2008) homojenlik testine göre;

H_0 : Eğim katsayıları homojendir.

H_1 : Eğim katsayıları heterojendir.

Tablo 4: Modele Ait Homojenlik Testi Sonuçları

	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
Delta_tilde	9.288	0.000
Delta_tilde adj	10.323	0.000

Tablo 4'ten elde edilen sonuçlara göre H_0 hipotezi %1 anlamlılık düzeyinde reddedilmektedir. Elde edilen sonuca göre, eğim parametreleri yatay kesitler arasında değişmekte olup katsayılarının heterojen olduğu belirlenmiştir.

Değişkenlerin Durağanlıklarının İncelenmesi

Değişkenler arasında yatay kesit bağımlılığı tespit edildiğinden birim kök analizi ikinci nesil birim kök testlerinden Pesaran (2006) tarafından geliştirilen CADF (Cross-sectionally Augmented Dickey-Fuller) birim kök testi ile gerçekleştirilmiştir. Bahsedilen birim kök testi hem $N > T$ hem de $T > N$ olması durumunda kullanılmaktadır. Tablo 5'teki CADF test sonuçları incelendiğinde, arge veri setinin farkı alındığında durağan hale geldiği, ef ve gdp veri setinin ise düzeyde durağan olduğu görülmektedir.

Tablo 5: CADF Panel Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	Düzyey Değeri Test İstatistikleri	1. Farkında Test İstatistikleri
EF	-2.905***	
GDP	-2.588***	
ARGE	-2.029	2.640***

Not: *, **, *** sırasıyla yüzde 10, yüzde 5 ve yüzde 1 anlamlılık düzeyini göstermektedir. Kritik değerler şunlardır: Yüzde 10; -2.210, yüzde 5; -2.330, yüzde 1; -2.570.

Tablo 6’da ki-kare olasılık değeri 0,05’ten küçük çıkmıştır. Testin temel hipotezi “Birim etkili modeldeki açıklayıcı değişken korelasyonsuzdur” şeklindedir. Analiz sonuçlarına göre ki-kare olasılık değeri % 5’in altındadır, G7 ülkeleri için bahsedilen dönemde temel hipotez reddedilmiştir. Buna göre temel hipotezin reddedilmesi, regresyon modeli için sabit etkiler modelinin geçerli olduğu anlamına gelmektedir.

Tablo 6: Hausman Test Sonuçları

Değişkenler	Katsayı (FE)	Katsayı (RE)	Standart Hata	Ki-Kare Olasılık Değeri
GDP	0.06	0.065	0.063	0.0009
ARGE	-1.812	-1.574	0.000	0.0009

Tahminciler arasından seçim yapabilmek için birtakım testler uygulanmaktadır. Çalışmada sabit etkiler modeli tercih edildiği için varsayım testleri bu model ile ilgili olacaktır. Sabit etkiler modelinde değişen varyansın tespiti için Değiştirilmiş Wald Testi, otokorelasyonu test eden Baltagi- Wu LBI testi ve birimler arası korelasyonu test eden Breusch Pagan Lagrange Çarpanı uygulanmıştır.

Tablo 7’de Değiştirilmiş Wald Testi yer almaktadır. Testin temel hipotezi “Her bir birimin varyansı panel ortalamasına eşittir” şeklindedir. Değiştirilmiş Wald Testi istatistik sonucuna göre olasılık değeri 0.0000 bulunmuştur, sıfır hipotezi reddedilmiştir ve kurulan modelde birimlere göre değişen varyans sorunu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Değişen varyans sorununu ortadan kaldırmak için dayanıklı (robust) standart hataların türetilmesi gerekmektedir.

Tablo 7: Değiştirilmiş Wald Testi İstatistikleri

Chi2(7)	378.92
Prob>chi2	0.0000

Sabit etki modelinde otokorelasyon sorununun olup olmadığı Modified Bhargava vd. Durbin Watson ve Baltagi-Wu LBI ile testi edilmiştir. Analiz bulgularına göre kritik değerler 2'den küçüktür ve sabit etkili modelde otokorelasyon olduğu kararı verilebilmektedir.

Tablo 8: Sabit Etki Modelinde Otokorelasyon Testi Sonuçları

Modified Bhargava et. al. DW-d Testi	0.2703
Baltagi-Wu LBI	0.364

Sabit etki modelinde birimler arasında korelasyonun olup olmadığını test etmek için $T > N$ olan seriler için Breusch Pagan Lagrange Çarpanı testi uygulanmıştır. Teste ilişkin temel hipotez yatay kesit bağımlılığının olmadığı yönündedir. Tablo 9'daki sonuçlar incelendiğinde yatay kesit bağımlılığı olduğuna karar verilmektedir.

Tablo 9: Sabit Etki Modelinde Yatay Kesit Bağımlılığı Testi Sonuçları

Chi2(21)	161.524
Prob>chi2	0.0000

Sabit etkili modelde değişen varyans, otokorelasyon ve yatay kesit bağımlılığı durumu vardır. Bu durumda bu sapmaları ortadan kaldırmaya yönelik bu üç duruma uygun dirençli tahminciler veren Driscoll-Kraay testi uygulanmıştır.

Driscoll-Kraay (1998) çalışmasında büyük T asimptisine dayanan tekniklerin eksikliklerini gideren standart parametrik olmayan zaman serisi kovaryans matris tahmincisinin uzamsal ve dönemsel korelasyonun tüm genel formları için dirençli olabilecek şekilde model geliştirmişlerdir (Driscoll ve Kraay, 1998: 550).

Tablo 10: G7 Ülkeleri İçin Driscoll-Kraay Tahmincisi Sonuçları

Bağımlı değişken: EF	Katsayılar/ Test Sonuçları
GDP	0.060*
ARGE	-1.812***
Sabit	10.04***

$R^2 = 0.27$

Olasılık Değeri > F = 0,0004

Not: *, **, *** sırasıyla yüzde 10, yüzde 5 ve yüzde 1 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Tablo 10'da yer alan tahmin sonuçları incelendiğinde G7 ülkelerinde ekolojik ayak izi ile ar-ge arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla 1998-2018 dönemindeki verileri kullanılarak oluşturulan modelde bağımlı değişken olarak ekolojik ayak izi (EF) kullanılmıştır. Bağımsız değişken olan ar-ge harcamalarına (ARGE) ilişkin katsayı ve model sabitine ait katsayı % 99 güven düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Ekonomik büyüme (GDP) değişkeninin ise katsayısı % 90 güven düzeyinde anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Driscoll-Kraay testi sonuçları değerlendirildiğinde ar-ge harcamalarında meydana gelen % 1'lik artışın ekolojik ayak izi üzerinde % 1.81 civarında azalışa neden olduğu görülmektedir. Ayrıca modele dahil edilen kişi başına düşen GSYH'de meydana gelen %1'lik artışın ekolojik ayak izinde % 0.06 civarında artışa neden olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bahsedilen test doğrultusunda; çalışmada yer alan nihai model: $EF = 10.04 + 0.06 GDP - 1.812 ARGE$ şeklindedir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Dünya nüfusunda artışla birlikte çevre kirliliği ve bunun ekonomilere etkisi dikkat çeken konulardan biridir. Ekolojik ayak izini azaltabilecek yenilenebilir enerji kaynaklarına ve teknoloji alanında yapılacak ar-ge çalışmalarına ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu çalışmada ar-ge harcamaları ile ekolojik ayak izi arasındaki ilişki G7 ülkeleri şeklinde ifade edilen Almanya, ABD, İngiltere, Fransa, İtalya, Japonya, Kanada için araştırılmıştır. Çalışmada öncelikle ele alınan dönem ve verilerle paneli oluşturan kesitler arasında yatay kesit bağımlılığının olup olmadığı araştırılmıştır. Yatay kesit bağımlılığını dikkate alan, Pesaran (2006) tarafından geliştirilen CADF (Cross-sectionally Augmented Dickey-Fuller) ikinci nesil birim kök testi kullanılmıştır. Çalışmadaki modelimiz için uygun olan analiz biçimini belirlemek üzere Hausman spesifikasyon testi

uygulanmıştır. Çalışmadaki modelimizde “Sabit etkiler regresyon modeli ile analiz edilmelidir” sonucu elde edilmiştir. Sabit etkiler modelinde değişen varyansın tespiti için Değiştirilmiş Wald Testi, otokorelasyonu test eden Baltagi- Wu LBI testi ve birimler arası korelasyonu test eden Breusch Pagan Lagrange Çarpanı uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre söz konusu üç varsayımda da sapmanın varlığı tespit edilmiştir. Bu üç duruma uygun dirençli tahminciler veren Driscoll-Kraay testi uygulanmıştır. Elde edilen bulgular ışığında; ar-ge harcamalarında meydana gelen % 1’lik artış ekolojik ayak izi üzerinde % 1.81 civarında azalışa neden olmaktadır ve kişi başına düşen GSYH’de meydana gelen %1’lik artış ekolojik ayak izinde % 0.06 civarında artışa neden olmaktadır.

Ekolojik ayak izini azaltmayı sağlayan doğa dostu enerji politikalarının ülke özelinde geliştirilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte yüksek teknolojiye doğa dostu ürünler ve süreçler için ar-ge harcamalarının artırılması verimlilik sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Adedoyin, F. F., Alola, A. A., & Bekun, F. V. (2020). An assessment of environmental sustainability corridor: The role of economic expansion and research and development in EU countries. *Science of The Total Environment*, 136726.
- Akıllı, H., Kemahlı, F., Okudan, K. & Polat, F. (2008). Ekolojik Ayak İzinin Kavramsal İçeriği ve Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde Bireysel Ekolojik Ayak İzi Hesaplaması. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 8(15), 1-25.
- Dinda, S. (2011). Carbon Emission and Production Technology: Evidence From the US. *MPRA Paper*, No. 31935.
- Dogan, E., Taspınar, N. & Gokmenoglu, K. K. (2019). Determinants of Ecological Footprint in MINT Countries. *Energy & Environment*, 30(6), 1065-1086.
- Driscoll John, D. & Kraay, Aart C. (1998). Consistent Covariance Matrix Estimation with Spatially Dependent Panel Data, *The Review of Economics and Statistics*, 10(4), 549-560.
- Fakher, H. A. (2019). Investigating the determinant factors of environmental quality (based on ecological carbon footprint index). *Environmental Science and Pollution Research*, 26(10), 10276–10291.
- Ghita, S. I., Saseanu, A. S., Gogonea, R. M., & Huidumac-Petrescu, C. E. (2018). Perspectives of ecological footprint in European context under the impact of information society and sustainable development. *Sustainability*, 10(9), 3224.
- Isik, N., & Kiliç, E. C. (2014). Ulaştırma Sektöründe CO2 Emisyonu ve Enerji Ar-Ge Harcamaları İlişkisi. *Sosyoekonomi*, 2, 321.
- Jorgenson, Andrew, K., Rice, James & Crowe, Jessica (2005). Unpacking the Ecological Footprint of Nations. *International Journal of Comparative Sociology*, 46(3), 241-260.
- Lei, R., Y. Zhang & Wei S. (2012). International Technology Spillover, Energy Consumption and CO2 Emissions in China. *Low Carbon Economy*, 3, 49-53.
- Moffat, Ian (2000). Ecological Footprints and Sustainable Development. *Ecological Economics*, 32(3), 359-362.
- Pesaran, M. H. (2004). General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence In Panels. *IZA DP*, No. 1240, 1-39.

- Pesaran, M. H. & Yamagata, T. (2008). Testing slope homogeneity in large panels. *Journal of Econometrics*, 142(1), 50-93.
- Wackernagel M., Onisto L., Linares A. C., Falfán I. S. L., Garcia J. M. & Guerrero A. I. S.. (1997). Ecological Footprints of Nations. *Universidad Anahuac de Xalapa, Centro de Estudios para la Sustentabilidad*, 1-9.
- Yerdelen Tatoğlu, F. (2020). Panel Zaman Serileri Analizi Stata Uygulamalı (3. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.

BÖLÜM 10

KAYMAKAM MÜRSEL BEY'İN ERZİNCAN'DA FAALİYETLERİ (BİRİNCİ DÜNYA SAVAŞI DÖNEMİ 1916)*

Dr. Ferruh KAYALAN¹

* Bu çalışma yazarın “*Mürsel Paşa (Bakü)’nin Askeri ve Siyasi Faaliyetleri*” adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir. Bununla beraber söz konusu çalışma, yazarın rahmetli danışman hocası Berna TÜRKDOĞAN UYSAL’a bir armağandır.

¹ Balıkesir Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü, Balıkesir, Türkiye, ferruh_81@hotmail.com, 0000-0003-0544-0454.

GİRİŞ

Avusturya-Macaristan veliahdı Arşidük Ferdinand'ın 28 Haziran 1914 tarihinde öldürülmesinden bir ay sonra 28 Temmuz 1914'te başlayan Birinci Dünya Savaşı'nda ardı ardına gelişen olaylar iki blok ortaya çıkarmıştır. Nitekim İngiltere, Fransa, Rusya ve Belçika birinci bloğu oluştururken Almanya, Avusturya-Macaristan ve daha sonradan Osmanlı Devleti, İtalya, Bulgaristan ve Romanya'nın katılımlarıyla ikinci blok oluşmuştur (Armaoğlu, 2019, s. 84).

İttifak grubunda yer alan Osmanlı Devleti Almanya ile yaptığı müzakereler sonucu 2 Ağustos 1914 tarihinde bu devletle bir dostluk antlaşması imzaladı. Bu antlaşmayı takiben Başkomutan Vekili Enver Paşa'nın bilgisi dahilinde Almanlardan satın alınan Goeben (Yavuz) ve Breslau (Midilli) gemilerinin 29 Ekim 1914'te Karadeniz'de Ruslara saldırması sonucunda Osmanlı Devleti savaşa dahil olmuştur (Erickson, 2011, s. 23-26). Böylece Ruslar Kafkas Cephesi'nden taarruza geçmiştir. İlk ciddi karşılaşma Köprüköy'de meydana gelmiştir. Burada Osmanlı Ordusu'nun kısmi başarısına rağmen Rusların Kafkaslardan atılamaması nedeniyle Sarıkamış Harekâtı gündeme gelmiştir. (Nikolski, 1990, s.4-5; Karal, 1999, s.418-419). Enver Paşa'nın bizzat idare ettiği Sarıkamış Harekâtında Rus Komuta kademesi ilk zamanlarda tedirgin olmuşlarsa da kış şartları yüzünden Osmanlı ordusunun ağır ilerleyişi ve kuşatmanın zamanında yapılamaması gibi nedenlerle harekât başarısızlıkla sonuçlanmıştır (Karal, 1999, s. 422). Bundan sonra savaş taktiksel bir boyut kazanmıştır. Nitekim iki tarafta kesin neticeye Kars-Sarıkamış-Erzurum doğrultusunda elde edemeyince bu sefer daha büyük birliklerle Murat Nehri ve Van Gölü havzasında bir harbe tutuştular. Harbin ikinci yılında meydana gelen bu harp taktiksel bir manevra savaşı olmuştur. Bu harbe, Osmanlı Devleti Askeri Kurmayı Sağ Cenah, Rus Askeri Kurmayı ise Fırat Harekâtı adını vermişlerdir (Çakmak, 1936, s. 83; Balkan, 2066, s. 1).

Sağ Cenah Harekâtı kapsamında “Kop, Ahlat, Malazgirt ve Kılıçgeçidi muharebeleri meydana gelmiştir. Bu” taktiksel muharebelerde süvari sınıfı ön plana çıkmıştır. Nitekim Ruslar bahsi geçen muharebede toplam 153 süvari bölüğü sahaya sürmüştür. Buna karşılık Osmanlı Ordusu ise 61 süvari bölüğünü harekete geçirmiştir (Balkan, 2066, s. 1-3). Bir süvari muharebesi şeklinde meydana gelen harpte Osmanlı Ordusu bütün gayretine rağmen sayıca üstün olan Rus süvarisi karşısında bir üstünlük elde edememiştir. Harekât süresince iki taraf da çok kayıp vermesine rağmen Ruslar yeni asker alımları ile ordusunu takviye etmiştir. Buna karşın Osmanlı Ordusunun asker

tedariki zayıf kalmıştır. Böylece Ruslar Sağ Cenah Harekatı'nda zayıflayan Osmanlı Ordusunu yeniden Erzurum cephesinden zorlamak istemiş ve bu cepheden topyekûn bir saldırıya geçmişlerdir (Çakmak, 1936, s. 119-131). Kış aylarına rastlayan Rus saldırısı karşısında kısmen başarılı bir savunma verilmesine rağmen Türk Ordusu Erzurum-Erzincan istikametinde geri çekilmeye başlamıştır (Genel Kurmay Başkanlığı, 1993, s. 93-100).

İşte bu dönemde çalışma konumuz olan Kaymakam (Yarbay) Mürsel Bey Erzincan'a bağlı Mamahatun (Tercan) da çok başarılı bir askeri faaliyet göstererek Mamahatun sınırları içinde kalan ve önemli bir dağ olan Maryam Dağı'nın alınması gibi önemli bir görevi yerine getirmiştir. (ATASE, Bdh, Kls: 5071, 34-21-004; ATASE, Bdh, Kls: 5071, 34-28). Fakat Ruslar, ordularını tekrar takviye ederek temmuz başlarında yeniden karşı bir taarruza geçince Türk Ordusu ile birlikte Kaymakam Mürsel Bey de Erzincan istikametinde askeri bir gereklilik olan ricat yani geri çekilme manevrasını gerçekleştirmeye başlamıştır. Bu çalışmada Kaymakam Mürsel Bey'in Erzincan merkez ve Refahiye kazası kırsalında Rus Ordusuna karşı askeri faaliyetleri ele alınmıştır. Çalışmada Kaymakam Mürsel Bey'in ATESE arşivinden elde edilen fırka emirleri Osmanlı Türkçesinden günümüz Türkçesine aktarılarak Mürsel Beyin Erzincan'daki faaliyetleri ve önemli bir muharebe olan Karadağ-Çimendağ muharebeleri hakkında bilgi edinilmeye çalışılmıştır.

1. Kaymakam Mürsel Bey'in Askeri Faaliyetleri

Mürsel Efendi, 1881'de Erzurum merkez Derviş Ağa Mahallesi'nde doğdu (TBMM Arşivi, Mürsel Paşa Şahsi Dosyası, Devre VII., No 483, Kutu No:39). Kolağası İsmail Hakkı Bey, Mürsel Efendi'nin Babası olup (Kara Harp Okulu Tarihî Arşivi, 27 Numaralı Künye Defteri), annesi ise Ümmügülüm Hanım'dır. (TBMM Arşivi, No 483, Kutu No:39). Ailenin Erzurum'da Hacı Kula oğulları diye tanınan bir sülaleye mensup olduğu kaydedilmiştir. (Toker ve Aslan, 2009, s. 135).

Erzurum Askeri İdadisinden mezun olan Mürsel Efendi daha sonra İstanbul'a gitti. Burada 13 Mart 1898'de Mekteb-i Harbiye'ye (Harp Okulu) dahil oldu. 15 Ocak 1901'de süvari mülazım-ı sani (teğmen) oldu. Bundan sonra 2 Şubat 1901'de Erkan-ı Harp Mektebi'ne dahil olundu. Erkan-ı Harp namzedi (Kurmay Sınıfı) sınıflarında okurken 9 Ocak 1902'de mülazım-ı evvel (üsteğmen) rütbesine yükseltildi. 4 Ocak 1904'de süvari mümtaz yüzbaşı olarak Erkan-ı Harp Mektebinde eğitimini tamamladı. 20 Ocak

1904'te 4. Ordu emrine verildi. İlk görev yeri 3 Mart 1904'de Erzincan'da 4. Orduya bünyesinde 22. Süvari Alayı 2. Bölük Kumandanlığına tayin edildi. 28 Haziran 1904'de 4. Ordu Kumandanı Müşir Mehmet Zeki Paşa ile birlikte Sivas'a gitti ve burada 40 gün kadar kaldı. Burada başarılarından dolayı 5. Rütbeden Mecidi Nişanı almaya hak kazandı. (MSB Arşivi, Mürsel Paşa Şahsî Dosyası, Askerlik Safahatı Belgesi; Meclis Kütüphanesi Arşivi, Devre VII. T.B.M.M. Mebuslar için Tercümeihal Belgesi; Karakuş, 2021, s. 1). 12 Mayıs 1907'de Erzincan Mekteb-i Harbiyesi Riyaziye Muallimliğine (Matematik Öğretmenliğine), daha sonra aynı okulda 22 Haziran 1907'de Süvari Talim Muavinliği Dâhiliye Zabıtlığı kadrosuna tayin edildi. Burada göstermiş olduğu başarıları nedeniyle 1907 yılında 4. Rütbeden Mecidi Nişanı aldı. (MSB Arşivi, Askerlik Safahatı Belgesi; Karakuş, 2021, s. 1).

II. Meşrutiyet'in ilanı ile birlikte bütün Harp Okullarında olduğu gibi Erzincan Mekteb-i Harbiyesi'nin de İstanbul'a nakledilmesi sebebiyle 7 Haziran 1909'da, 4. Ordu Erkan-ı Harbiye Dairesi 2. Şube Mülhak Zabıtlığına tayin olundu. Bu memuriyette iken 1910'da umum meyanında yapılan sınavları kazanarak 15 Eylül 1910'da mesleki eğitim için Almanya'ya gitti. Almanya'da Kassel vilayetinde 11. Kolordu 22. Süvari Tugayı 14. Hussar Alayının 2. Bölüğünde binicilik eğitimi aldı. (Vatan, 1945, s.1; Karakuş, 2021, s.1).

Eğitimde iken 27 Nisan 1911'de açıktan binbaşılığa terfi ettirildi. Almanya'da 8 Ocak 1912'de Numune 19. Süvari Alayına atandı. Haziran 1912'de İstanbul'da yeni açılan Emir Talimgâhı Süvari Muallimliğine (Öğretmenliğine), bundan sonra Bakırköy'de Süvari Tatbikat Mektebi Süvari Muallimliğine tayin edildi. 25 Eylül 1912'de, Almanya'dan İstanbul'a dönüşünde, Bağdat Valiliği ve 4. Ordu Müfettişi Müşir Mehmed Zeki Paşa'nın talepleri doğrultusunda 12 Aralık 1912'de 13. Kolorduya atanarak Müşir Mehmed Zeki Paşa ile birlikte Bağdat'a gitti. Burada 8 ay 4. Ordu Müfettişliği 2. Şube Erkan-ı Harbiye Zabıtlığı olarak çalıştı. Bundan sonra 8 Aralık 1913 tarihinde 25. (Atık 39.) Süvari Alayına atandı. 20 Ocak 1914 tarihinde 11. Süvari Liva (Tugay) Kumandanlığına tayin olunarak Elazığ'a geldi. Elazığ'dan 11. Kolordu Kumandanı Mirliya Galip Paşa ile Van'a geldi. Buradan Erciş'e giderken 3 Ağustos 1914 tarihinde genel seferberlik ilanı verildi. 14 Eylül 1914'e kadar Erciş'te 24. Süvari Alayını eğitti ve livanın merkez alaylarına seferberlik eğitimi verdi. Birinci Dünya Savaşı'nın başlamasıyla bu savaşta Kafkas Cephesinde, 4 Aralık 1914'de 2. Nizamiye Süvari Fırkası (Tümen) nın icra ettiği, Köprüköy Muharebesi'ne iştirak etti. Adı geçen muharebede, göstermiş olduğu başarı nedeniyle üç sene kıdem

zammı ile 24 Aralık 1914'de kaymakamlığa (yarbaylık) terfi etti. (MSB Arşivi, Askerlik Safahatı Belgesi; Meclis Kütüphanesi Arşivi, Tercüme-i hal Belgesi; Karakuş, 2021, s. 2).

5 Ocak 1915'de 34. Piyade Fırkası Kumandanlığına, buradan da 7 Ocak 1915'de 2. Nizamiye Süvari Fırkası Kumandanlığına atandı. Bu görevi esnasında fırkasıyla Kafkas Cephesi mıntıkasında olan Aras ve Murat nehirleri olmak üzere bu nehirlerin kuzey kısmında meydana gelen birçok muharebede görev aldı. 21 Nisan 1916 tarihinde 32. Piyade Fırkası Kumandanlığına atandı. 32. Piyade Fırka Kumandanı iken Kop ve Maryam Dağı muharebelerinde gösterdiği yararlılıklara binaen 16 Mayıs 1916'da Harp Madalyası ile taltif edildi (MSB Arşivi, Askerlik Safahatı Belgesi; Meclis Kütüphanesi Arşivi, Tercüme-i hal Belgesi; Karakuş, 2021, s. 2). Daha sonra 21 Eylül 1916'da 14. Piyade Fırkası ve 23 Aralık 1916'da 12. Piyade Fırkası Kumandanlıklarına atandı. 2. Nizamiye Süvari Fırkası Kumandanlığı ile Kafkas Cephesi Sağ Cenah Harekâtı'nda göstermiş olduğu başarılarından dolayı 28 Mayıs 1917'de Gümüş Liyakat (MSB Arşivi, Askerlik Safahatı Belgesi) ve 23 Eylül 1917'de Gümüş İmtiyaz Madalyalarıyla ödüllendirildi. (MSB Arşivi, Mürsel Paşa Şahsî Dosyası, Askerlik Safahatı Belgesi). Bu ödüllere ek olarak 21 Mayıs 1918 tarihli irade-i seniyye ile 12. Fırkadaki hizmetlerine karşılık olarak da altı ay kıdem zammı aldı. (MSB Arşivi, Mürsel Paşa Şahsî Dosyası, Askerlik Safahatı Belgesi; Karakuş, 2021, s. 2). Bundan sonra 29 Ocak 1918'de Kaymakam Mürsel Bey 5. Kafkas Fırka Kumandanlığına tayin edilerek Türk Ordusunun 1877-1878 hududu harekâtında vazifelendirildi (MSB Arşivi, Askerlik Safahatı Belgesi). Daha sonra Kaymakam Mürsel Bey, 1 Haziran 1918'de 5. Kafkas Fırkası ile Azerbaycan'a gönderildi (MSB Arşivi, Askerlik Safahatı Belgesi).

Azerbaycan'da bulunduğu müddetçe rütbesi fahri olarak bir üst rütbe olan miralaylığa (albay) yükseltildi. Bakü istikametinde önemli bir yerleşim yeri olan Şamahı'da göstermiş olduğu fedakârlıklara karşılık Kafkas İslam Ordusu Nuri Paşa tarafından 3. Rütbeden Mecidi Nişanı ile taltif edildi. Ayrıca 1 Temmuz 1918'de bu dönemde göstermiş olduğu başarılarından dolayı Avusturya-Macaristan Hükümeti tarafından bir kıta Harp Alameti Leopold Nişanın Şövalye Salibi ile ödüllendirildi. (MSB Arşivi, Askerlik Safahatı Belgesi; Meclis Kütüphanesi Arşivi, Tercüme-i hal Belgesi). 28 Temmuz 1918'de miralay (albaylık) oldu. 15 Eylül 1918 tarihinde Bakü'nün zaptında fahri mirliva (tümgeneral) rütbesiyle büyük başarılar kazanması sebebiyle Altın Liyakat Madalyası ile ödüllendirildi (MSB Arşivi, Askerlik Safahatı Belgesi; Meclis Kütüphanesi Arşivi, Tercüme-i hal Belgesi; Karakuş,

2021, s. 2). 20 Şubat 1919 günü 5. Kafkas Fırkası ile Bakü'den Batum'a geçtiğinde İngilizlerin tertip ettiği bir sonucunda tutuklandı. Yedi ay Batum'da, beş buçuk ay Çanakkale'de, yirmi ay da Malta'da tutuklu kaldı. (MSB Arşivi, Askerlik Safahatı Belgesi; Meclis Kütüphanesi Arşivi, Tercüme-i hal Belgesi).

Malta'dan döndükten sonra 25 Kasım 1921'de 6. Süvari Fırkası Kumandanlığına atanarak Batum'a gitmek üzere görevlendirildi. Fakat daha sonra bu görevlendirmeden vazgeçildi ve 1 Mayıs 1922 tarihinde 1. Süvari Fırkası Kumandanlığına atandı. Fahrettin (Altay) Paşa'nın kumandası altında 5. Süvari Kolordusunda Başkomutanlık Meydan Muharebesi'ne katıldı. Dumlupınar ve Başkomutanlık muharebelerinde göstermiş olduğu başarılarına karşılık 31 Ağustos 1922'de mirlivalığa (tümgenerallik) yükseltildi. Yunan Ordusu'nun geri çekilmesi sırasında Fırkasıyla takip harekâtına iştirak ederek 4 Eylül'de Kula'ya 8 Eylül'de Manisa'ya, 9 Eylül 1922'de İzmir'e girdi. İzmir'e ilk giren Fırka Kumandanı olarak bir Fransız zırhlısından telsiz ile İzmir'in düşman işgalinden kurtarıldığını Mustafa Kemal Paşa ile Garp Cephesi Karargâhına bildirdi. (MSB Arşivi, Mürsel Paşa Şahsî Dosyası, Askerlik Safahatı Belgesi; Meclis Kütüphanesi Arşivi, Tercüme-i hal Belgesi; Karakuş, 2021, s. 3). Milli Mücadele'deki hizmetlerine karşılık Kırmızı Şeritli İstiklal Madalyası ile taltif edildi (MSB Arşivi, Askerlik Safahatı Belgesi; Karakuş, 2021, s. 3).²

2. Karadağ-Çimendağı Muharebesi ve Kaymakam Mürsel Bey

Yukarıda da ifade edildiği üzere Doğu Cephesi'nde Kaymakam Mürsel Bey askeri bir gereklilik olan geri çekilme faaliyetlerini icra ederek 4 taburu ile 25 Temmuz 1916 tarihinde Erzincan'a gelmiştir. Mürsel Bey Erzincan'ın kuzey bölgesinde yer alan Pöske köyünün güney sırtları ile Espaha Çayırı kuzeyinde bulunan tepe arasındaki mevziye ulaştı. (Genel Kurmay Başkanlığı, 1993, s. 357).³ Kaymakam Mürsel Bey, Erzincan yakınlarındaki mevziisine geldiğinde izlenimlerini 10. Kolordu Kumandanlığına 26 Temmuz 1916 günü aşağıda metnini vereceğimiz rapor ile Erzincan'daki son durum hakkında bilgi vermiştir.

² Mürsel Bakü'nün hayatı ve askeri faaliyetlerine ilişkin daha geniş bilgiye ulaşmak için yazarın "Mürsel Paşa (Bakü)'nin Askeri ve Siyasi Faaliyetleri" adlı yüksek lisans çalışmasına ve "Azerbaycan'ın İstiklal Mücadelesinde Adı Konuılmayan Komutan Mürsel Bakü Paşa ve Onun Bir Mektubu", adlı bildirisine bkz: s. 1-3; 133-151.

³ Kaymakam Mürsel Bey ve 32. Piyade Fırkasının bulunduğu yer için bkz: Ek 1.

“Saat 9.15 evvelde Pöske'nin kuzey sırtlarından Pöske'ye ilerlemek isteyen düşmanın 30 kadar piyadesinin topçu ateşimizle dağıtılmış ise de dağınık bir halde yine ilerlemekte olduğu görülen dumanlara nazaran Kalor Köyü'nün birbuçuk km batısında toplanmakta ve Pöske köyünün bir km batısında vadi içinde ve Kalor köyünde birer ordugah bulunduğu, Akdağ'da şimdilik düşmandan eser görülemediği 96. Alay'ın düşmanın kuvvetli bir süvari keşif kolunun Yalnızbağlar'dan şoseyi takiben gelmekte ve ucunun saat 6:30 öncesinde Yalnızbağlar'ın birbuçuk km kuzeydoğusundaki dere boyunda bulunduğu ve 9. Kolordu kutaatının nihayetinin şoseyi takiben Çardaklı'ya doğru gittiği Müretteb Süvari Livası Kumandanlığından mevrud raporunda düşman dolgun mevcudu iki tabur piyade ile iki cebel bataryasından ve bunu takiben 800 ila 1000 mevcudlu iki taburdan ibaret olan bir yürüyüş kolunun saat 23:45 sonrasında Akdağ-Başaçık tepe-Yalnızbağlar istikametine yürüyerek saat 03:35 sonrasında kolbaşısının Yalnızbağlar'ın kuzeyindeki dereye ulaştığını, bir bölük süvarinin Erzincan istikametinden gelerek Yalnızbağlar'a girdiği 2. Mıntika Kumandanlığı Süvari Bölüğü Kumandanlığından mevrud 25 Temmuz 1916 saat 03:35'ten sonra tarihli raporda bildirilmiştir. Kemah Boğazı cihetinden top sesleri işitilmekte, Gözeler üzerinde şarapnel dumanları görülmektedir.” (ATESE, Bdh, Kls 5072,39,030-03).

Kaymakam Mürsel Bey 27 Temmuz 1916 günü 10. Kolordu Kumandanlığına Erzincan'a bağlı Ahmedi (Bugün Ahmetli) köyünden saat 10.55'te yazmış olduğu raporda Erzincan Gümüşhane sınırında Gümüşhane tarafında kalan Akdağ mevki hakkında bilgiler vermiştir. Mürsel Bey raporda; Saat 06.00 öncesinde düşmanın 300 kadar piyadesinin Başacık Tepesi üzerinden Akdağ'a geldiğini (17. Fırka Kıtataı 400 nefer tahmin edilmiştir.), düşman topçusunun Kemah Boğazı girişiindeki tepeleri bombardıman etmekte ve sağ tarafından derinden top sesleri işitilmekte olduğunu, bu durumun topçu izleme subayından ulaşan raporlarda bildirildiğini arz etmiştir. (ATESE, Bdh, Kls, 5072-39-038- 03).

Raporlardan da anlaşıldığına göre Ruslar, 25 Temmuz 1916'da Erzincan'ı işgal etmişti. Rusların 153 ve 154. Alayları Refahiye, 4. Plaston Tugayı ve 155 Piyade Alayı da Kemah yönünde harekete devam etmişlerdir. 156. Piyade Alayı Erzincan'da ihtiyatta bırakılmıştır. Kemah ve Çardaklı Boğazlarının girişini tutan Türk birlikleri 27 Temmuz 1916'da Dersimlilerin saldırısına uğramış ve geri çekilmek zorunda kalmışlardır. Bu tarihten 9 Ağustos 1916 tarihine kadar aralıklı olarak muharebeler devam etmiştir. Dağlık arazide Türk mukavemeti artmış hatta Ruslar zaman zaman geri çekilir

gibi olmuşlardır. Fakat takviye alan Ruslar 3. Türk Ordusu cephesinden tasarruf ettikleri kuvvetlerini güneydeki 2. Ordu'nun kuzey ve merkez kanadı karşısında toplamışlardır. Artık Türk Ordusu Ruslar tarafından kesin neticeli bir taarruz harekâtı beklemiştir. Bunun üzerine 3. Ordu Kumandanı Vehip Paşa karşısındaki düşmanı tespit ve 2. Ordu cephesine fazla kuvvet kaydırmasına mani olmak için sınırlı bir taarruz yapmayı planlamıştır. Bu arada 3. Ordu'da Kolordu teşkilatı kaldırılmış ve mıntika teşkilatı kurulmuştur (Harp Akademisi Komutanlığı, 1982, s. 14-15).

Bu dönemde Kaymakam Mürsel Bey, Erzincan'da Ahmedi köyünden Ruslara karşı mücadelesine devam etmiştir. Bu anlamda 27 Temmuz 1916 tarihinde saat 21.15'ten sonra fırkasına bağlı 94. 95. ve 96. Alay kumandanlıklarına yazmış olduğu askeri emirde fırkasının nasıl hareket etmesi gerektiği konusunda alay kumandanlıklarına direktifler vermiştir. Bu direktiflerinde Mürsel Bey, Hamidiye Akdağ civarında ordugâh kurduğu anlaşılan bir alay piyade ile Pöske kuzeyindeki tepelerde bulunan ve cephede görülen düşmanın toplam olarak beş tabur piyade ve iki bölük süvari kadar tahmin olduğunu belirtmiştir. Mürsel Bey, mevziinin bütün cephenin kildi olduğundan düşmanın en önce taarruz edeceği yerin burası olmasına ihtimal verdiğini ifade etmiştir. Mürsel Bey, bundan dolayı fırkanın fevkalade müteyakkız olmasına ve baskına karşı tebliğ edilen emirler dairesinde emniyet ve keşf hizmetine dikkat edilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Mürsel Bey, Pöske ile Espaha Çayırı arasındaki boyunda 96. Alayın mangası bulunduğunu, geceleri cesur bir subay kumandasında otuz askerle ve 94. Alay tarafından da mevziinin kapatılmasının gerekli olduğu emrini vermiştir (ATESE, Bdh, Kls, 5072-39-039).

Kaymakam Mürsel Bey 28 Temmuz 1916 tarihinde saat 14.00'da düşmanın ilerleyişi ve kendi kanaatlerini ifade eden bilgileri 10. Kolordu Kumandanlığına bir rapor halinde bildirmiştir. Bu raporda; Mürsel Bey düşmanın 250 ile 300 kadar piyadesinin "*Başıaçık Tepesi'nin*" 500 metre kadar güneyindeki boyunda saat 13.00'da görülmüş olduğunu ve bu kuvvetin henüz hareket etmediği dikkate alınırsa burada mı kalacağı yoksa diğer bir yere gidip gitmeyeceğinin anlaşılamadığını ifade etmiştir. Mürsel Bey, Akadağ'ın güneydoğu sırtlarında 400-500 piyadenin hala tahkimat yapmakta olduğunu, Pöske'nin güneybatısındaki 50. Alay 3. Tabur cephesi doğusunda yaklaşık 3,5 km'lik mesafede düşmanın keşif kolları ve tarassutları görüldüğünü, Hamidiye, Akdağ gölü ve civarında görülebilir beş yerde 1500 kadar piyadeden müteşekkil ordugâh ile iki bölüklük süvari ordugâhı bulunduğu çeşitli raporlarla doğrulandığını kaydetmiştir. Mürsel Bey,

Pöske'nin kuzeyindeki tepeliklerde ve “*Kehuru'un*” 1 km batısındaki sırtlarda 30-40 piyadenin tahkimatla meşgul olduğu görüldüğünü, Kızılgüney tepelerinde düşmanın tarassudu bulunduğu gibi burada da 30-40 kadar piyadesi tahkimatla meşgul olduğunu, Peterek (Yalıköy) köyünün 1 km güneyinde 1 bölüklük ve adı geçen köyün kuzeydoğusunda fundalıklarda takriben 3 bölüklük süvari ordugahı olduğu tahmin edildiğini, Düşmanın görünen ordugahlarına nazaran Akdağ güneydoğusu sırtları Akdağ'ın hemen batısındaki tepeler Hamidiye-Akadağ'ın batısındaki sırtlar Pöske'nin kuzeyinde Kehurun batısındaki sırtlar ve Peterek kuzeydoğusundaki 2300 rakımlı tepe hattını tahkim ettiğini, buraya yerleşmek istediğini ve en ziyade Akdağ Hamidiye Akdağ yönlerine önem vermekte olduğunu ifade etmiştir (ATESE, Bdh, KIs, 5072-39-046-02).

Kaymakam Mürsel Bey, 29 Temmuz 1916 tarihinde saat 21.15'te Espaha Çayırı'ndan vermiş olduğu fırka emrinde Rusların nerelerde yoğunlaştıkları ve hangi yönlerden harekete geçtiği konuları hakkında bilgiler verdikten sonra emrinde bulunan 32. Fırka'nın nasıl hareket edeceği konusunda emirler de vermiştir. Mürsel Bey, fırka emrinde, düşmanın büyük oranda “*Canviren*” mezrasından 1 km doğudaki tepe ile Akdağ'ın batı yamaçlarında olduğu bilgisini verdikten sonra Canviren mezrasının tam kuzeyindeki tepede Akdağ'dan batıya uzanan hat üzerinde iki üç mangalık siperi olduğunu kaydetmiştir. Bununla birlikte Mürsel Bey, düşmanın Pöske kuzeyinde ve “*Kehür*”ün batısında baş hedefleri tesis ettiğini, cephelerinden görülebilen Akdağ'ın güneydoğusunda 800 mevcutlu 1 tabur, “*Canviren*” mezrasının doğusundaki tepede Akdağ Hamidiyesi civarında 5 grup halinde 1500 piyade ile 2 bölük kadar süvari, Pöske kuzey ve Kehur batısındaki tepelerde 30 piyade, Kızılgüney tepelerinde 1 izleme mevzii ile bir miktar piyade, “*Nalbant*” köyü kuzeydoğusunda 1 bölük ve kuzey doğusundaki fundalıklarda 2 bölük kadar süvarisi bulunduğu bilgisini vermiştir. Ayrıca Mürsel Bey, fırkanın bu gece ve yarın dahi düşmanın bir taarruzuna karşı olağanüstü uyanık bir şekilde bulunması gerektiği, emniyet için keşif faaliyetinin yapılması ve alayların birbirine yardım etmesi emrini vermiştir. Mürsel Bey, İhtiyatta bulunan 94. Alay ve makinalısının Espaha Çayırı'nın 700 metre kadar kuzeyindeki dereye 15 Temmuz 1916'da saat 16.00'da nakl edildiğini bildirmiştir. Mürsel Bey, bu alayın geceleri Espaha Çayırı-Pöske boynuna gönderdiği bir subay kumandasındaki 30 askeri eskiden olduğu gibi yine göndermesini ve bu müfrezenin icabında 96. Alay Kumandanından emir ve talimat alması gerektiğini emr etmiştir. Mürsel Bey, bu müfrezenin gündüzleri 94. Alay'a katılması gerektiğini, İstihkâm Bölüğünün Espaha

Çayırı kuzeyindeki tepede 95. Alay, 96. Alay Kumandanlarının nezaretini ve bu alay askerlerinin de yardımıyla topçu ve makinalı desteğinden de istifade ederek 32. Fırka Kumandanlığının arazi üzerinde gösterdiği tahkimatı vücuda getirmeleri gerektiği talimatını vermiştir. Mürsel Bey, bu alayların iaşelerinin Melik Şerif köyü menzil ambarlarından, cephanenin ise karargâhtaki cephane kolundan temin edileceğini bildirmiştir (ATESE, Bdh, Kls, 5072-39-050).

Yukarıda da ifade edildiği üzere 3. Ordu'da Kolordu teşkilatı kaldırılmış ve mıntika teşkilatı kurulmuştur. Bu kapsamda mıntika teşkilatı 7 kısma ayrılmıştır. Bu mıntika teşkilatında Kaymakam Mürsel Bey ve 32. Piyade Fırkası, kumandanlığını 30. Piyade Tümeni Kumandanı Miralay Bahattin'in icra ettiği 3. Kısım Kumandanlığı bünyesinde yer almıştır. 3. Kısım kumandanlığına bağlı Kaymakam Mürsel Bey ve 32. Piyade Fırkası Miryonun köyü-Çatalklise Kamberağa köyü arasında yerini almıştır. (Harp Akademisi Komutanlığı, 1982, s. 16; Genel Kurmay Başkanlığı, 1993, kroki 65). 3. Ordu Kumandanı Vehip Paşa, 19 Ağustos 1916'da mıntika kumandanlıklarına yukarıda bahis olunan plan çerçevesinde Rusların elinde bulunan Merekler-2506 rakımlı tepe- Kıranhan boğazı- 2760-2740-2930 rakımlı tepeler-Mengünt-Sarışeyh hattının zapt edilmesi emrini vermiştir. Böylece 10 günlük bir hazırlıktan sonra taarruz 31 Ağustos 1916 günü saat 03.00'te başladı (Genel Kurmay Başkanlığı, 1993, s. 386).

Kaymakam Mürsel Bey, bu dönemde haritada Erzincan Refahiye ilçesinde Giresun sınırına yakın bir mevkiye Kamberağa-Söğüdü hattında Rusları karşılamak için konum almaya çalışmıştır. Bu durum 8 Ağustos 1916 tarihli firkaya bağlı 96. Alay Kumandanlığına yazılmış emirlerinden anlaşılmaktadır. Fırka emir yazısında Kaymakam Mürsel Bey, süvari fırkası kıtaatı "*Çatak*" yazısının kuzeyindeki tepelyi işgal ettiğini haber vermiştir. Mürsel Bey elindeki haritadan hareketle kurulması gereken ileri karakolunun "*Klise*" yazısı olan sırta yerleştireceğini kararlaştırırken, emrindeki bölüğe yapacağı ve müdafaa edeceği siperlerde gündüz durmamalı emrini vermiştir. Mürsel Bey, bununla beraber düşmanın askerlerimizin gece nöbet bekleyeceği yeri gündüzden öğrenmemeleri gerektiği şeklinde açıklamıştır. Bunu sağlamak için Mürsel Bey muhtelif yerlerde sahte siperler yapılması emrini vermiştir (ATESE, Bdh, Kls, 5074-47-17-001). Bundan sonra yine aynı tarihte saat 17.00'de yazılan bir fırka emrinde Kaymakam Mürsel Bey, "*Çatak Klise'si*" kuzeyinde bulunan süvari fırkasıyla "*Söğüdü*" doğusunda bulunan 19. Fırkaya bir hizada bulunmak üzere "*Çatak Klise'si*" mevkiinde yer alan tepenin işgal emrini vermiş ve tepenin tam olarak yerini de tarif

etmiştir. Mürsel Bey bu tepenin Çatak Kilise'nin doğusundaki sırtlar olduğunu söyleyerek harekâta başlamadan önce ilk olarak bu tepelere keşif kolları sevk edilip buraların keşfedilmesi ve bu keşif kollarının bu tepelerde kalarak duruma dair bilgi vermesi gerektiği emrini vermiştir (ATESE, Bdh, Kls, 5074- 47-17).

Kaymakam Mürsel Bey, keşif kollarından gelen bilgileri 10. Kolordu Kumandanlığına, 30. Fırka Kumandanlığına ve Süvari Fırkasına bildirmiştir. Nitekim Mürsel Bey, 15 Ağustos 1916 tarihinde saat 11.20'de Kamberağa'dan göndermiş olduğu bir raporda bu bilgileri göndermiştir. Raporda Mürsel Bey, düşman topçu mevzilerinin (Kurugöl'ün güneybatısında) bulunduğunu, gerisinden 50 kadar piyadesinin kuzeye (süvari fırkasına doğru) giderek kaybolduğunun topçu gözetleme subayından öğrenildiğini, İki Sivri'de bulunan düşman nöbetçilerinin alışıldığı gibi müsait gördükleri hedeflere ateş etmekte olduklarını, bilgilerini vermiştir (ATESE, Bdh, Kls, 5074- 47-37-001).

Kaymakam Mürsel Bey, gözetleme faaliyetleri bilgilerini hiyerarşik yapıya uygun olarak üstlerine gönderirken aynı zamanda fırsatını buldukça taarruz inisiyatifi olarak hareket etmiştir. Nitekim Mürsel Bey, 21 Ağustos 1916 tarihinde saat 05.28'de 94. Alay, 95. Alay ve 96. Alay Kumandanlıklarına göndermiş olduğu bir emirde; 94. Alay ve 96. Alay birbirleriyle irtibatlarını muhafaza etmeleri gerektiğini ve kendi sahalarındaki durumdan sık sık verecekleri raporlarla fırkayı haberdar etmeleri gerektiğini bildirmiştir. Bununla beraber Mürsel Bey, bir keşif kolunun cepheye sevkini emir etmiş, bu keşif koluna düşmanın sessizce çekildiğini anladığı takdirde hemen "İkisivri'nin" işgal edilmesi gerektiği talimatını vermiştir (ATESE, Bdh, Kls, 5074- 50-07).

Kaymakam Mürsel Bey, yukarıda bahsedilen keşif ve gözetleme faaliyetlerinde başarılı olmuştur. Nitekim 29 Ağustos 1916 tarihinde Karyatağı'ndan 3. Kısım Kumandanlığına gönderilen bir rapordan⁴ anlaşıldığına göre Mürsel Bey'in iki Rus askerini esir aldığı anlaşılmaktadır. Raporda esir alınan iki Rus askerinin sorgulanması sonucunda düşman hakkında çok önemli bilgiler elde edildiği görülmektedir. Mürsel Bey, 28-29 Ağustos 1916 tarihinde saat 22.00'de 95. Alay cephesinde yakalanan 17. Türkistan Alayı'nın 1. Taburunun 2. Bölüğünden Plotki eyaletinden Adolf Gardnavalo ile Katrina Slaviski eyaletinden Yahcın Frey isimindeki Alman anasına mensup iki Rus neferinin ifadelerine göre cephedeki Rus alaylarının

⁴ Raporun aslı için bkz: Ek 2.

nerelerde buldukları ve taburlarının mevcutları hakkında bilgi edinildiğini ve yapılan sorgulama sonucunda diğer bilgilerin de elde edildiğini söylemiş ve sorgulama hakkında daha geniş bir bilgi vermiştir. Mürsel Bey, bu iki askerden Rusların geceleri tahkimat ve gündüzleri zeminlik yaptıklarını, Rus subaylarının kışı şimdiki buldukları hatta geçireceklerini ve her bölük için ikişer askerlik dört zeminlik yaptıklarını, Bayburt ve Erzincan'ın Ruslar tarafından zaptını müteakip Grandük Nikola Vokolaviç'in Bayburt'a ve oradan Erzincan'a geldiğini öğrenmiştir. Mürsel Bey yapılan sorgulama sonucu Osmanlı Ordusu cephesindeki Rus birlikleri hakkında daha ayrıntılı bilgilere ulaşmıştır. Bu bilgilere göre 17. Türkistan Alayı 32. Fırka cephesindedir. Bu alayın 1. Taburu "İkisivri'de" mevzidedir. İkisivri mevziinden kuzeye doğru sıra ile 4. Tabur ve 2. Tabur vardır. 3. Tabur ihtiyattadır. Her taburda iki makineli tüfek vardır. 1. Taburdaki iki tüfekten biri geceleyin mevzide konuşlandırılırken diğeri bölük merkezinde tutulmaktadır. Alay kumandanları Miralay Kerasimof, 1. Tabur Kumandanı Mennikof'tur. İkisivri'de top yoktur. 18. Türkistan Alayı mıntıkasında Kurugöl batı tarafındaki "Geztepe" civarında top bulunmaktadır. Kolordu kumandanın Bayburt'ta, fırka kumandanın ise Erzincan'da olması muhtemeldir. 4. Fırkanın nerede bulunduğu bilinmemektedir. Bayburt cephesinde 3 obüs vardır. Birisi bozuk, diğerleri kullanılmaktadır. Bölüklerin mevcudu 180.000 askerdir. Bununla beraber 1918 yılında mayıs ayında silahaltına alınacaklardan her alaya 500 asker alınması planlanmaktadır. Bugünlerde Osmanlı ordusunun taarruz edeceğinin bilgisini almışlardır. Bu nedenle subayları özellikle geceleyin ileri karakol hizmetlerinde dikkatli olmaları ve mevzilerini fedakârane savunmalarını istemişlerdir. Osmanlı 2. Ordusunun taarruzu üzerine Rus sol cenah ordusu geriye çekilmiştir. İaşenin kötülüğü ve elbisesizdik sebebiyle Rus askerlerinin Erzurum'u muhafaza edebileceklerine inançları kalmamıştır. Ayrıca esir askerler Erzincan'ı aldıktan sonra taarruz ederek şimdiki mevziye çekilinceye kadar iaşelerinin iyi olduğunu, fakat şu an itibariyle iâşe durumunun kötü olduğunu, pahalılık sebebiyle Kafkasya'daki şehirlerde isyan çıktığı bilgisini de vermişlerdir (ATESE, Bdh, Kls, 5074- 47-50).

Yukarıda da ifade edildiği üzere ilerde ismi Karadağ-Çimendağı muharebesi diye adlandırılacak olan ileri harekât 31 Ağustos 1916 günü saat 03.00'te başlamıştır. Taarruzun hedefi üç bölgeyi ele geçirmek olmuştur. Bunlar Kuzeyde Çimendağ (10.Tümen), ortada Karadağ (30.Tümen) ve güneyde Yeniköy (9. Tümen) dür. Harekât 30. Tümen Kumandanı Albay Bahaettin Bey tarafından idare edilmiştir. Taarruz Saat 03.00'de planlandığı şekilde başlamıştır. Böylece düşman ileri mevzileri ele geçirilmiştir. Buna

karşı Ruslar ileri hatlarını takviye ederek mukavemette bulunmuşlardır. Bu muharebede Kaymakam Mürsel Bey ve 32. Piyade Fırkası 30. ve 9. Piyade tümenleri arasında İkisivri tahkimli bölgesine tespit taarruzu yapmıştır⁵ (Harp Akademisi Komutanlığı, 1982, s.14-15; Genel Kurmay Başkanlığı, 1993, s. 388).

Saat 09.50'de her iki taraf arasında muharebeler şiddetlenmiştir. Fakat tüm birlikler düşman topçusunun etkili atışı altında kalınca fazla zayıt verilmeye başlanmıştır. Tatlı Tepe'de (sonradan adı Şehit Tepe olmuştur) ordunun zayıtını gören Albay Bahaettin Bey, 2. Mıntika topçusunun düşmana karşı daha etkili bir şekilde kullanılmasını sağlamak ve 17. Tümen Komutanı ile görüşmek üzere gözetleme yerindeki telefon hattının yanına giderken Rus topçusunun bombardımanında yaralanmış ve sonrada şehit olmuştur (Harp Akademisi Komutanlığı, 1982, s. 16). Bunun üzerine Kaymakam Mürsel Bey 3. Kısım Komutanlığına atanmıştır. Bundan sonra 3. Ordu Komutanı taarruzun devamına olanak sağlanamayacağı ve taarruza devamın asıl mevziyi riske atacağından 31 Ağustos - 1 Eylül 1916 gecesini asıl mevziye geri çekilme emri vermiştir (Genel Kurmay Başkanlığı, 1993, s.388). Böylece kıtalar buldukları mevziileri işgal ve tahkime başlamış ve 3. Ordu Komutanlığından gelen emirle düşmanın herhangi bir taarruzu karşısında tutulan yerlerin savunulması istenmiştir. Neticede düşmanın taarruzu meydana gelmiş ve karşı taarruz gerçekleşmiştir. Bu taarruz sonucunda düşman Çimen Dağı'nın en yüksek noktasına geri çekilmiş aynı şekilde Karadağ'ın batı yamacı ve Yeniköy tamamen ele geçirilmiştir (Harp Akademisi Komutanlığı, 1982, s. 17).

Üçüncü Kısım Kumandanlığını uhdesine alan Kaymakam Mürsel Bey, yukarıda anlatılan süreçte emrindeki alaylarla düşman tarafına taarruzlarda bulunmuştur. Bu taarruzların nasıl gerçekleştirildiği Mürsel Bey'in 94, 95 ve 96. Alay Kumandanlıklarına göndermiş olduğu elde edilebilen belgelerden anlaşılmaktadır. Kaymakam Mürsel Bey, Karyatağı'ndan 2 Eylül 1916 tarihinde saat 22.45'te 94, 95 ve 96. Alay Kumandanlıklarına gönderdiği emirde Söğütlü-Kurugöl yolunun kuzey kısmında bulunan "Yayataburu" mıntikasının bu gece 32. Fırka tarafından teslim alınacağını, mıntikanın teslim alınması için 96. Alay'ın kendi sol tarafında bulunan 95. Alay'ın sağ tarafındaki bölüğün mevziini teslim alması gerektiği ve 95. Alay'ın da 94. Alay'ın ileri karakol mevziini teslim alması gerektiği, 94. Alay'ın da ilaveten yaya taburunun mevziini bir taburuyla teslim almasını ve hareketin

⁵ Kaymakam Mürsel Bey ve 32. Piyade Fırkasının bulunduğu yer için bkz: Ek 3

hızlandırılmasını gerektiğini bildirdikten sonra gün doğmadan önce değişikliğin yapılması ve yapılan değişikliklerin fırkaya bildirilmesini emrini vermiştir (ATESE, Bdh, Kls, 5074-47-68). Yine Karyatağı'ndan 3 Eylül 1916 tarihinde saat 21.50'de 96. Alay'a gönderdiği bir emirde Mürsel Bey, adı geçen alayın sol taraftan ve merkezden tasarruf edeceği kuvvetleri “*Yanık Vadisi*” tarafına sevk etmeleri gerektiğini belirttiikten sonra Yanık Vadisi'nin gözetlenmesini ve Karadağ'da meydana gelen olayları dikkatle takip edip, gerekirse alayın yönünü güneye doğru kırılması emrini vermiştir (ATESE, Bdh, Kls, 5074- 47-79-001).

Üçüncü Kısım ve 32. Fırka Kumandanı Mürsel Bey, Karyatağı'ndan 94. Alay Kumandanlığına 3 Eylül 1916 tarihinde göndermiş olduğu başka bir emirde hudut taburlarının düşmandan gizli olarak Yassitepe doğusundaki toplanma hattında bulunan 4. Alay Karargâhına hareket etmelerini bildirip, 94. Alay Kumandanının hudut taburlarının ne zaman hareket ettiğini kendisine bildirmesini istemiştir (ATESE, Bdh, Kls, 5074-47-79-002).

SONUÇ

Çalışmada Kaymakam Mürsel Bey'in 26 Temmuz 1916 tarihinden 3 Eylül 1916 tarihine kadar ATESE arşivinden elde edilebilen belgeler üzerinden Birinci Dünya Savaş'ında Doğu Cephesinde Erzincan'daki faaliyetleri ele alınmaya çalışılmıştır.

Mevcut belgelerden ve diğer çalışmalardan edinilen bilgiler Kaymakam Mürsel Bey'in Erzincan'daki faaliyetlerini ve Rus ordusuna karşı vermiş olduğu mücadeleyi ortaya çıkarmıştır. Bu kapsamda Mürsel Bey ve emrindeki 32. Süvari Tümeni, Rus Ordusu ilerleyişi karşısında Erzincan'ın kuzeyinde Pöske ve Espaha Çayırı arasındaki mevziden başlamak suretiyle Türk ordusunun ricatı çerçevesinde doğuya doğru Refahiye kazası kırsalına kontrollü bir şekilde çekilmiştir. Mürsel Bey, Türk ordusunun bahsedilen bu ricatında bir süvari kumandanı olarak keşif, gözetleme, muharebe ve nöbet gibi görevlerde Rus ordusuna karşı olabildiğince mukavemet göstermiştir. Hatta gözetleme ve keşif görevlerinde iki Rus askerini de esir alarak Rus Ordusunun durumu hakkında önemli bilgiler elde etmiştir. Muharebe görevinde ise Erzincan Refahiye kırsalında meydana gelen Karadağ-Çimendağı Muharebesi'nde sorumluluk bölgesi olan İkisivri bölgesine tespit taarruzu görevini ifa etmiştir. Bunla birlikte Karadağ-Çimendağı taarruzunda emrinde bulunduğu 3. Mıntıka Kumandanı Bahaettin Bey'in şehit olmasından sonra adı geçen 3. Mıntıka Kumandanlığını üzerine alarak Rusların geri

çekilmesiyle sonuçlanan Karadağ-Çimendağı Muharebesi'ni devam ettirmiştir.

KAYANAKÇA

Arşiv

Genelkurmay Askerî Tarih ve Stratejik Etüt (ATASE), Birinci Dünya Harbi,

- ATASE, BDH, KLS, 5071, 34-21-004.
ATASE, BDH, KLS, 5071, 34-28.
ATESE, BDH, KLS 5072 ,39,030-03.
ATESE, BDH, KLS, 074- 47-79-001.
ATESE, BDH, KLS, 5072-39-038-03.
ATESE, BDH, KLS, 5072-39-039.
ATESE, BDH, KLS, 5072-39-046-02.
ATESE, BDH, KLS, 5072-39-050.
ATESE, BDH, KLS, 5072-39-050.
ATESE, BDH, KLS, 5074- 47-17.
ATESE, BDH, KLS, 5074- 47-37-001.
ATESE, BDH, KLS, 5074- 47-50.
ATESE, BDH, KLS, 5074- 47-68.
ATESE, BDH, KLS, 5074- 47-79-002.
ATESE, BDH, KLS, 5074- 50-007
ATESE, BDH, KLS, 5074-47-17-001

Diğer Arşivler

- Kara Harp Okulu Tarihî Arşivi, 27 Numaralı Künye Defteri.
Meclis Kütüphanesi Arşivi, Devre VII. T.B.M.M. Mebuslar için Tercümeihal Belgesi.
MSB Arşivi, Mürsel Paşa Şahsî Dosyası, Askerlik Safahatı Belgesi..
TBMM Arşivi, Mürsel Paşa Şahsi Dosyası, Devre VII., No 483, Kutu No:39.

Kitap ve Makaleler

- Armaoğlu, F. (2006). *20. Yüzyıl Siyasi Tarihi (1914-1995)*, Kronik Kitap, İstanbul.
- Balkan, R. (2006). *Birinci Dünya Savaşı'nda Doğu Cephesi'nde Sağ Kanat Harekâtı*, Genelkurmay Basımevi, Ankara,
- Çakmak, F. (1936). *Büyük Harpte Şark Cephesi Hareketleri Şark Vilayetlerimizde, Kafkasya İran'da (1935'de Akademide Verilen Konferanslar)*, Genelkurmay Matbaası, Anakara.

- Erickson, E. J. (2011). *Dünya Savaşı Tarihi Birinci Dünya Savaşı'nda Osmanlı 1914-1918*, Cilt IV, Timaş Yay., İstanbul.
- Genel Kurmay Başkanlığı (1993). *Birinci Dünya Harbinde Türk Harbi Kafkas Cephesi 3. Ordu Harekâtı Cilt II*, Genelkurmay Basımevi, Ankara.
- Harp Akademisi Komutanlığı (1982). *Birinci Dünya Savaşında Erzincan ve Dolaylarında Cereyan eden Türk-Rus Muharebeleri*, Harp Akademileri Basımevi, İstanbul.
- Karakuş, S.E. (2021). "Mürsel Bakü (1881-1945)", *Atatürk Ansiklopedisi*, Atatürk Kültür Dil ve Tarih Yüksek Kurumu – Atatürk Araştırma Merkezi Başkanlığı Yayınları. Ss. 1-5.
- Karal, E. Z. (1999). *Osmanlı Tarihi, IX. Cilt*, T.T. K. Yay. Ankara.
- Kayalan F. (2013). "Mürsel Paşa (Bakü)'nın Askeri ve Siyasi Faaliyetleri", Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Kayalan F. (2021), *Azerbaycan'ın İstiklal Mücadelesinde Adı Konuşulmayan Komutan Mürsel Bakü Paşa ve Onun Bir Mektubu*, Soğuk Savaş Sonrası Sosyal, Ekonomik ve Siyasal Gelişmeler Bağlamında Güney Kafkasya, İzmir.
- Nikolski, General, *Sarıkamış Harekâtı, (12-24 Aralık 1914)*, İkinci Baskı, Çev: Emekli Kaymakam Nazmi, Genelkurmay Basımevi, Ankara 1990.
- Toker, H. Aslan, N. (2009). *Birinci Dünya Savaşına Katılan Alay ve Daha Üst Kademedeki Komutanların Biyografileri*, Cilt III., Genelkurmay Basımevi, Ankara.
- Türk İstiklal Harbi'ne Katılan Fırka ve Daha Üst Kademelerdeki Komutanların Biyografileri*,(1989). Genelkurmay Basımevi, İkinci Baskı, Ankara.

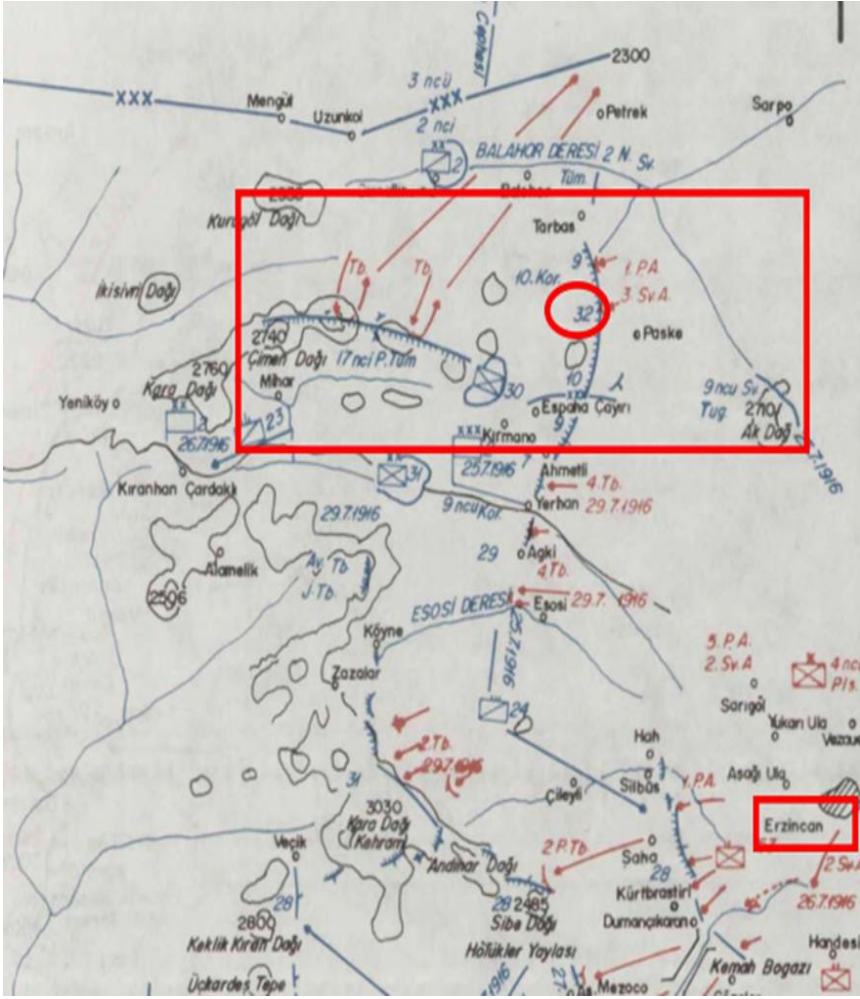
Gazeteler

Vatan, "İki Millet Vekili vefat etti.", 23 Eylül 1945, s.1.

Ekler

Ek 1

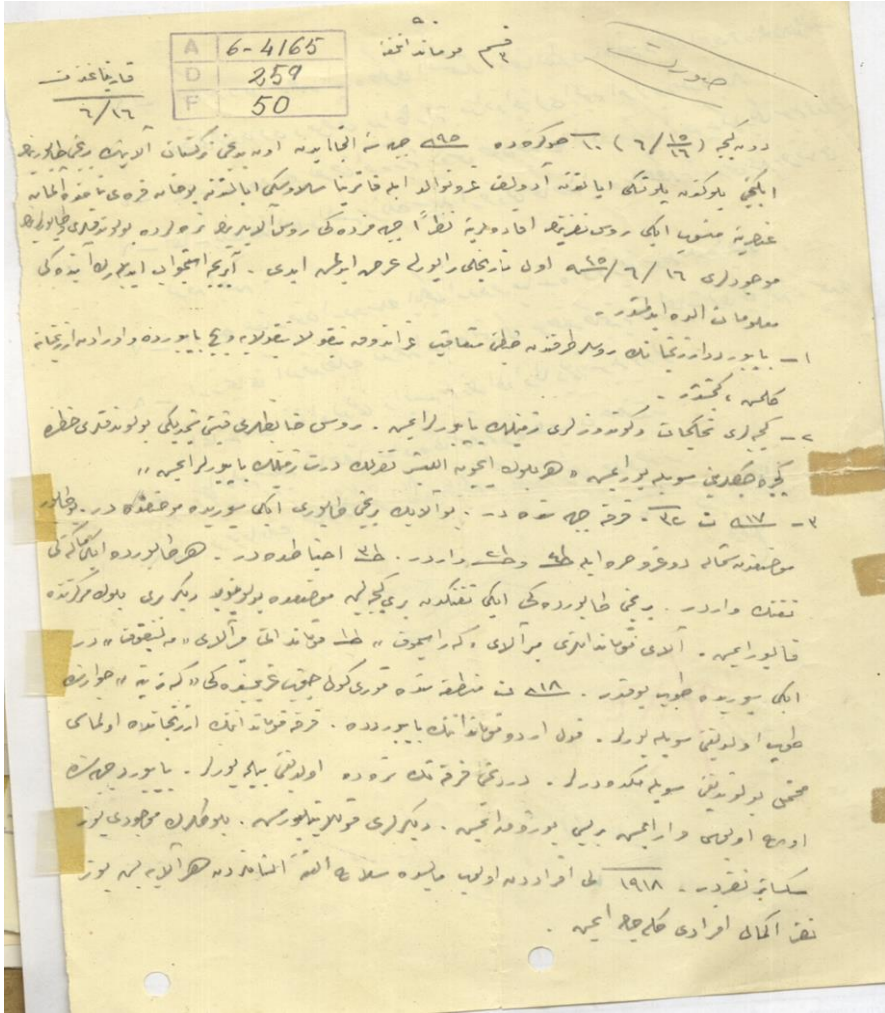
25-29 Temmuz 1916 tarihinde Kaymakam Mürsel Bey ve 32. Süvari Fırkası



Genel Kurmay Başkanlığı, Birinci Dünya Harbinde Türk Harbi Kafkas Cephesi 3. Ordu Harekâtı Cilt II, Genelkurmay Basımevi 1993, Kroki: 6

Ek 2

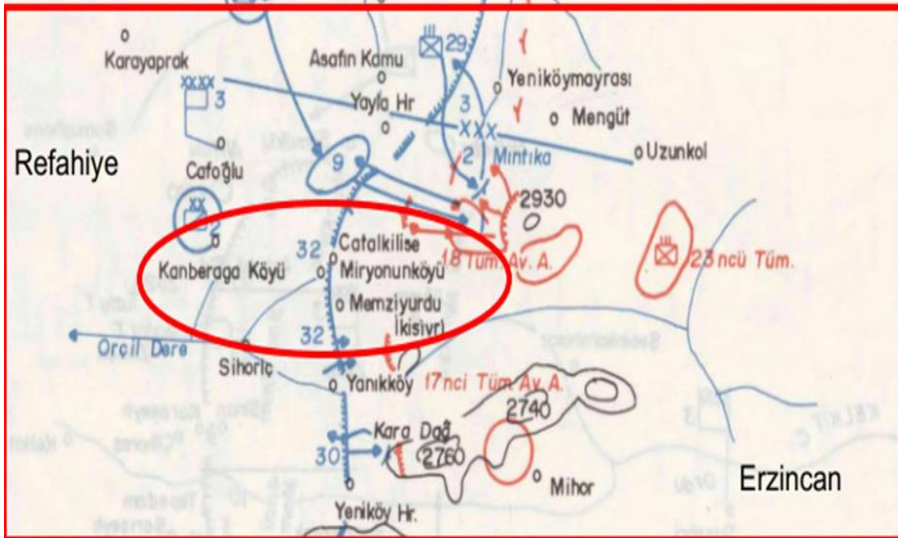
Kaymakam Mürsel Bey'in iki Rus askerini esir aldığını ve sorguladığını anlatan belge



ATESE, BDH, KLS, 5074- 47-50

Ek 3

31 Ağustos 1916 tarihinde Kaymakam Mürsel Bey ve 32. Süvari Fırkası



Genel Kurmay Başkanlığı, Birinci Dünya Harbinde Türk Harbi Kafkas Cephesi 3. Ordu Harekâtı Cilt II, Genelkurmay Basımevi 1993, Kroki: 65

BÖLÜM 11

KİLİS’TE MÂNİ SÖYLEME GELENEĞİ*

Dr. Öğr. Üyesi Gülsüm TARÇIN¹

Fatma ACARLIOĞLU²

*Bu makale Dr. Öğr. Üyesi Gülsüm TARÇIN danışmanlığında Fatma ACARLIOĞLU tarafından hazırlanan “Kilis Mâni Söyleme Geleneği ve Kilis Mânileri” adlı yüksek lisans tezinden faydalanılarak oluşturulmuştur.

¹ Kilis 7 Aralık Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı, Kilis, Türkiye. E-posta: gulsumentar@hotmail.com. ORCID: 0000-0002-6218-6862.

² Kilis 7 Aralık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı, Kilis, Türkiye. E-posta: fatmaacarlioglu@hotmail.com ORCID: 0000-0002-2628-457X.

GİRİŞ

Mâni Türkçe Sözlük'te "Genellikle birinci, ikinci ve dördüncü dizeleri uyaklı olan, daha çok hecenin yedili ölçüsüyle söylenen halk şiiri" olarak tanımlanmaktadır (Türkçe Sözlük, 2011, s. 1620). "Mânâdan mâni. Halk ağzında mânâ sözcüklerinden anlaşılan örnek alıcı, öğretici, birine bir konuyu sezdirici anlamlar çıkarılır. Dörtlük türünden bir koşuk olan mâni de, belli bir olayı, bir duyguyu başkalarına sezdirmek, duyurmak için söylendiğinden bu adı almıştır" (Eyuboğlu, 2004, s. 474).

Bugüne kadar mâni ile ilgili birçok araştırmacı tarafından da birçok tanım yapılmıştır: "Anonim (söyleyicisi belli olmayan) Halk Edebiyatı mahsüllerinin en yaygın olanlarından biridir. Türk hece vezninin çoklukla yedili veya sekizlisi ile dört mısralık bir bütün içinde kendine mahsus ezgisi ile söylenen manzumelere mâni denir" (Elçin, 1990, s. 7). "Bilhassa her mısra yedi heceli ve birinci ikinci ve dördüncü mısraları kafiyeli olan ilk mısranın ikinci beyitle alâkası olmayan nazımlardır. Türk nazım şekillerinin en eskilerinden biridir" (Onay, 1996, s. 72). Kaya ise mânileri, "Az sözle çok anlamın ifade edildiği, sevda konusu ağırlıkta olmak üzere hemen her konuda söylenmiş, yedi heceli, müstakil dörtlükten oluşan anonim şiiirdir", şeklinde tanımlamaktadır (2004, s. 30, 2007, s. 468). Bu tanımlardan yola çıkarak, "Mâni, az söz ile çok anlam ifade eden, her konuda söylenen, genellikle yedi heceli ve dört mısradan oluşan, üçüncü mısraları serbest diğer mısraları ise kendi arasında kafiyeli olan, her coğrafyada farklı adlarla da olsa yaygınlaşmış bazen icracısının bilindiği çoğunlukla anonim olarak bilinen, belli bir ezgi ile söylenen Anonim Türk halk edebiyatının zengin ürünleridir" denilebilir.

Anadolu'nun çeşitli yörelerinde maniye; bayatı, çın, ficek, hoyrat, karşı beri, mana, mantuhar, meani, şın denilir (Çatıkkaş, 1996, s. 17; Oktürk, 1998, s. 11; Güleç, 2002, s. 310; Kaya, 2007, s. 469; Albayrak, 2010, s. 372; Aslan, 2010, s. 112; Boratav, 2013, s. 192; Artun, 2015, s. 8). Bunların dışında mahalle bekçileri tarafından "beyit", "destan", "tekerleme" gibi isimlerle de anılmıştır (Ünsal, 2011, s. 4). Bazı yerlerde ayrı bir tür gibi düşünmeden türkü denilmektedir (Türk Ansiklopedisi, 1976, s. 259). Halay çekilirken karşılıklı söylenen mâni yapılı türkülere berete adı verilmektedir (Artun, 2015, s. 8).

Mânilerin sözlü kültür ortamlarında Anadolu'nun birçok yöresinde bir gelenek içinde söylendiği bu alanda yapılan çeşitli araştırmalardan bilinmektedir. Mâni söyleyicileri ve mâni söyleme yöreden yöreye çeşitli adlar alabilmektedir. Buna göre, şu bilgileri vermek mümkündür:

Mâni söyleme, belirli kuralları olan, yüzyılların deneyimlerinden süzülerek biçimlenerek günümüze ulaşmış bir gelenektir. Mânilerde o yörede yaşayan insanın düşünce yapısı, beğenisi, dertleri ortak kültürün sergilenişi görülür (Artun, 2006, s. 59, 2015, s. 7). Mâni söyleyen insanlar söyleyemediği duygularını mânilerle anlatırlar. Mâniler küçük yapılarına rağmen üzerine söylenmedik herhangi bir konunun bulunmaması nedeniyle zengin bir içerik oluşturmuştur. Duygu ve düşünce aktarmanın yanında mesaj vermek, haberleşmek, eğlenmek, vakit geçirmek, törenleri yürütmek, yol göstermek gibi birçok işleve sahiptir (Kurt, 2020, s. 1377). Mânilerdeki amaç bir araya gelen kişileri eğlendirmek ve eğlendirirken de psikolojik olarak rahatlama yaşatmaktır (Alptekin, 2021, s. 164). Halk arasında mâni söylemek için, “mâni yakmak”, “mâni düzmek”, “mâni atmak gibi terimler kullanılır (Batur, 1998, s. 111). Mâni söyleyene de “mânici” “mâni yakıcı” veya “mâni düzücü” denilir (Güleç, 2015, s. 79). Mâni icra edenler, resmi eğitim almamış olmamasına rağmen, bir profesyonel gibi konuya hâkimlerdir (Öğüt Eker, 1999, s. 1002). Mâniler belirli bir makam ya da ezgi ile söylenir. Mâniler, söyleyicilerinin dilinde özel bir ezgiyle okunur. Ezgi, mâninin icra ortamına göre ağır veya hareketli olarak değişiklik gösterir (Erol, 2012, s. 226). Türkü ezgisiyle söylenen mâniler eşliğinde kadınlar erkekler oynarlar (Artun, 2015, s. 11).

1. KİLİS’TE GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE MÂNİ SÖYLEME GELENEĞİ

Mâni söyleme geleneğinin tarihi ve kültürel unsurlara katkısı bulunmaktadır. Mâni söyleme geleneği Türk halk kültüründe yaygın olarak devam etmektedir. Mâniler söylendikleri bölgelerin kültürel, sosyal, siyasi yapısının izlerini taşımaları nedeniyle nesiller arasında bir köprü oluştururlar. Kısa ve kafiyeli yapıya sahip olmaları nedeniyle kolay ezberlenebilen mâniler halk arasında kolaylıkla yayılmıştır. İnsanlar çeşitli duygu, düşünce, isteklerini dile getirirken mânilere başvurmuşlardır. Mâni söyleme geleneği, yüzyılların deneyimlerinden süzülerek biçimlenmiş, kuşaktan kuşağa aktarılarak günümüze ulaşmış ve hâlen canlı olarak yaşatılan bir gelenektir (Kaya Çakı, 2020, s. 21). Köse, mâni söyleme geleneğinin hâlâ yaşadığını ancak giderek değiştiği veya çeşitli sebeplerle zayıfladığı, farklı konularda mânilerin ortaya çıkmasının televizyon ve bilgisayarın hayatımızda çok büyük yeri olmasından kaynaklandığını düşünmektedir (2008, s. 299).

Yüzyıllardır sözlü ortamda varlığını sürdüren mâniler, Kilis’te hem metin hem de mâni söyleyicilerinin tutumları ile kendilerine has birtakım

özelliklerle şekillenmiş ve böylece mâni söyleme geleneği ortaya çıkmıştır. Kilis'te mâni söyleme geleneği eskisi kadar yaygın olmamakla beraber devam etmektedir. Kilis ve mâni denilince akla ilk olarak Kilisli Muallim Rıfat Bilge gelmektedir. Mâniler kitabını Muallim Rıfat 1928'de yayınlamış, eserde 1760 mâni örneği bulunmaktadır; fakat mânilerin tamamı Kilis mânileri değildir (Erol, 2012, s. 352). Rıfat Bilge, Kilis'te yaşarken mâni toplamaya başlamamıştır. Beğendiği mânileri ezberlemiştir. İstanbul'a gittikten sonra mânileri toplamaya başlamıştır. Kilisli Rıfat Bilge Anılar ve İnsanlar isimli kitabında ise mâniye ait genel bilgiler verir. Mâni okuyanlara hanende (mânici) denildiğini söyler. Türklerde mâni okuma geleneğinin çok eski olduğunu ileri sürer. Kadınların erkeklerden daha çok mâni söylediğini, Anadolu'da küçük kız çocuklarının bile mâni bildiğini söyler. Kilis kadınlarının her konuda hemen mani söyleyebileceğini, anne ve babasının da çok iyi mâni bildiğini belirterek şu anılarını anlatmıştır:

“Çocukluğumda belki sekiz yaşında idim. Bir kına gecesini temaşaya gitmiştim. Gelin hanım elleri, ayakları kınalamış, gözleri sürmelenmiş, yüzü yazılmış, giyinmiş, kuşanmış bir tavus olmuş. Bir sandalye de süzülmuş oturuyordu. Derken oğlan evinden gelinciler, yani kadınlar geldiler. İçlerinden ma'ni bilenler birkaç ma'ni söyledi. Fakat bir tanesi acı ma'ni okudu. Gelin hanım ağladığı gibi başkaları da ağladılar. Meğerse kız öksüz imiş. Okunan mâni şudur:

*Kekliğim seker ağlar
Tüyünü döker ağlar
Anasız gelin olan
İçini çeker ağlar*

Kızın o halini gören kadınlar ma'ni söyleyen kadını ayıpladılar: Kadın dilin tutulsun. Buldun buldun da bu ma'niyi mi buldun? Yavrucağın gönlüne dokundun, yarasına tuz attın! Dediler. Ben de bu ma'niyi o zaman ezberledim (1997, s. 11).

Kilis'te önceki yıllarda mâniler kâğıtlara yazılı olarak dolaştırılırdı. Sevdiği ile birleşemeyen kişiler mâniler söylerdi (KK-6).

Kilis ilinde maniye verilen isimler ise “mâni” ve “mâni yakmak” tır (KK-1; KK-2; KK-3; KK-4; KK-5; KK-13; KK-14; KK-15; KK-18; KK-19; KK-29; KK-30; KK-31; KK-32; KM.33; KK-36; KK-37; KK-42; KK-44; KK-48; KK-54; KK-61; KK-73; KK-74; KK-75; KK-83; KK-85; KK-92). Kilisli Rıfat Bilge de Anılar ve İnsanlar isimli kitabında İstanbul'da mani Kilis'te ma'ni denildiğini söylemiştir (1997, s. 9). Fakat Ahmet Elmalı'nın

“Kilis’te Anonim Halk Edebiyatı Örnekleri ve Mâniler” kitabında yer alan bir mânide “avaz” denildiği de tespit edilmiştir:

Mâniye avaz derler
Güzele beyaz derler
Kime derdimi yansam
Bu dert sana az derler (Elmalı, 2012, s. 75).

Kilis mânileri doğaçlama olarak söylenir (KK-1; KK-2; KK-3; KK-4; KK-5; KK-6; KK-7; KK-8; KK-9; KK-10; KK-11; KK-12; K.13; KK-14; KK-15; KK-16; KK-17; KK-18; KK-19; KK-20; KK-21; KK-22; KK-23; KK-24; KK-25; KK-26; KK-27; KK-28; KK-29; KK-30; KK-31; KK-32; KK-33; KK-34; KK-35; KK-36; KK-37; KK-38; KK-39; KK-40; KK-41; KK-42; KK-43; KK-44; KK-45; KK-46; KK-47; KK-48; KK-49; KK-50; KK-51; KK-52; KK-53; KK-54; KK-55; KK-56; KK-57; KK-58; KK-59; KK-60; KK-61; KK-62; KK-63; KK-64; KK-65; KK-66; KK-67; KK-68; KK-69; KK-70; KK-71; KK-72; KK-73; KK-74; KK-75; KK-76; KK-77; KK-78; KK-79; KK-80; KK-81; KK-82; KK-83; KK-84; KK-85; KK-86; KK-87; KK-88; KK-89; KK-90; KK-91; KK-92; KK-93; KK-94; KK-95; KK-96). Bu mâniler kulaktan kulağa yayılmıştır. Anonim ürünlerdir. Ezgili olan mânilerde vardır. Ezgisi olmayan düz mâniler de bulunmaktadır. Söyleyiş yerlerine göre değişik makam ve ezgiyle söylenir. Bazı yerlerde daha içten duygulu söylenen mâniler vardır. Eğlencelerde coşku ile söylenir. Mânileri söyleyenler mânileri önceden biliyordur veya o andaki duyguları ile eklemeler veya çıkarmalar yaparak söylüyorlardır.

Kilis’te mâni söyleyicilerine, icracılarına, “mânici” denilmektedir (KK-1; KK-8). Günümüzde de mâniler söylenmektedir; fakat özel icracıları yoktur (KK-1; KK-2; KK-3; KK-4; KK-5; KK-6; KK-7; KK-8; KK-9; KK-11; KK-13; KK-14; KK-15; KK-19; KK-20; KK-21; KK-22; KK-23; KK-24; KK-26; KK-31; KK-32; KK-33; KK-34; KK-39; KK-41; KK-42; KK-43; KK-44; KK-45; KK-46; KK-50; KK-51; KK-52; KK-53; KK-54; KK-55; KK-56; KK-57; KK-58; KK-59; KK-60; KK-61; KK-62; KK-63; KK-64; KK-65; KK-66; KK-67; KK-68; KK-69; KK-75; KK-77; KK-78; KK-79; KK-80; KK-81; KK-82; KK-83; KK-85; KK-86; KK-92; KK-93). Mâniler, hayatın her yerinde vardır. Eğlencenin, uğurlamanın, karşılamanın olduğu her yerde görülür (KK-86). Mânileri kadınlar daha çok söylemektedir. Zılgıt çalarak söylerler. Karşıya baskın çıkma haddini bildirmek için de söylenir (KK-31; KK-32). Gelenek olarak ezberlenmiş hazır mâniler olduğu gibi bu konuya ilgi duyan insanların kendilerinin doğaçlama olarak ürettiği mânilerde

bulunmaktadır (KK-55; KK-56). İçlerinden geldiği gibi her insan mâni söyleyebilir. Kilis'te bir araya gelen kadınlar içerisinde genellikle yaşça büyük olan mâni söyleme eylemine girer. Eğer kişinin bu alanda hüneri yoksa dili kıvrak olan ağız laf yapan başka bir kadın bu görevi üstlenir. Kaynak kişimiz “Ben kardeşimin, bacımın düğününde söyledim” demiştir (KK-60).

Kilis mânileri her ne kadar eski canlılığını korumasa da yüzyıllardan beri gelen geleneğin karakteristik özelliklerini sergilemektedir. Mâniyi yetenekli biri söyler, diğer insanlar da susarak onu dinler. Mâni söyleyen kişiler töreni yöneten kişilerdir. Görmüş geçirmiş gelenek ve görenekleri iyi bilen orta yaşlı ve yaşlı kadınlardır. Kadınlar arasında daha yaygındır. Biri mâni söyler başka taraftan başka bir insan ona karşılık mâni söyler karşılıklı atışmalı mâniler olur (KK-55; KK-56). Mânileri yaşlı-genç, kadın-erkek ayrımı yapılmadan her yaş ve cinsiyette kişiler söylemektedir. Eskiye oranla mâni söyleme azalmıştır.

Dinleyicilerin cinsiyeti konusuna değinecek olursak hem kadınlar hem de erkeklerin dinleyiciler arasında olduğunu söyleyebiliriz. Kıyafetleri genellikle özenilerek giyilen kıyafetlerdir. Mâni başlayınca dinleyiciler susar, mâni söyleyen insana dikkat kesilir. Çibikler³ çalınır. Darbuka çalarak da mâniler söylenir (KK-1; KK-2; KK-3; KK-4; KK-5; KK-6; KK-7; KK-8; KK-9; KK-10; KK-11; KK-12; KK-13; KK-14; KK-15; KK-16; KK-17; KK-18; KK-19; KK-20; KK-21; KK-22; KK-23; KK-24; KK-25; KK-26; KK-27; KK-28; KK-29; KK-30; KK-31; KK-32; KK-33; KK-34; KK-35; KK-36; KK-37; KK-38; KK-39; KK-40; KK-41; KK-42; KK-43; KK-44; KK-45; KK-46; KK-47; KK-48; KK-49; KK-50; KK-51; KK-54; KK-55; KK-56; KK-57; KK-58; KK-59; KK-60; KK-61; KK-62; KK-63; KK-64; KK-65; KK-66; KK-67; KK-68; KK-69; KK-70; KK-73; KK-74; KK-75; KK-76; KK-77; KK-78; KK-79; KK-80; KK-81; KK-82; KK-83; KK-85; KK-86; KK-87; KK-88; KK-89; KK-90; KK-91; KK-92; KK-93; KK-94; KK-95; KK-96). Eğlenceler yapılır. Mâniciler mâni söylemeyi bitirince erkekler “yoh yoh” çeker. Kadınlar ise zılgıt çalar (KK-1; KK-2; KK-3; KK-17; KK-19; KK-56). Dinleyicilerin beğenmesi icracıları etkiler ve daha güzel ve insanları eğlendirecek mâniler söylemeye çalışır.

Kilis mânilerini diğer yörelerin mânilerinden ayıran bir nokta “zılgıt mânileri” oluşlarıdır. Kilis'te zılgıt çeşitli törenlerde mânilerin arkasından çıkarılan sestir. Mâniler okunduktan sonra arkasından “dost dost eheyyyyy..”

³Çibik: Alkış

denilir ve zılgıt çalınır (Erol, 2012, s.352). Mânilerden önce veya sonra türküler söylenir. Erkekler Allah başacak sevindire, dost dost, ehe ehe, akbili⁴.....'ya⁵ da, yoh yoh sözleri söyler. Kadınlar zılgıt çalar (KK-1; KK-2; KK-3; KK-4; KK-5; KK-6; KK-7; KK-8; KK-9; KK-10; KK-11; KK-12; KK-13; KK-14; KK-15; KK-16; KK-17; KK-18; KK-19; KK-20; KK-21; KK-22; KK-23; KK-24; KK-25; KK-26; KK-27; KK-28; KK-29; KK-30; KK-31; KK-32; KK-33; KK-34; KK-35; KK-36; KK-37; KK-38; KK-39; KK-40; KK-41; KK-42; KK-43; KK-44; KK-45; KK-46; KK-47; KK-48; KK-49; KK-50; KK-51; KK-52; KK-53; KK-54; KK-55; KK-56; KK-57; KK-58; KK-59; KK-60; KK-61; KK-62; KK-63; KK-64; KK-65; KK-66; KK-67; KK-68; KK-69; KK-70; KK-71; KK-72; KK-73; KK-74; KK-75; KK-76; KK-77; KK-78; KK-79; KK-80; KK-81; KK-82; KK-83; KK-84; KK-85; KK-86; KK-87; KK-88; KK-89; KK-90; KK-91; KK-92; KK-93).

Kilis'te mâni söyleme esnasında genellikle çalgı aletleri kullanılmamaktadır; fakat mâni söylenen ortamlar genellikle eğlence ortamları olduğu için buralarda cümbüş (KK-55; KK-56; KK-92), dürbeki (KK-1; KK-2; KK-3; KK-4; KK-5; KK-6; KK-7; KK-8; KK-9; KK-10; KK-11; KK-27; KK-30; KK-31; KK-32; KK-33; KK-39; KK-40; KK-42; KK-43; KK-44; KK-45; KK-46; KK-47; KK-48; KK-49; KK-50; KK-51; KK-52; KK-53; KK-55; KK-56; KK-58; KK-59; KK-60; KK-61; KK-62; KK-63; KK-64; KK-83; KK-85; KK-86; KK-92), def (KK-3; KK-55; KK-56; KK-92), keman (KK-3; KK-55; KK-56; KK-92), ud (KK-3; KK-55; KK-56; KK-92), davul (KK-1; KK-2; KK-3; KK-4; KK-13; KK-14; KK-92) bulunmaktadır. Mâni söylemeden önce veya sonra bu çalgı aletleri kullanılır.

Mâniler büyüklerden öğrenilir. Günümüzde geçmiş yıllardan kalan mâniler söyleniyor. Genç neslin fazla mâni bilmediği ama orta yaş ve yaşlı Kilisli insanların çok iyi mâni bildiği tespit edilmiştir. Bu durum geleneğin gelecek kuşaklara fazla aktarılmadığının göstergesidir. Kaynak kişi, şimdi ki cahallar⁶ olarak adlandırılan gençlerin bir şey bilmediğini ifade etmektedir (KK-45).

Çeşitli vesilelerle bir araya gelen insanlar, buldukları ortamın konusuna göre mâniler söylerler (Kaya, 2007, s. 480). Mâni her türlü neşeli ve kederli olay üzerine toplanıldığında söylenir. Genellikle özel bir mâni söyleme toplantısı yapılmaz. Mânilerin söylendiği belirli bir zaman yoktur

⁴Akbili: Darısı

⁵Damat veya gelinin kardeşinin ismi söylenir.

⁶Cahiller

(Artun, 2015, s. 10). Öcal mânilerin söylendiği ortam ve zamanlar ile ilgili sunları söylemiştir:

Mâni nereye girmez ki? Düğünlerde, derneklerde, seki ve tandır başlarında, kına gecelerinde, sayalarda, dokuma tezgâhları önünde, tarlada harmanda, ramazanlarda, bayramlarda, niyetlerde, halk hikâyelerinde, Hıdrellez sabahlarında, fıkralarda, takvim yapraklarında, şeker kağıtlarında, mektup köşelerinde, hatıra defterlerinde, fotoğraf arkalarında her yerde mâni vardır (Öcal, 1993, s. 20).

Mâniler söylendikleri bölgelerin kültürel, sosyal, hatta kimi zaman siyasi yapısının izlerini taşımalarından dolayı, nesiller arasında bir köprü oluştururlar. Kilis manilerine bakıldığında geleneksel yaşam biçiminden gündelik hayat ve insan ilişkilerine kadar çeşitli olay ve durumlar karşısında Türk insanının düşünüş, davranış ve tutumlarını görmek mümkündür (Avcı, 2021, s. 625). Her törenin niteliğine göre mâniler farklıdır. Kilis'te düğünlerde, nişanlarda, kına gecelerinde mâni yakılır, zılgıtlar çalınır (KK-55; KK-56). Kaynak kişimiz şu şekilde anlatmıştır: “Bir toplulukta birkaç kişi bir araya geldiğinde bir bakarsın ki orada mâni söylenir. Biri başlangıç yapar oradaki diğer insanlar çok beğenir, sever ve alkışlarlar. Mânilerden sonra türküler söylenir. Bir kişi söyler öbürü ondan ilham alıp başka mâni söyler. Eğlencelerde güzel dakikalar yaşanır (KK-25).” Kilis'te de mâniler uygun her ortam ve zamanda söylenebilir. Özel bir mâni söyleme ortamı yoktur. Söylenilen ortam ve söyleyicilerin ruh durumları, mânilerin içeriğini belirler. Kilis'te mânilerin söylendiği ortam ve zamanlar; sünnet törenleri, dış hediği törenleri, asker uğurlama- karşılama törenleri, evlenme törenleri (kız bakma-kız isteme, söz kesme, teşekkür, nişan, çeyiz, çeyiz sermesi, oturtma, kına gecesi, güveyi tıraşı, bayrak asma, gelin alma, gelin indirme, düğün, düğün yemeği, güveyi gezdirmesi, cille, çeyiz altı), nazardan arınma törenleri, hıdrellez törenleri, Ramazan ayı, toplantılar, hamamlar, iş yapılan ortamlar (yabana gidildiğinde, bahçede, bağ bozumu, sergi zamanında, yün yıkarken, evde çalışırken), kabul günleri⁷dir. Bu ortam ve zamanlarda söylenen mani örneklerinden birkaçı şu şekildedir.

Sünnet törenlerinde genellikle çocuğu teselli etmek ve eğlendirmek için mâniler söylenmektedir:

Azara da buzara
Öküz girmiş pazara

⁷Kabul günleri: Bir evde toplanılması, günyapılması

Oğluma naz edenin
İki gözü bozara (KK-55; KK-56)

Diş hediği törenlerinde mâniler söylenerek eğlenceye renk katılır:

Diş hediği yemek için
Dayı emmi demek için
Göllerinde çimmek⁸ için
Gelin hedik yiyelim (Çakmak, 2018, s. 17; Elmalı, 2012, s. 105)

Asker kınalarında mâni örneği:

Süpürgemi bağlarım
Ciğerimi dağlarım
Oğlumu asker ettim
Hem güler hem ağlarım (Elmalı, 2012, s. 86)

Aman gelin hösne gelin
Her sözüme küsme gelin
Asker oldum gidiyorum
Mektubunu kesme gelin (Erol, 2012, s. 355)

Kız bakma ve isteme esnasında söylenen mâni örnekleri şunlardır:

Kalktık dünürücü geldik
Sizleri adam bildik
Bu kızı vermezseniz
Sizi defterden sildik (Elmalı, 2012, s. 66)

Yokuştan düze geldik
Biz böyün⁹ size geldik
Size gelmedik anam
Evdeki kıza geldik (KK-1).

Oğlumuz aslan kimi¹⁰
Kızımız ceylan kimi
Bunları baş göz edek
Paşayla sultan kimi (Elmalı, 2012, s. 79)

Oy çinçini çinçini
Öpem ağzının içini

⁸Çimmek: Yıkanmak, duş almak

⁹Böyün: Bugün

¹⁰Kimi: Gibi

Hoş geldin sefa geldin
Fatma'nın güvercini (KK-1; KK-2; KK-4; KK-8; KK-13; KK-14; KK-39)

Kilis'te çeyiz götürülürken davullar çalar, mâniler söylenir:

Sizin yağlık
Bizim yağlık
Kız anasının
Ellerine sağlık (KK-1; KK-2; KK-6; KK-10; KK-12; KK-46).

Sandığımı biz açtık
Çeyizini de saçtık
Şükür olsun Allah'a
Şerefli yerden kız aldık (KK-20)

Erkek oturtmalarında özellikle Kız İhsan mâni söylerdi. Kız İhsan'ın söylediği mâniler etraftaki insanları güldüren ve eğlendiren tarzdaki kaynana-gelin mânileridir:

Al sana hedik¹¹ kaynana
Dişleri gedik¹² kaynana
Oğlun çerez getirdi
Sensiz yedik kaynana (KK-2)

Kaynana kazan kapağı
Oğlu da şeker topağı
Görümce mi sorarsan
Yedi mahallenin köpeği (KK-60)

Düğünden önceki gece organize edilen etkinliğe “kına gecesi” denir. Kadınlar bir araya gelir ve eğlenir. Gelin olacak kadının ellerine kına yakılır. Duygusal mâniler söylenir:

Şu görünen ekin mi ola
Ekin değil bıçakmış
Kızın anadan ayrılışı
Yalan değil gerçekmiş (KK-52)
Evlerinde kara taş

¹¹Hedik: Haşlanmış buğday

¹²Gedik: Bir zemin üzerindeki açılan boşluk, aralık

Gelin ağlar gözü yaş
Güveyiyi sorarsan

Sırma bıyık kalem kaş (KK-1; KK-2)

Ay doğar elek gibi
Gün doğar melek gibi
Biz bir gelin aldık

Dondurma bebek gibi (KK-3; KK-5; KK-6; KK-18; KK-20; KK-23;
KK-24; KK-39; KK-40; KK-45; KK-47; KK-48; KK-60; KK-80).

Eskiden damadı meydan yerinde giydirirlerdi. Uzun bir don bir de gömlek giyerdi. Gelir meydanda tıraş olurdu. Damadın iki tane sağdııcı olurdu. “Ehe ehe hele yoh yoh” çağırılır, mâniler söylenir.

Mangala koyduk ateşi
Gelin kör güveyi şaşı
Vurun be uşaklar vurun
Bu da Ahmed’in traşı (Elmalı, 2012, s. 107)

Bayrak asılırken insanlar eğlenceler yapar ve mâniler söyler örneği şu şekildedir:

Tepside kaymak
Yaladık parmak parmak
Her yiğide nasip olmaz
Sevdiği kızı almak (KK-26; KK-27; KK-28)

Gelin alınırken ve indirilirken söylenen mâni örneği:

Tepeden düze geldik
Bugün biz size geldik
Sizi görmeye değil
Gelinimizi almaya geldik (Kılınç, 2021, s. 151)

Sizin saçak
Bizim saçak
Verin gelinimizi
Alak da kaçak (Sabuncuoğlu, 2013, s. 24)

Tabancalar patlasın
Küsen damdan atlasın
Geldik gelin almaya
Çekemeyen çatlasın (Elmalı, 2012, s. 89)

Düğün de söylenen maniler:

Ak saman sarı saman

Geldik gittik bir zaman

Ali'yi everemor¹³ dediler

Aha everdik taman¹⁴ (KK-1; KK-2; KK-3; KK-4; KK-8)

Ay doğar elek gibi

Gün doğar melek gibi

Biz bir gelin aldık

Dondurma bebek gibi (KK-3; KK-5; KK-6; KK-18; KK-20; KK-23; KK-24; KK-39; KK-40; KK-45; KK-47; KK-48; KK-60; KK-80; Erol, 2012, s. 353).

Oy çinçini çinçini

Öpem ağzının içini

Hoş geldin sefa geldin

Abimin güvercini (KK-60)

Gelin yeni evine geldiği gün yatsı namazından sonra gelini gezdirirler. Keyf¹⁵ ederler. Damat havuşa¹⁶ girince gelin, damat ve yakınları el ele tutuşarak havuşta mâniler söyleyerek cille gezdirilir. Cillen mübarek olsun diye mâniler söylerler.

Hani bu kızın anası

Çağırın gelsin babası

Dualar etsin nenesi

Cillen mübarek olsun (Elmalı, 2012, s. 13)

Nazar törenlerinde söylendiği tespit edilen mâni örneği şudur:

Azara da buzara

Öküz girmiş pazara

Oğluma naz edenin

İki gözü bozara (KK-55; KK-56)

Mâni söyleme, belirli bir gelenek çerçevesinde gerçekleştirilir. Özellikle de Ramazan gecelerinde ramazan davulcuları tarafından söylenen

¹³Everemor: Evlendiremiyor

¹⁴Taman: Hani, oldu gördün mü?

¹⁵Keyf: Eğlence

¹⁶Havuş: Evin bahçesi

mânilerin, mâni söyleme geleneği içerisinde önemli bir yeri vardır (Aça, 2015, s. 246).

Kilis'te Ramazan aylarında söylendiği tespit edilen mâni örneği şöyledir:

Kilis Ramazan topu
Kimler tuttu orucu
Çıplak insan sesiyle
Ezan dinledi soyu (Özköseler, 2020)

Tarla, bağ ve bahçe işlerinde motivasyon arttırma amacıyla da mâniler söylenmektedir. Örnek olarak şu mânileri verebiliriz:

Mırrığı döktük köşeye
Yünleri deptik döşeğe
Sonra bindik boz eşeğe
Bağa gittik güzel Kilis (Elmalı, 2012, s. 162)

Şimdik üzüm zamanı
Mahra bulmak gerekör
Patoz doldur kazanı
Sergi sermek gerekör (Elmalı, 2012, s. 150)

Buradan mânilerin her ortam ve zamanda söylendiği sonucunu çıkartabiliriz. Kilis mânilerini elli yaş üzeri ve daha yaşlı insanlar bilmektedir. Erkekler kadınlara nazaran daha az bilmektedir. Bunun nedeni mânilerin söylendiği ortamların genellikle kadınların bulunduğu ve aktif rol oynadığı yerler olması, Kilis kadınının eğlenceye düşkün olması olabilir.

Genellikle eğlence amacıyla söylenen mânilerin atışma şeklinde söylendiği de görülmektedir. Gelini öven mâniler, kaynanayı öven mâniler söylenir (KK-55; KK-56). Burada söylenen mânilerin çoğu yıllardır dilden dile dolaşan mânilerdir. Ayrıca mâni söyleyen kişi gelini ve damadı övmek için mâniler dizer (KK-20). Güveye ayrı geline ayrı mâniler söylenir (KK-2; KK-30). Geline, damada, gelin ve damadın ailesini övmek için, gelin veya damadın annesine, gelin veya damat babasına, gelen misafirlere söylenen mâniler vardır. Gelin ve kaynana da birbirini kızdırmak için de mâniler söyler.

Geline söylenen mâni örneği:

Elinde şişe
Şişe yere düşe
Gelinimize nazar edenin

Evine bomba düşe (KK-2; KK-12)

Damada söylenen mâni örneği:

Eşik başı burma taş

Gelin ağlar gözü yaş

Bizim bir oğlumuz var

Burma bıyık kalem kaş (KK-1; KK-2; KK-11; KK-12; KK-59)

Evlilik törenlerinde gelinin ailesini övmek için söylenen mâni örneği:

Kapınızı yol ettik

Gettik geldik yalvardık

Şükür Allah'a

Şerefli yerden kız aldık (KK-20)

Gelin veya damadın annesine söylenen mâni örneği:

Sinide künefe var

Halayda herifi var

Gün kaynananın günü

Hem zili hem defi var (KK-11)

Gelin veya damat babasına söylenen mâni örneği:

İki cugura bir paket

Kaynababanın kesesine bereket (Kılınç, 2021, s. 154)

Gelen misafirlere söylenen mâni örneği:

Sizin köşe

Bizim köşe

Çibik çalmayanın

Evine bomba düşe (KK-1; KK-2; KK-3; KK-13)

Gelin ve kaynana da birbirini kızdırmak için mâniler söyler (KK-2; KK-13; KK-14; KK-46; KK-55; KK-56; KK-60; KK-88). Örnek olarak şu mânileri verebiliriz:

Al sana hedik kaynana

Dışleri gedik kaynana

Oğlun şeker getirdi

Sensiz yidik kaynana (KK-2)

Aşağı odanın kilimi
 Tut gelin dilini
 Akşam oğlum gelirse
 Kırar o kambur belini (KK-60)

1.1.Kilis'te Mâni İcrâcıları

Kilis'te günümüzde özel mâni söyleyicisi yoktur; fakat eskiden mâni söyleyen özel kişiler tespit edilmiştir. Bunlar; Ar Osman (KK-44), Badeli Nahsen (KK-2; KK-25; KK-54), Cümbüş Ali (KK-55; KK-56), Çitti Bacı (KK-2), Defçi Zennüp (KK-51), Ergin (KK-2; KK-30), Essüm (KK-69), Hallo (KK-72), Halil (Çakmak, 2018, s. 26), Hüseyin Fındık (K, 25; KK-26), Kahkeci (KK-30), Kız Abuş (KK-54), Kız Fevzi (KK-2; KK-30; KK-40; KK-44; KK-54; KK-83), Kız İhsan (Ahsen, Ehsan) (KK-2; KK-21; KK-25; KK-30; KK-40; KK-44; KK-54; KK-55; KK-56; KK-58; KK-63; KK-86), Kız Kemal (KK-2; KK-6; KK-23; KK-24; KK-30; KK-40 KK-55; KK-56), Köçek Cemil (KK-54), Kör Elif (KK-1; KK-2; KK-3;KK-4; KK-5; KK-6; KK-7; KK-8; KK-9;KK-10;KK-11;KK-12; KK-13; KK-14; KK-15;KK-16; KK-17;KK-18; KK-19; KK-20;KK-21;KK-22;KK-23;KK-24;KK-25; KK-26;KK-27; KK-28;KK-29; KK-30; KK-31; KK-32; KK-33; KK-34; KK-35; KK-36; KK-37; KK-38; KK-39; KK-40;KK-41;KK-42; KK-43; KK-44;KK-45; KK-46; KK-47; KK-48; KK-49; KK-50; KK-51; KK-54; KK-55; KK-56; KK-57; KK-58; KK-59;KK-60;KK-61;KK-62; KK-63;KK-64;KK-65; KK-66;KK-67;KK-68; KK-69;KK-70;KK-73; KK-74;KK-75; KK-76;KK-77; KK-78; KK-79; KK-80; KK-81;KK-82; KK-83; KK-85; KK-86; KK-87; KK-88; KK-89; KK-90;KK-91; KK-92; KK-93; KK-94; KK-95; KK-96), Kör Elo (KK-77), Kör Ergin (KK-55; KK-56; KK-82), Kör Fatma (KK-2; KK-30), Kör Rezzan (KK-2; KK-14), Mehmet Çete (KK-2; KK-30), Nohutla Mercimek (KK-55; KK-56), Periş Kadın (Kılıçkiran, 1973, s. 64), Sıdka (KK-2; KK-30), Üç Dügme (KK-6; KK-23; KK-24; KK-44; KK-51), Zekiye ve Ergin'dir (KK-57). Bu kişiler eskiden Kilis'te mâni söyleyen, eğlencelere katılan tanınmış kişilerdir. Bunların hiçbiri günümüzde yaşamamaktadır. Hangi mânilerin kimin tarafından söylendiğini tespit etmek mümkün değildir.

Kör Elif'in gerçek adı Elif Şemioğlu'dur. Kilis'te halk arasında kendini yetiştiren eğiten birçok halk türküleri söyleyen ve çalgı aletleri kullanan Kör Elif darbukası ve sesiyle tek başına bir konserin çalan ve söyleyeniydi. Çağrıldığı eğlence meclislerinde, düğünlerde, çalar orkestra olur, söyler koro olurdu. Kör Elif kuşçulukla uğraşan Perişan Dayı'nın sevdiği kişidir. Gittiği topluluklarda espri, hiciv, mizah üretir ve hiçbir takılmanın altında kalmazdı

(Çolakoğlu, 1987, s. 51). Kaynak kişimiz şu şekilde aktarmaktadır “Eskiden kadınlar gündüz toplanır vur patlasın çal oynasın yaparlardı. Biz de çocuğuz, bu kim derdik, Kör Elif derlerdi. Eline dürbeki¹⁷ alırdı. Kilis’in Sibel Can’ı olmuştu. İki gözü görmüyordu. Çalıp söylerdi kadınlarda eğlenirdi” (KK-6).

Kör Elif şişman esmer bir kadındı. Doğuştan gözleri görmüyordu (KK-39; KK-55; KK-56). Çok bilgilidir. Kimsenin bilmediği şarkıları, türküleri, mânileri bilirdi. Şarkıların arasına mâniler eklerdi. İnsanları eğlendirirdi (KK-54). Dürbeki çalardı (KK-14; KK-54). İki paket Samsun sigarası içer eline darbukayı alıp insanları oynatırdı (KK-44). Kendisine iki paket sigara, kocasına götürmek için rakı verilirdi. Ücreti en yüksek çalgıcıydı (Atik, 2011, s. 60). Onun gideceği düğünlere insanlar sevinç içinde giderdi (KK-44). Kadınları coştururdu. Gelinleri cilleye kaldırırdı¹⁸. Darbukaya vurur misafirleri coştururdu. Bu bir övünçtü. “Kör Elif ile kına yaptık anam” diye havalar atılmaktaydı (KK-55; KK-56). Kör Elif’i parayla tutarlardı (KK-81).

Kör Elif’in düğüne geleceğini duyan insanlar heyecanlanırdı. Onun gelmesi bir gösteriş belirtisiydi. Onun kınaya geleceğini duyan genç kızlar terzilere giderek özel kıyafetler diktirirdi (KK-14). Kaynak kişimiz Kör Elif’in düğüne geleceğini duyunca nasıl hazırlık yaptıklarını şu şekilde aktarıyor: “Amcamın kızının düğününe geleceğini duyduk. Büyük bahçeli bir ev tutmuşlardı. Küçük küçük sandalyelerde oturmuştuk. Kadınlar saçlarına gül takmışlardı. Kör Elif’in geleceğini duyunca çok heyecanlanmıştık. Annem kadife bir elbise diktirmişti. Ondileciye¹⁹ kuaföre gittik. Saçını perma yaptırmıştı. Kör Elif mâniler, şarkılar söyleyip hepimizi eğlendirmişti” (KK-51). Kör Elif oyuna kalkan genç kızlara “hangi makamdan çalayım ayağına hangisi gider”, diye sorardı. Ona göre ve o ortama göre mâniler söylerdi (KK-86). Yanındaki kadında zilli def çalardı. Hem çalar hem de söylerdi (KK-14). Çitti Bacı, Kör Elif’in yanında mâniler söylemiştir (KK-2). Sıdıka ise Kör Elif’in yanında zilli def çalardı (KK-2; KK-30). Kör Elif dürbekeci idi, Sıdıka da zilli defçi idi (KK-2; KK-40). Essüm Kör Elif’in yardımcısıdır. Dürbekedir. Kör Elif’in gözü görmediği için yardımcısı Essüm ona bilgiler verir. Oradaki kadınların güzel mi çirkin mi olduğunu kulağına fısıldar. Kör

¹⁷Dürbeki: Darbuka

¹⁸Cilleye Kaldırmak- Çıkarmak: Gelinin gösterisini yaptırmak. Gelinin muhteşem giyimini kuşamını herkese tanıtmak. Podyumda mankenler nasıl boy gösteriyorsa cillede de gelin çıkar endamıyla görüntüsüyle oynar. İnsanlar onu alkışlar, mâniler söyler, zılgıtlar çalınır. Günümüzde bile Kilis’te telaşlı bir şey yapıldığında “Cilleye mi çıkıyorsun” denilmektedir (KK-55; KK-56)

¹⁹Ondileci: Kıvrık saç yaptırmak için gidilen kuaför. Saç kıvrık kıvrık olur (KK-2, KK-13).

Elif de ona göre mâni söylerdi. Örnek verecek olursak; “Bahçalarda havan aman şu oynayanda ne yavan anam” (KK-69)

Kız İhsan da güzel mâni söyleyicilerindendir (KK-25). Gerçek adı İhsan Coşkunes'tir (KK-1; KK-2; KK-3; KK-4; KK-5; KK-8; KK-13; KK-14; KK-19). Önce düz şekilde mâni söyler sonra türkülere bağlar (KK-21). O geldiği zaman insanlar susardı. Kaynanalara mâniler düzerdi (KK-44). Doğaçlama olarak söylemektedir. Şarkının türkünün bir kısmını okur, daha sonra mâniler ile devam ederdi (KK-44). Daha önce söylenmiş mânileri söylerdi. Söylediği mâniler kendi yazdığı ve ürettiği mâniler değildi. Gittiği ortamlarda söyleye söyleye ezberlediği mânileri söylerdi (KK-86). Kız İhsan kaleciydi. Kilis sporda oynuyordu (KK-30; KK-55). Düğünü idare eder, şov yapar, insanları coştururdu (KK-55; KK-56). Erkek oturtmalarında, eğlencelerde ve düğünlerde mâniler söylerdi (KK-1; KK-2; KK-3; KK-4; KK-5; KK-8; KK-13; KK-14; KK-19). Kadın düğünlerinde eğlencelerinde perde çekilirdi, o perdenin arka tarafında mâni ve türkü söyler, insanları eğlendirirdi (KK-58; KK-63).

Kız Fevzi ateş dansı yapardı (KK-2; KK-30; KK-40; KK-44; KK-54; KK-83), etek giyerdi, dansöz gibi oynardı (KK-54), düğünlere giderdi (KK-2; KK-40).

Kız Kemal de mâniler söylerdi. Düğünlerde mâniler şarkılar söyleyerek köçeklik ederdi. Köçek de derlerdi, kadın kıyafetleri giyerdi (KK-23; KK-24), etek giyerdi, zil takar ve oynardı (KK-55; KK-56)

Kız Abuş düğünlerde insanları eğlendirirdi. Şarkılar ve mâniler söylerdi. Sahneye çıkardı (KK-54).

Köçek Cemil kadın giysisi giyer. Parmaklarında ziller ile göbek atardı (KK-73). Köçek Cemil'in asıl mesleği berberlikti. Düğün ve eğlencelere köçek olarak katılırdı. Sahneye kadın giysisi ve tavriyla çıkardı. Tıpkı kadın gibi davranış sergilerdi. Parmaklarına taktığı zillerle saz ekibine tempo tutar ve ritim yapardı (Çolakoğlu, 1987, s. 34).

Kör Ergin cümbüş, saz ve ud çalardı (KK-55; KK-56).Gözleri görmezdi. Gözleri görmediği için rahatça kadınların arasına girerdi. Kadınlara eğlenceli kına ve düğün yaptırırdı. Ergin'le düğünümüz oldu diye hava atılırdı (KK-82).

Kör Fatma-Kör Rezzan avrat²⁰ heriflerdir²¹. Gözleri görmezdi. İslam Bey Parkı'nın civarında yaşamışlardır. Kör Rezzan saz, Kör Fatma dürbeki²² çalarak mâni söylerdi (KK-2; KK-14).

²⁰Avrat: Kadın

Üç düğme erkeklerin içkili oturtmalarına gelirdi ve mâniler söylerdi(KK-6; KK-44). Ergin, hem çalar hem de mâni söylerdi (KK-2; KK-23; KK-24; KK-30). Kahkeci yeni çıktı fırından, yağlıda var şekerlide var diyerek kahke²³ satar ve mâniler söylerdi (KK-30). Nohutla Mercimek biri keman biri darbuka çalardı. Düğünlerde yer alırdı (KK-55; KK-56). Kör Elo düğünlerde insanları eğlendirirdi (KK-77). Zekiye-Ergin biri dambura²⁴ diğeri darbuka çalardı (KK-57). En iyi defçi Periş kadındır (Kılıçkiran, 1973, s. 64). Çakmak, erkeklerde mâni söylemekle ünlenen kişinin Halil olduğunu belirtmiştir (2018, s. 26).

Bu sayılan isimler günümüzde yaşamamaktadırlar. Kilis'te özel mâni söyleyicileri yoktur. Topluluklarda ağız laf yapan, yetenekli, eski mânileri bilen kadınlar mâniler söylemektedir. Mâniler geçmişten gelmektedir (KK-26). Telefon ve televizyon gibi eşyaların olmadığı yıllarda insanlar sohbet ederdi, böylece kültür de yayılırdı. Günümüzde insanlar sohbet etmiyor (KK-77; KK-78; KK-79). Televizyon, internet, cep telefonu, sosyal medyanın yaygınlığı; salgın hastalıklar ve yoğun göçler Kilis halkının kültürünün eskisi gibi yaşatılmasını olumsuz etkilemektedir. Yaşam biçiminin hızla değişimi mânilerin zaman içinde unutulmasına neden olmaktadır (KK-1; KK-2; KK-3; KK-4; KK-5; KK-6; KK-7; KK-8; KK-9; KK-10; KK-11; KK-12; KK-13; KK-14; KK-15; KK-16; KK-17; KK-18; KK-19; KK-20; KK-21; KK-22; KK-23; KK-24; KK-25; KK-26; KK-27; KK-28; KK-29; KK-30; KK-31; KK-32; KK-33; KK-34; KK-35; KK-36; KK-37; KK-38; KK-39; KK-40; KK-41; KK-42; KK-43; KK-44; KK-45; KK-46; KK-47; KK-48; KK-49; KK-50; KK-51; KK-52; KK-53; KK-54; KK-55; KK-56; KK-57; KK-58; KK-59; KK-60; KK-61; KK-62; KK-63; KK-64; KK-65; KK-66; KK-67; KK-68; KK-69; KK-70; KK-71; KK-72; KK-73; KK-74; KK-75; KK-76; KK-77; KK-78; KK-79; KK-80; KK-81; KK-82; KK-83; KK-84; KK-85; KK-86; KK-87; KK-88; KK-89; KK-90; KK-91; KK-92; KK-93; KK-94; KK-95; KK-96).

²¹Herif: Koca, erkek

²²Dürbeki: Darbuka

²³Kahke: Simit

²⁴Dambura: Saz

SONUÇ

Kilis'te mâniye “mâni, mâni yakmak ve avaz” denilmekle birlikte mâni söyleyicilerine “mânici” denir. Kilis'te çeşitli sözlü kültür ortamlarında hâlâ söylenen mâniler, eskiden özel icracıları tarafından çalgılı eğlence ortamlarında söylenirdi. Genellikle kadınların mâni söylediği bilinmekle birlikte kadın kılığına giren erkeklerin de eğlence sırasında mâni söylediği görülmektedir. Günümüzde bu mânileri bilen meraklıları tarafından, her ne kadar geçmişteki gibi eski canlılığı olmasa da, geçmişten geleceğe aktarılmaya devam edilmektedir. Eskiden özel icraları tarafından söylenen mâniler Kilis kültürü, insanı ve yaşayışı hakkında çok değerli bilgiler vermektedir. Bu kişiler eskiden tanınmış kişilerdir ve özellikle evlenme geçiş dönemi eğlencelerinde insanları eğlendirirdi, bu sırada mâniler de söylenirdi. Bazı icracılar aynı zamanda çeşitli çalgıları da çalmaktaydılar ve erkek olanlarından bazılarının kadın kılığına girerek köçeklik de yaptığı bilinmektedir. Günümüzde bu kişilerin, yaşamıyor olsalar da, Kilis mâni söyleme geleneğine çok önemli katkıları olmuştur. Kilis insanının eğlence kültürünün bir parçası olarak mâniler hâlâ özellikle düğünlerde yaşatılmaktadır. Mânilerin insanların bir araya geldikleri zaman genellikle hoşça vakit geçirmek, bir işi kolay kılmak, eğlencelere renk katmak, teselli etmek gibi işlevleri devam etmektedir. Bunlar arasında özellikle gelin-kaynana mânileri, gelini damadı öven mâniler ve evlenme törenlerinin kız isteme, çeyiz götürme, kına gecesi, gelin alma ve indirme vs. gibi aşamalarında söylenen mâniler geleneği daha da renkli hâle getirmektedir. Uğurlamalarda ve sünnet törenlerinde psikolojik olarak rahatlatmak da mânilerin işlevleri arasındadır. Aynı zamanda birlikte yapılan işler sırasında söylenen mâniler işi kolay kılmanın ve motivasyon arttırmanın bir yoludur. Gerek iç ve dış göçlerin etkisiyle gerek teknolojinin yaşamımıza girmesiyle, Kilis'te bu sözlü kültür ortamları daralmış ve unutulmaya yüz tutmaya başlamıştır, hâlâ eğlence ortamlarında, uğurlamalarda, çeşitli törenlerde mâni söyleme geleneği varlığını sürdürse de gelenek yok olma tehlikesiyle karşı karşıyadır. Bu geleneğin sürdürülmesi kültürün taşıyıcısı olan kültürel belleğe sahip insanların değerlerini koruması ve gelecek nesillere aktarmasıyla sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Aça, M. (2015). Halk şiirinde tür ve şekil. M. Ö. Oğuz (Editör), *Türk halk edebiyatı el kitabı*. (239-286). Grafiker Yayınları.
- Albayrak, Nurettin (2010). *Ansiklopedik Halk Edebiyatı Sözlüğü*. İstanbul: Kapı Yayınları.
- Alptekin, Z. D. (2021). Kilis mânilerinde yöresel mutfak. *Journal of International Social Research*, 14(77), 163-174.
- Artun, E. (2006). *Adana halk kültürü*. Adana: Ulusoy Matbaacılık.
- Artun, E. (2015). *Anonim Türk halk edebiyatı nazmı*. Adana: Karahan Kitabevi.
- Artun, E. (2015). *Anonim Türk halk edebiyatı nazmı*. Adana: Karahan Kitabevi.
- Aslan, E. (2010). *Türk halk edebiyatı*. Ankara: Maya Akademi.
- Avcı, C. (2020). Kilis manilerinde kültürel eko-sistem üzerine bir değerlendirme. *Asia Minor Studies*, 9(1), 621-644.
- Batur, S. (1998). *Açıklamalı-örnekli Türk halk edebiyatı*. İstanbul: Akdeniz Yayıncılık.
- Bilge, M. R. (1997). *Anılar ve insanlar*. Ankara: Kilis Kültür Derneği.
- Boratav, P. N. (2013). *100 soruda Türk halk edebiyatı*. Ankara: BilgeSu.
- Çakmak, Fatma (2018). *Kilis mâni söyleme geleneği ve Kilis mânileri*. Lisans Tezi. Kilis: Kilis 7 Aralık Üniversitesi.
- Çatıkkaş, A. (1996). *Mâniler (Kilisli Rıfat Bilge)*. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- Çolakoğlu, S. (1987). *Kilis'te mizah ve Kilis söylemi*. Ankara: Kilis Vakfı Yayınları.
- Elçin, Ş. (1990). *Türkiye Türkçesinde maniler*. Ankara: Türk Kültürü Araştırma Enstitüsü Yayınları.
- Elçin, Ş. (2011). *Halk edebiyatına giriş*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Elmalı, Ahmet (2012). *Kilis'te anonim halk edebiyatı örnekleri ve mâniler*. Kilis: Kilis Belediyesi Kültür Yayınları.
- Erol, M. (2012). Kilis halk kültürü. Elif Özmen (Ed.), *Belgelerle Kilis*. (317-377). İstanbul: Bilnet Matbaacılık.
- Eyuboğlu, İ. Z. (2004). *Türk dilinin etimolojik sözlüğü*. İstanbul: Sosyal Yayınlar.
- Güleç, H. (2002). *Türk halk edebiyatı*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Güleç, H. (2015). *Anonim halk edebiyatı*. İstanbul: Kitabevi.

- Kaya Çakı, B. (2020). Bursa dağ köylerinde mâni söyleme geleneği. *Uluslararası İnsan ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 21-31.
- Kaya, D. (2004). *Anonim halk şiiri*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Kaya, D. (2007). *Türk halk edebiyatı terimler sözlüğü*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Kaya, D. (2007). *Türk halk edebiyatı terimler sözlüğü*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Kılıçkiran, M. N. (1973). *Öyküleri ve türkülerıyla Kilis*. İzmir: Birlik Matbaası.
- Kılınç, A. C. (2021). *Kilis- Musabeyli folkloru ve halk edebiyatı (derleme-inceleme-tasnif)*. Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Köse, N. (2008). Mânilerle ilgili bazı problemler ve öneriler. *Uluslar Arası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(2), 292-303.
- Kurt, B. (2020). Mânilerde sosyal mekân tezahürü: pencerede söylenen mâniler. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 13(32), 1376-1389.
- Oktürk, Ş. (1998). *Türk mânileri antolojisi*. İstanbul: Kastaş Yayınevi.
- Onay, A. T. (1996). *Türk halk şiirlerinin şekil ve nev'i*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Öcal, A. (1993). *Boğazlıyan'da mani geleneği ve Boğazlıyan ile yöresi manileri*. Yüksek Lisans Tezi. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öğüt Eker, G. (1999). Bayburt mânilerinden hareketle iletişimde yüklendiği fonksiyonla mâni söyleme geleneği. *Milli Folklor Dergisi*, 11(44), 899-1006.
- Sabuncuoğlu, A. E. (2013). *Kilis ilinde geçiş ritleri bağlamında evlenme*. Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Türk Ansiklopedisi. (1976). Ankara: Milli Eğitim Basımevi.
- Türk Dil Kurumu. (2011). *Türkçe sözlük*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Ünsal, G. (2011). *Ramazan'da söylenen mâni fasıllarını içeren eserlerin folklorik bakımdan değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Elektronik Kaynaklar

- Özköşeler, Ş. (2020, 3 Aralık). *Mânilerle Kilis*. Kent Gazetesi. (<http://kentgazetesi.biz/mânilerle-kilis/>).

Sözlü Kaynaklar

- KK-1: Fevziye Kabatürk, 1968 doğumlu, ilkokul mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 27.01.2020).
- KK-2: Gülten Özasan, 1950 doğumlu, okuma yazması var, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 10.02.2021).
- KK-3: Mehmet Ali Özasan, 1993 doğumlu, üniversite mezunu, müzik öğretmeni, Kilis. (Görüşme Tarihi: 10.02.2021).
- KK-4: Arzu Şarkbay, 1986 doğumlu, üniversite mezunu, öğretmen, Kilis. (Görüşme Tarihi: 27.01.2020).
- KK-5: Remziye Şarkbay, 1969 doğumlu, ilkokul mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 17.06.2020).
- KK-6: Abdülkadir Özasan, 1965 doğumlu, lise mezunu, emlakçı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 04.01.2020).
- KK-7: Büşra Taşgın, 1999 doğumlu, üniversite öğrencisi, Kilis. (Görüşme Tarihi: 10.06.2021).
- KK-8: Yasemin Akbaş, 1993 doğumlu, lise mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 10.04.2021).
- KK-9: Nimet....., ilkokul mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 09.02.2021).
- KK-10: Saliha....., ortaokul mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 09.02.2021).
- KK-11: Şahin Orhan, 1996 doğumlu, ortaokul mezunu, kuaför, Kilis. (Görüşme Tarihi: 20.02.2020).
- KK-12: Gülperi Orhan, ilkokul mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 21.02.2020).
- KK-13: Sevilay Acarlıoğlu, 1976 doğumlu, lise mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 28.01.2020).
- KK-14: Fatma Gülsen Acarlıoğlu, 1950 doğumlu, ortaokul mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 28.01.2020).
- KK-15: Yıldız Ak, lise mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 03.02.2020).
- KK-16: Sedat Tekel, 1963 doğumlu, ortaokul mezunu, terzi, Kilis. (Görüşme Tarihi: 04.01.2020).
- KK-17: Ahmet Özlü, 1955 doğumlu, lise mezunu, berber, Kilis. (Görüşme Tarihi: 10.05.2020).
- KK-18: Zeynel Akbaş, 1987 doğumlu, lise mezunu, emlakçı, Gaziantep. (Görüşme Tarihi: 10.05.2020).
- KK-19: Gülay Hapmani, 1978 doğumlu, lise mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 19.10.2021).

- KK-20: Mehmet Yaşar Üzel, 1946 doğumlu, üniversite mezunu, veteriner hekim, Kilis. (Görüşme Tarihi: 09.01.2021).
- KK-21: Şenel Özköseler, 1950 doğumlu, emekli öğretmen, Kilis. (Görüşme Tarihi: 08.01.2021).
- KK-22: Eyüp Çürükoğlu, 1996 doğumlu, lise mezunu, serbest meslek, Kilis. (Görüşme Tarihi: 24.11.2020).
- KK-23: Osman Cabaoğlu, 1963 doğumlu, ilkokul mezunu, Kilis. (Görüşme Tarihi: 18.01.2021).
- KK-24: Kübra Cabaoğlu, 1996 doğumlu, üniversite mezunu, öğretmen, Kilis. (Görüşme Tarihi: 18.01.2021).
- KK-25: Hatice Erkut, 1958 doğumlu, ilkokul mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 21.01.2021).
- KK-26: Duygu Hamdemirci, 1998 doğumlu, lise mezunu, gümüşçü, Kilis. (Görüşme Tarihi: 21.01.2021).
- KK-27: Emel Hamdemirci, 1996 doğumlu, üniversite mezunu, öğretmen, Kilis. (Görüşme Tarihi:21.01.2021).
- KK-28: Hatice Arslan, 1971 doğumlu, ev hanımı, Akıncı Köyü/Kilis. (Görüşme Tarihi:18.01.2021).
- KK-29: Büşra Öz, 1996 doğumlu, üniversite mezunu, öğretmen, Kilis. (Görüşme Tarihi: 24.01.2021).
- KK-30: Hayrettin Akbaş, 1945 doğumlu, ilkokul mezunu, emekli, Kilis. (Görüşme Tarihi: 11.02.2021).
- KK-31: Mustafa Özaslan, 1974 doğumlu, lise mezunu, elektrikçi, Kilis. (Görüşme Tarihi: 13.02.2021).
- KK-32: İlknur Özaslan, 1980 doğumlu, ilkokul mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 13.02.2021).
- KK-33: Neslihan Savaş, 1998 doğumlu, ilkokul mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 13.02.2021).
- KK-34: Ahmet Yıldız, 1992 doğumlu, lise mezunu, serbest meslek, Musabeyli/Kilis. (Görüşme Tarihi: 13.02.2021).
- KK-35: Çiğdem , 1986 doğumlu, üniversite mezunu, öğretmen, Kilis. (Görüşme Tarihi:15.04.2021).
- KK-36: Safinaz Özaslan, 1967 doğumlu, ortaokul mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi:15.04.2021).
- KK-37: Şaziye Yekta, 1948 doğumlu, okula gitmemiş, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 15.04.2021).
- KK-38: Hanifi....., 1990 doğumlu, ilkokul mezunu, fırıncı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 20.02.2020).

- KK-39: Merve Hüner, 1968 doğumlu, ortaokul mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi:08.02.2021).
- KK-40: Rabia Taşkın, 1999 doğumlu, üniversite mezunu, Kilis. (Görüşme Tarihi:08.02.2021).
- KK-41: Çiğdem Dik, 1979 doğumlu, üniversite mezunu, esnaf, Kilis. (Görüşme Tarihi:08.02.2021).
- KK-42: Leyla Peşli, 1971 doğumlu, ortaokul mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 08.02.2021).
- KK-43: Ayla Öz, 1972 doğumlu, ortaokul mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 08.02.2021).
- KK-44: Ahmet Elmalı, 1945 doğumlu, emekli, Kilis. (Görüşme Tarihi: 09.02.2021).
- KK-45:Saliha Taşkın, 1965 doğumlu, ortaokul mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 09.02.2021).
- KK-46: Yasemin Kurt, 1992 doğumlu, lise mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 09.02.2021).
- KK-47: Büşra Kale, 1995 doğumlu, üniversite mezunu, çalışmıyor, Kilis. (Görüşme Tarihi:10.02.2021).
- KK-48: Tahsin Hüner, 1999 doğumlu, üniversite mezunu, çalışmıyor, Kilis. (Görüşme Tarihi: 10.02.2021).
- KK-49: Esmâ, 1994 doğumlu, ortaokul mezunu, Polatbey Köyü/Polateli/Kilis. (Görüşme Tarihi: 10.02.2021).
- KK-50: Aysel Gezici, 1968 doğumlu, ilkokul mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 10.02.2021).
- KK-51: Ayşe Yeler, 1964 doğumlu, lise mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 10.02.2021).
- KK-52: Sultan Karakaya, 1975 doğumlu, ortaokul mezunu, ev hanımı, Hasanceli Köyü/ Musabeyli/ Kilis. (Görüşme Tarihi: 10.02.2021).
- KK-53: Gülizar Barak, 1952 doğumlu, ilkokul mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi:10.06.2021).
- KK-54: Mustafa Yalçın, 1966 doğumlu, su tesisatçısı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 11.06.2021).
- KK-55: Uğur Elhan, 1951 doğumlu, üniversite mezunu, emekli öğretmen, Kilis. (Görüşme Tarihi: 11.06.2021).
- KK-56: Sevgi Elhan, üniversite mezunu, emekli öğretmen, Kilis. (Görüşme Tarihi: 11.06.2021).
- KK-57: İnci, 1968 doğumlu, ortaokul mezunu, personel, Kilis. (Görüşme Tarihi:11.06.2021).

- KK-58: Mustafa Çekiç, serbest meslek, Yavuzlu/Kilis. (Görüşme Tarihi:12.06.2021).
- KK-59: Fidan Çekiç, 1965 doğumlu, ev hanımı, Yavuzlu/Kilis. (Görüşme Tarihi: 12.06.2021).
- KK-60: Fatma Çekiç, 1980 doğumlu, ev hanımı, Yavuzlu/ Kilis. (Görüşme Tarihi: 12.06.2021).
- KK-61: Zennüp Bulut, 1950 doğumlu, ilkokul mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 09.06.2021).
- KK-62: Kadriye Acarlıoğlu,1967 doğumlu, ortaokul mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi:09.06.2021).
- KK-63: Mehmet Çekiç, muhtar, Yavuzlu/Kilis. (Görüşme Tarihi:12.06.2021).
- KK-64: Mehmet Tohumcu, 1954doğumlu, üniversite mezunu, emekli, Kilis. (Görüşme Tarihi: 14.06.2021).
- KK-65: Kasım Çakmak, 1954 doğumlu, emekli, Kilis. (Görüşme Tarihi:14.06.2021).
- KK-66: Mehmet Ali Benlioğlu, 1956 doğumlu, emekli öğretmen, Kilis. (Görüşme Tarihi: 14.06.2021).
- KK-67: Mehmet Özkaptan,1950 doğumlu, üniversite mezunu, emekli öğretmen, Kilis. (Görüşme Tarihi:14.06.2021).
- KK-68: Ali Tohumcu, 1990doğumlu, üniversite mezunu, öğretmen, Kilis. (Görüşme Tarihi: 14.06.2021).
- KK-69: Haluk Gambaz, 1955 doğumlu, emekli, Kilis. (Görüşme Tarihi: 14.06.2021).
- KK-70: Mehmet Emin Özbek,1990doğumlu, muhtar, Musabeyli/ Kilis. (Görüşme Tarihi:12.06.2021).
- KK-71: İbrahim Güngörmez, 1945 doğumlu, ilkokul mezunu, emekli, Musabeyli/Kilis. (Görüşme Tarihi:12.06.2021).
- KK-72: Ahmet Biralı,1970doğumlu, kömürcü, Elbeyli/Kilis. (Görüşme Tarihi:12.06.2021).
- KK-73: Muhammed Ali Özasan,1986 doğumlu, üniversite mezunu, memur, Kilis. (Görüşme Tarihi:13.06.2021).
- KK-74: Mihriban Demir, üniversite mezunu, öğretmen, 1990doğumlu, Polateli/Kilis. (Görüşme Tarihi:13.06.2021).
- KK-75: Sultan Demir, 1965 doğumlu, ortaokul mezunu, ev hanımı, Polateli/Kilis. (Görüşme Tarihi:13.06.2021).
- KK-76: İbrahim, 1950 doğumlu, emekli, Eğlen/ Polateli/ Kilis. (Görüşme Tarihi:12.06.2021).

- KK-77: Ahmet Gül, emekli, 1943 doğumlu, ilkokul mezunu, Polateli/ Kilis. (Görüşme Tarihi:12.06.2021).
- KK-78: Ali Haytaoğlu,1940 doğumlu, ilkokul mezunu, emekli, Polateli/ Kilis. (Görüşme Tarihi:12.06.2021).
- KK-79: Mürsel Oğuzbey, muhtar, Polateli/ Kilis. (Görüşme Tarihi:12.06.2021).
- KK-80: Serpil Benlioğlu, 1969 doğumlu, lise mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 14.06.2021).
- KK-81: Güler Ertekin, 1953 doğumlu, ilkokul mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi:14.06.2021).
- KK-82: Fatma Bağcılar, 1969 doğumlu, ortaokul mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 14.06.2021).
- KK-83: Neşe Serçe, 1974 doğumlu, ortaokul mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi:14.06.2021).
- KK-84: Özlem, 1945 doğumlu, okula gitmemiş, ev hanımı, Elbeyli/ Kilis.(Görüşme Tarihi: 17.06.2021).
- KK-85: Hatice Kübra Bayındır, üniversite mezunu, öğretmen, Kilis. (Görüşme Tarihi: 21.12.2021).
- KK-86: Ömer Faruk Kandemir, 1949 doğumlu, üniversite mezunu, emekli öğretmen, Kilis. (Görüşme Tarihi: 25.12.2021).
- KK-87: İrfan Aksoy, üniversite mezunu, emekli öğretmen, Kilis. (Görüşme Tarihi: 25.12.2021).
- KK-88: Metin Mercimek, 1946 doğumlu, üniversite mezunu, Kilis. (Görüşme Tarihi: 02.12.2021).
- KK-89: Naile Arslan, 1998 doğumlu, öğrenci, Akıncı Köyü/Kilis. (Görüşme Tarihi: 18.01.2021).
- KK-90: Ayşe Ulu, 1994 doğumlu, ev hanımı, Akıncı Köyü/ Kilis. (Görüşme Tarihi:18.01.2021).
- KK-91: Hatice İbanoğlu, 1985 doğumlu, lise mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi:18.01.2021).
- KK-92: Muhammed Alacı, 1993 doğumlu, lise mezunu, düğün fotoğrafçısı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 14.05.2022).
- KK-93: Ayşe Kurt,1970doğumlu, ilkokul mezunu, ev hanımı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 18.01.2021).
- KK-94: Nabi Ekşi,1969 doğumlu, üniversite mezunu, imam, Kilis. (Görüşme Tarihi:03.02.2020).
- KK-95: Necmettin Akbaş, 1988 doğumlu, lise mezunu, emlakçı, Kilis. (Görüşme Tarihi: 14.05.2022).

KK-96: Metin Şarkbay, 1955 doğumlu, ortaokul mezunu, kuyumcu, Kilis.
(Görüşme Tarihi: 24.07.2021).

BÖLÜM 12

EVLENME GELENEĞİNDE (KIZ İSTEME) SAYGI KAVRAMI

Dr. Öğr. Üyesi Gülsüm TARÇIN¹

¹ Kilis 7 Aralık Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı,
Kilis, Türkiye, gulsuntar@hotmail.com, Orcid ID: 0000-0002-6218-6862

GİRİŞ

Saygı, birlikte yaşamının ve bu birlikteliğin sürdürülebilmesi için insanların davranışlarını düzenleyen kurallar bütünüdür. Toplumsal düzeni sağlamada insanların birbirlerine karşı uyum içinde olabilmelerinin ölçütüdür de denilebilir.

Saygı, Türkçe Sözlükte; değeri, üstünlüğü, yaşlılığı, yararlılığı, kutsallığı dolayısıyla bir kimseye, bir şeye karşı dikkatli, özenli, ölçülü davranmaya sebep olan sevgi duygusu, hürmet, ihtiram olarak açıklanırken (Türkçe Sözlük, 2022, s.1714), köken bilgisi olarak da, “hürmet, ihtiram” olarak tanımlanmaktadır (Gülensoy, 2018, s. 744).

Saygı, karşımızdaki kişiyi belli bir şekilde algılama ve tepkide bulunma eylemidir. Algılama işlemi önce duyu kanallarımız aracılığıyla (görme, işitme, dokunma, koklama ve tatma) bilgiler alınmaktadır. Bu uyarıcılar daha sonra bir anlam vermek ve yorumlanmak üzere beyine gönderilmektedir. Bizim algılama şeklimiz bu yorumlamalarda önemli bir rol oynamaktadır (Akkoyun, 1993, s.16). Bu tanımdan yola çıkılacak olursa, algılar eyleme dönüşerek saygı ifadesini ortaya çıkarmakta ve nelere karşı saygılı olmak gerektiği kültürden kültüre değişebilmekte ve farklı yorumlanabilmektedir.

Kişilerin içinde bulunduğu toplumun değerlerine göre saygı göstermeleri farklılaşabilir. Örneğin; Türk kültüründe yaşlılara saygı göstermek önemsenirken, başka kültürlerde önemsenmeyebilir. Yine söz konusu kültürde yardımlaşmak, ihtiyacı olana bağışta bulunmak çok önemli iken, başka kültürlerde bu durum kişiliğe yapılmış saygısızlık olarak kabul edilebilir. Türk kültüründe gençlerin yaşlılar karşısında bacak bacak üstüne atıp oturması, bir büyüğü ya da öğretmeni geçerken oturduğu yerden toparlanıp selam vermemesi bazı bölgelerde saygısızlık olarak kabul edilirken, bazı bölgelerde bir şey ifade etmeyebilmektedir. Yaşayan insanın dışında ölen kimseye de saygı farklılık gösterebilmektedir. Türkiye’de İslam dinine inanarak yaşamış ve vefat etmiş birinin naaşı en kısa zamanda gerekli işlemlerin (yıkama, kefenleme, cenaze namazı) tamamlanmasının ardından toprağa verilmesi ile son bulmaktadır. Oysa eski Yunanistan’da ölen kişi uygun bir cenaze töreniyle gömülmemişse resmen ölmüş sayılmamıştır. Cenaze törenini geciktirmek ceset (ölü) statüsünden yoksun bırakıldığı için büyük bir ayıp ve saygısızlık olarak kabul edilmiştir. Görüldüğü gibi saygı ölçütlerini bu gibi kültürel farklılıkları göz önünde bulundurup, harmanlayarak yeniden düzenlemek, yitip gitmesine göz yummaktan daha uygun olabilir. Bu nedenle saygıyı içinde bulunan duruma göre ele almak gerekebilir (Kıral, 2018: s. 8).

Saygı içeren ifadeler, toplumda hitap eden ve dinleyenin kendi aralarındaki ve toplum içerisindeki konumlarını belirler. Yaş, cinsiyet, makam mevki, okumşluk seviyesi, konuşma ortamının durumu, toplumsal olarak doğumla gelen ve sonradan değiştirilemeyen bazı statüler bu konumu ortaya çıkaran sebepler arasında sayılabilir. Bu nedenlerden bazıları dünyadaki tüm toplumlar için ortak saygı gerekçesi kabul edilirken bazıları milletlerin kültürel yapılarına göre farklılık arz eder. Türk toplumunda saygı geçmişten günümüze vazgeçilmez bir değer olarak varlığını sürdürür. Divanü Lûgati't-Türk'e Türk toplumunun nezaket kuralları çerçevesinde bakıldığında 11. yüzyıl Türk sosyal yaşantısı ve kişiler arası ilişkiler açısından zengin bir malzemeye sahip olduğu görülür. Eserde geçen “Yiğit kişiyi kötöletme, yüğruk atın arkasını yağırlatma” ve tanıdık insanlara saygı duyulmasını dile getiren “Tanınmış şeytan, tanınmadık adamdan daha iyidir” atasözleri örnek olarak verilebilir. Günümüz Türkiye Türkçesi'nde saygıya dayalı kavram alanının çok zengin olması geçmişten günümüze saygı kavramının önemini koruduğuna işaretir (Özdemir, 2017, s.10-11).

1. EVLENME GELENEĞİNDE (KIZ İSTEME) SAYGI

Türk kültüründe saygı geçmişten günümüze toplumsal hayatın önemli bir unsurudur. Ana-babaya, ataya, aile büyüklerine saygı bunların başında gelir. Özellikle geleneksel uygulamalarda kişilerin birbirlerine saygı çerçevesinde davranmaları, kırıncı olmadan kendilerini ifade etme biçimleri önemli görünmektedir. Bu davranış biçimlerinden biri de evlenme aşamalarında ortaya çıkmaktadır. Yaşamın her alanında saygı kuralları olduğu gibi evlenme geleneğinde de karşılıklı saygı içerisinde hareket etmek önemlidir. Evlenme yaşamın önemli geçiş dönemlerinden olup, aile kurmanın temelini oluşturmaktadır. Bağlı bulunduğu kültürel koşullara göre şekillenen evlenme içinde türlü âdet ve gelenekleri barındırmaktadır. Evlenme sırasıyla kız bakma/kız isteme, söz kesimi, nişan, düğün aşamalarından oluşmaktadır. Evlenmenin bu her aşamasında yöreden yöreye benzerlik ya da farklılıklar gösteren çeşitli uygulamalar ana çizgileri itibarıyla birbirlerine benzerler. Evlenme aşamalarının ilk basamağında yer alan “kız bakma, kız isteme” sırasında kız ve oğlan evi biraraya gelir. Ancak kesin karara varılmadan önce her iki taraf da birbirleri hakkında bilgi toplamaya çalışır. Kızın beğenilmesi durumunda kız evine yapılan ziyaretlerde kız evinin kararı çeşitli geleneksel uygulamalara bürünerek aktarılır. Bu şekilde karşı tarafı incitmeden kız evinin cevabı verilmiş olur. Öncesinde “görücülük” olarak da adlandırılan “kız

bakma” olarak da bilinen bu gelenek çerçevesinde kız evi ziyaret edilir. Örnek (1977, s.185), bu geleneği şu şekilde açıklamıştır:

Türkiye’de, kültürel değişmelerin daha etkin görüldüğü büyük kentlerde doğrudan tanışıp, anlaşarak evlenmeler giderek yaygınlığını arttırırken, gelenekselliğin ağır bastığı yerlerde görülen evlenme biçimlerinin başında hâlâ “görücülük” gelmektedir. Görücülüğün aslını, evlenecek erkeğin aile üyeleriyle, akraba ve komşularından seçilen birkaç kadının daha önceden üzerinde durulan ya da tanıdıklarca önerilen kızın evini ziyarete gidip, hem kızı yakından incelemeleri, hem de niyetlerini belli etmeleri oluşturmaktadır. Buna “kız bakma”, “görücü çıkma”, “dünür gezme” gibi adlar da verilir. Görücüler kızı görüp, olumlu bir yargıya varduktan sonra, daha ayrıntılı bilgiler edinmek için ziyaretlerini sona erdirirler. Bu, aynı zamanda kız ailesine de bir düşünme payı bırakmak, -eğer kızlarını vermeye razı iseler- onlara da damat adayı hakkında bilgi edinmeleri için zaman tanımak anlamına gelmektedir. Her iki tarafın olumlu bir karara varması sonucu görücülerin işi bitmiş olur.

Kız isteme Türkler için her dönem çok önemli görülen bir uygulamadır. Öyle ki kız isteme Türklerde özenle yapılagelen bir uygulama olarak karşımızda durmaktadır. Bu uygulamaya verilen özenin en güzel örneklerinden birini Altay Türklerinden de verebilmemiz mümkündür: “Altay Türkleri kız istemek için gittikleri zaman evin reisi önünde diz çökerek şunları söylüyorlardı; Evinin eşiği önünde şimdi diz çöküyorum, Senin evine geldim, Baylığına sevindim. Evinin başını istemek için, çözülmez bağlarla, Sağdıçlık bizi bağlasın, Yanaklar nasıl ayrılmazsa, zurnın yakası nasıl kopmazsa, Bizimle akrabalık bağları, Kayın kabuğunun katları gibi olsun, Niyetim bıçağın sapını istemektir. Kazanın kulpunu istemektir.” Verilen bu örnekte de görüldüğü üzere, Türkler kız isteme konusunda çok özenli davranmaktadırlar. Gösterilen bu özen ile birlikte Türklerde kız ve ailesine hoş sözler söylenerek, törelere ve Türk kültürüne uygun bir şekilde kız isteme töreni gerçekleşmektedir. Özellikle kızın baba ve annesine hürmette kusur edilmemektedir. İstenmekte olan kızın kendi ailesi içindeki yerine/önemine vurgu yapılarak, kız istenmektedir. Kızın istenmesi ve sonrasında verilmesi ile iki aile arasında sıkı bir bağın kurulacağına da vurgu yapılmaktadır. İslâmiyet’ten önce kız isteme bu şekilde gerçekleşmektedir. İslâmiyet’in kabulünden sonra ise Türklerde kız istenirken, kız ve ailesi için söylenen güzel sözlerden sonra “Allah’ın emri, Peygamber Efendimizin (s.a.v.) kavli ile kızınız Ayşe’yi oğlumuz Ahmet’e isteriz.” ifadesi ile kız isteme gerçekleşmektedir. Kızın aile büyüğü tarafından bu istek olumlu karşılandıktan sonra çiftler arasında nişân merasimi gerçekleşmiş olmaktadır (Aslan, 2018, s.39-40).

Kız evine yapılan ziyaretlerden sonra kız evinin kararını bildirmesi geleneksel davranış kalıpları içerisinde olabilir. Karar olumsuz olursa karşı

tarafı incitmeden, saygılı bir şekilde, çeşitli bahanelerle oğlan evinin isteğini geri çevirebilir. Bu durum genellikle toplumun hemen her kesiminde anlayışla karşılanabilecek, kâbul görmüş bir durumdur. Toplumda bu tip durumlarda yaygın olarak kullanılan “kız evi, naz evi” sözü de bu anlayışa isabet etmektedir. Buna göre Türkiye sahası ve Türk dünyasından kız isteme geleneği ile ilgili elde edilen verilerde bu geleneksel davranış kalıplarını yöreden yöreye çeşitli âdet ve uygulamalar içerisinde görmek mümkündür. Bu uygulamalarda kız evinin kararını geleneksel bazı yöntemlerle ifade ettiği ve dolaylı ya da doğrudan verilen mesajın erkek tarafınca anlaşıldığı görülmektedir. Burada önemle durulması gereken geleneğe göre her durumda kız evinin saygılı davranması esastır. Bu, kız evinin kararı olumsuz olduğu takdirde, çeşitli sebepler öne sürülerek ya da bazı semboller aracılığıyla mesaj verme şeklinde gerçekleşir.

1.1. Çeşitli Nedenlerle İsteği Geri Çevirme veya Bazı Semboller Aracılığıyla Kararın Bildirilmesi

Kız evinin uygun bulmadığı adaylar karşısında gösterdiği tutum, saygıyı elden bırakmadan, karşı tarafı küstürmeden, kırmadan uzaklaştırmak olmaktadır. Bu sebeple, kız evi işi ağırdan alır, surat asıp gönülsüz olduğunu ifade etmeye çalışırken, “kızımız küçük, kızımız okuyor, henüz olgunlaşmadı” vs. gibi nedenler öne sürebilir:

Her toplum kendine has normlarını geliştirerek âdet, inanç ve uygulamalarını üretmiştir. Bozkır veya köylerinde nadir de olsa kız istemeye davetsiz gidildiği de görülmektedir. Kız istemek için ziyarete gelen davetsiz misafir içeri alınır, sıradan bir şekilde ağırlanır. Kızını vermeye gönlü olmayan evsahibi, gönülsüz oldukları için gelinlik çağına gelmiş kızına misafirleri için hizmet ettirmez. Kızın annesi misafirlere arkasını dönüp konuşur ve tekrar gelmesinler diye surat asar. Ancak kız evi tarafından bir davet olunmuşsa gelen misafirler hoş karşılanır, en güzel şekilde ağırlanır. Gelenler kızın yürüyüşünden, kahve ikramına, boyuna posuna, evinin temizliğine varıncaya kadar gözlem yaparlar. Hayırlı bir iş için geldiklerini söyleyen misafirlere kız tarafı hemen cevap vermez. Kız tarafı “Nasipse olur, bir de kızın fikrini alalım” gibi düniürü küstürmeyen sözlerle karşılık vermektedir. “Kız evi naz evi” anlayışı gereği erkek tarafı birkaç kez gelip gider. En sonunda kız tarafından söz alınır. Erkek tarafı bir Perşembe akşamı aile büyükleri ve varsa düniürücü başıyla birlikte kız istemeye giderler (Kartal, 2017, s. 39).

Çankırı’da kızın babası kızını vermek istiyorsa “Her iki taraf için de hayırlı olsun” der. Vermek istemiyorsa “Misafirlik için evime her zaman beklerim,

ama bu konu için beni rahatsız etmeyin” der. Ya da “verecek kızım yok”, “kızımın yaşı küçük” “kız evlenmek istemiyor” “kızımızın başka bir sevdiği var” gibi bahaneler uydurur. Eğer kızı vermeyeceklerse oğlan evinin getirdiği lokum, çikolata geri verilir (Varvar, 2010, s.57).

Şanlıurfa’da kız evine verilen üç günlük mühletten sonra, oğlan anası, kız evine bir aracı gönderir. Cevap ister. Kız evi, oğlan tarafını beğenmemişse yumuşak bir dille “Allah kader etmemiş, kusura bakmayın” diyerek red cevabı verir. Eğer delikanlı beğenilmişse, müspet cevap verilir (Dikilitaş, 1997, s.20).

Kastamonu’nun Abana ilçesinde, kız istemeye giden kadınlar bölgede “bürü” denilen beyaz baş örtüsü bağlarlar. Kız tarafı, kızı vermeye niyetli olsa bile “biraz düşünelim” şeklinde cevap verir. Ailesi kızın da onayını alarak bu evliliği makul görürse tekrar gelmeleri için gün bildirir. Kızlarını vermeye niyetli değillerse genellikle “bizim evlendirecek kızımız yok” denilerek teklif geri çevrilir (Eroğlu, 2008, s.168).

Çanakkale halk kültüründe, kız isteme şöyle gerçekleşmektedir: Karşılama, selamlaşma, günlük konuşmaların ardından, damadın babası ya da beraber gelinen aile büyüğü sözü esas konuya getirir. Genellikle “sebebi ziyaretimiz...” şeklinde başlayan konuşma, “Allah’ın emri, Peygamberin kavli ile kızımızı oğlumuz istiyoruz” şeklindeki kalıp ifade ile sonuca erdirilir. Bu aşamanın ardından kız babası sözü alarak şayet, evlilik uygun görülüyorsa “kısmetse olur”; uygun bulunmuyorsa “kızımız çok küçük, okuyor, daha evlendirmeyi düşünmüyoruz” gibi yuvarlak ifadelerle durumu sonuçlandırır. Eskiden ilk istemede kızın verilmesi uygun bulunmazken günümüzde bu anlayış kırılmış, ilk istemede durum neticelendirilmiş olur. Kızın verilmesinin ardından, gelin adayının hazırladığı kahveler içilir. Gelin adayı, âdet üzerine, damadın sabrını veya sevgisini ölçmek maksadıyla onun kahvesini baharatlı, tuzlu yaparak ikrâm eder. Damadın bu kahveyi hiç duraksamadan içmesi beklenir (Yolcu & Dinç, 2018, s.146). Nahçıvan yöresinde elçilerin ilk ziyaretinde kız tarafı taliplere kesin bir cevap vermez. Birkaç defa bu durum tekrarlandıktan sonra, kız evi yeterince düşündükten sonra olumlu cevabı oğlan tarafına bildirir. Kız tarafı kızı oğlana vermek istemediği halde Nahçıvan yöresinde “bizim kızımız yaşça oğlunuzdan küçüktür”, “sizin bizden istediğiniz bizde yoktur” veya “biz kızımızı okutacağız” gibi olumsuz cevaplar verilmektedir. Aksi taktirde karar verilirse söz kesilir ve nişân için danışıklar başlanır (Orucov, 2018, s.181).

Bahşiş Yörükleri’nde kız tarafı kızını vermek istemezse; “Sizin orağımız keskinleşmiş ama bizim başağımız daha olgunlaşmadı.” şeklinde uygun bir dille reddeder. Bazen de kız tarafı kızlarını vermeye gönüllü olduğu hâlde

aile içerisinde kızın verilmesini istemeyen başka birilerinin olması durumuyla karşılaşmaktadır. Bu kişi veya kişiler de kız isteme faslında ya evin bacasından su dökerler, ya dünürünün ayakkabısının içine tuz atarlar ya da istemeye gelen kayınbabanın ayakkabısının ökçesini keserek, ayakkabısının içerisine tuz atıp, su dökerek bu işe gönüllerinin olmadığını göstermeye çalışırlar. (Kayabaşı, 2018, s.76).

Karakeçili aşiretinde dünürçülüğe gidilen ev, değer verilen, el üstünde tutulan evdir. Kız istemeye gidenler, o evde bulunanlara önem verdikleri, saygı gösterdikleri için kızlarını isterler. Bu sebeple gönülsüz bile olursa, gelen misafirler küçük görülmez, kovulmaz; ancak, kız evi, kendine göre çeşitli nedenlerden dolayı “sosyal statü, gelenek, töre ve inanç gibi...” bu evlenme işine karşı ise, dünürçülerin ilk gelişinde bu tutum belli edilir. Herhangi bir sebepten ötürü dünürçülüğe gelen kişilere kız verilmesi düşünülmüyorsa, “Allah razı olsun, bize değer verdiniz, evimizi ve bizi onurlandırdınız; ama, kısmet değilmiş, nasibinizi başka yerde arayın” diyerek güler yüz ve samimiyet gösterilmez (Eker, 1998, s.116).

Özbekler’de eğer kız tarafı beğenirse, “tamam, gelebilirsiniz, kısmet olursa, kızımızı veririz”, şeklinde cevap verirler. Bu ifade “kesin cevap almak için tekrar gelmeleri lazım olduğunu” düşündürür. Eğer beğenmezse, “bizim kızımız daha evlenmeye hazır değil”, “kızımız sözlü”, “kızımızı okutacağız” diye cevap verirler. Halk tarafından kabul edilmiş bu deyimler geleneğin bir parçası olmuştur ve görüclük sırasında bunlar hemen anlaşılacak cümlelerdir (Rasulova, 2021, s.417).

Eski Rus toplumunda eğer kız tarafı damadı beğenmemiş ise: ürünümüz satılık değil, olgunlaşmadı, henüz genç, beklemek gerek sözleriyle oğlan tarafını kırmadan düşüncelerini ifade ederler. Eğer damat adayı, kızın ailesi tarafından tanınıyorsa ve iyi bir kişi olduğuna kanaat getirilmiş ise kızlarının da fikri alınarak kız isteme olayı olumlu bir neticeyle sonuçlanır. Eğer kızın ailesi oğlanı çok iyi tanımıyor, ya da oğlan uzak bir yerde yaşıyor ise dünürden düşünmeleri ve bir karara varmaları için, kız evlendirmek poğaçı pişirmeye benzemez, bir günde büyümedi ki, ilk defada verilsin vb. sözlerle oğlanı tanımaları açısından zamana ihtiyaçları olduğunu bildirirler ve böylelikle bir karara varılmadığı için düğün tarihi de belirlenemez (Altun, 2018, s.4-5).

İletişim, ortamlar ve konular ile, ilgili kişiler arasında bağlantı kuran bir mekanizmadır. Aslı olarak değişmeyen bu faktörlerin yanında, iletişim, konuya ve amaca göre değişen mesajlar taşır. Konunun can alıcı ve dikkat çekici yönlerini içeren mesajların yalnızca sözle ifade edilmesi gibi bir zorunluluk yoktur. Âdeta birer “kod” niteliğinde olan bu mesajlar, sembollerden oluşan bir hareket, bir mimik ya da bir davranış şekli olarak karşımıza çıkabilir. Sözlü olarak anlatılabilecek bir istek, kabul ya da ret gibi her türlü duygu, düşünce ve fikrin tek bir davranış veya davranışlarla

belirtilmesi, mesajların amacına ulaşması için yeterlidir. Burada önemli olan, taraflar arasında bunların paylaşımı, ortak unsurların herkesçe bilinmesi ve böylece doğru iletişimin sağlanmasıdır. İletişimin söz ya da mesajla gerçekleştirilmesi, o toplumun kültürel özelliklerini yansıtır. Kelimelerin, iletişimi sağlamada en kolay ve hızlı çözüm olduğu düşünülür. Oysa, olumlu ya da olumsuz bir düşünceyi anlatan semboller, mesajın en az söz kadar, duruma göre sözden de çabuk ve doğru olarak geniş kitlelere ulaşmasını sağlar. Daha da önemlisi, Türk aile eğitimine göre, söylenmesi uygun olmayan veya söylendiği takdirde saygısızlık addedileceğine inanılan her türlü fikir ve eylem, semboller aracılığıyla dile getirilir. Bu sayede, dilek, temenni ve cevapları içeren mesajlar, yetiştirilme tarzına uygun olarak, saygı boyutları içinde hedefine ulaşmış olur. Eker (1998, s.82-83), bu sembollerin kullanıldığı yerlerin görücülük, kız isteme, düğün, gerdek, doğum ya da ölüm olabileceğinden bahseder. Kullanılma alanı her neresi olursa olsun, şekil ve mekan değişse de, “sembollerin mesaj iletme fonksiyonu”, ait oldukları ve yaratıldıkları toplumlar için her zaman aynı kalır. Kız isteme sırasında ya da sonrasında kız evinin kararını çeşitli semboller, nesnelere aracılığıyla iletmesi, ilgili literatürden elde edilen verilerde karşımıza çıkmaktadır. Bunların geleneksel kültür içerisinde birer gösterge niteliği taşıdığı anlaşıldığından “göstergebilim” ile ilişkisini Eker (2000, s.403), şu şekilde açıklamıştır: Toplumun geleceğinin en önemli ve belirleyici yapı taşlarından biri olan aile kurumunun meydana gelmesindeki ilk basamak kabul edilen evlilik, kız ve oğlanın evlenme isteklerini belirtmelerinden gerdek sonrasına kadar devam eden her safhasında, Göstergebilimin renkli ve çeşitli örnekleriyle zengin bir tablo halinde karşımıza çıkmaktadır. Sembollerle anlam gönderme esasına dayanan Göstergebilim, sahip olduğu tanımdan farklı bir manayı işaret eden gösterge ile onların birbirleriyle ilişkilerini belirleyen kodlar aracılığıyla kurulan bir iletişim sistemidir. İnsanlar arasındaki sözsüz iletişim temeline dayanan göstergebilim, grupların düşünce, yargı ve inançlarının sembollerle dile getirilmesine yardımcı olur.

Karataş da (2018, s.46-47) bu durumu göstergeler yoluyla iletişim kurmak şeklinde açıklamıştır:

Türk kültür çevrelerinde evlilik geçiş döneminin bu safhasında “evet” anlamını taşıyan çok çeşitli göstergeler nesne, işaret ve davranış şeklinde çeşitlenmektedir. Bu bağlamda “şeker vermek, şekerli kahve ikram etmek”; “mektup/pusula göndermek”; “nüfus kâğıdı göndermek”; “şerbet ikram etmek”; “hoşaf ikram etmek”; “oğlan tarafına yemek yedirmek”; “erkek tarafına kıza ait çevre/yazma/yağlık veya mendil vermek”; “tütün/sigara/pipo ikram etmek”; “Tuzlu su ve ekmek ikram etmek”;

sembolik hediyelerin kabul edilmesi evlilik bağıyla akrabalık kuracak taraflar arasında olumlu görüş ve kararların sözsüz iletişim ortamında iletilmesi için başvurulan başlıca kültürel yol ve yöntemlerdir. Bu bilgilerden hareketle sorulması gereken soru, “evet” cevabının neden göstergeler vasıtasıyla verildiğidir. Nitekim “hayır” cevabının verilmesi hâlinde taraflar arasında uzun vadede doğacak çatışmaların önlenmesinin amaçlandığı görülmektedir. Buna karşılık “evet” cevabıyla tarafların akrabalık kurumu çatısı altında birleşiyor olmasına rağmen söz konusu yanıtın göstergelerle verilmesi yine kültürün evlilik geçiş dönemi alanında kız tarafının statüsüyle ilgili olmalıdır. Bu bağlamda, kız tarafının talipler karşısında hevesli görünmek istememesi böyle bir göstergenin kullanılmasını gerektirmektedir. Böylece, “kız evi naz evi” atasözü uyarınca kız tarafının hak üstünlüğü de muhafaza ediliyor olmalıdır. Talep edilenin talip olan üzerindeki üstünlüğü geçiş döneminin bu aşamasında başlayarak, düğün ritüelinin sonuna kadar devam etmektedir.” Burada olumlu, olumsuz görüş ve kararların doğrudan sözlü iletişim kanalıyla iletilmemesi geleneksel halk hayatında potansiyel çatışmalardan kaçınma ihtiyacına karşılık olarak kültürün iletişim alanında verilen tepkiyle ilgili olmalıdır. Türk kültürünün sözlü alanında teşekkül eden “Ne kızı veriyor ne de dünnürcüyü küstürüyor” atasözü de sözü geçen tepkinin sözlü kültür ortamındaki yansımalarından biri olarak yorumlanmalıdır (Karataş, 2018, s.46).

İlgili literatürde “kahve, şerbet, bohça, mendil, ekmek, yumurta, soğan, kevgir, ayakkabı” karşımıza çıkan semboller arasındadır. Bu sembollere yüklenen anlam kız evinin olumlu ya da olumsuz kararını bildirme şeklidir de denilebilir. Buna istinaden üzerinde durulması gereken nokta burada; kız evinin erkek tarafına geleneksel iletişim yoluyla cevabını bildirmesi, bunda hem oluşabilecek kırgınlığı, çatışmayı ortadan kaldırmak hem de saygılı bir şekilde misafirleri hoş karşılamak, ağırlamak ve uğurlamaktır. Aşağıda bu semboller ve verdikleri mesajlar, Anadolu ve Türk dünyası sahasından örneklerle açıklanmaya çalışılmıştır:

Erzurum Pertuvan’da, kız isteme işlemi şu şekilde olur:

Oğlan babası, genellikle onun vekili olan kimse, yönünü kız babasına çevirerek dize gelir ve ellerini dizine koyar. Bunun üzerine, orada bulunanların hepsi aynı şekilde hareket ederler. Oğlan evi vekili: — Allah’ın emri, peygamber efendimizin sünneti seniyesiyle senin kızını falancanın oğlu filana istemeğe geldik. Allah’ın emir ile elçiyiz, elçilik ediyoruz, der. Bunun üzerine kız evinin vekili cevap verir: — Eğer Allah’ın emri varsa... Safa geldiniz, hoş geldiniz. Bundan sonra misafirlere kahve hediye edilir. Hediye edilen kahveden pişirilerek sunulur. Eğer kahve tatlı

ise gönlünüz hoş olsun, isteğinizi kabul ediyor, kızımızı veriyoruz anlamına gelir. Eğer kahve acı ise isteğinizi kabul etmiyor, kızımızı vermiyoruz demektir. Bu takdirde yapılacak bir şey yoktur demektir. Kafile üzgün bir şekilde oradan ayrılır (Acıpayamlı, 1978, s.40). Uşak yöresinde, tanışıp anlaşarak evlenme olduğu kadar görücü usulü evlenme de sık karşılaşılan evlenme biçimidir. Görücü usulü evliliklerde kızı görmeye düniürler gelir. Aşağıkaracahisar köyünde eğer kıza bakmaya gelen düniürücü beğenilmediyse, kız evinin kızı vermeye niyeti yoksa düniürçülere kahve pişirilmez. Kızın sözlenmesi ve nişanlanmasına Uşak yöresinde “şerbet” adı verilir. Bakır kazanda şekerle su kaynatılıp içine kırmızı gül suyu eklenerek bir şerbet hazırlanır, şerbet kızın verildiği anlamına gelir. Gece komşular gezilip söz/nişan şerbeti dağıtılır, şerbeti içen bardağın içine para atar (Özcan, 2016, s.264).

Bursa Şehitler köyünde kız isteme sırasında yalnız kızın ve oğlanın babasına kahve ikram edilir. İki baba kahvelerini yarım içerek birbirlerine ikram ederler. Kahveyi değiştirerek içme kızın verildiği anlamına gelir (Taş, 2008, s.55).

Çankırı’da oğlan anneleri gelin adaylarının evlerini perşembe veya cuma günü sabahtan ziyaret ederler. Evin kızı misafire (görücüye) özel şekilde hazırlanmış olarak çıkar. El öper ve oturmadan odayı terk eder. Daha sonra misafire kahve ikram edilir. Bu kahve sade ise düniürün açıkça reddedilmesi anlamına gelir. Eğer kız ve erkek tarafı birbirine yakınlık duyarlarsa anlaşma yoluna gidilir (Varvar, 2010, s.37).

Malatya Doğanşehir’de kız kahve ikramında bulunur. Kahve tatlı ise kız gönüllü, acı ise gönül yok, demektir. Kahvenin içerisine bazen tuz da konur, bu damadı sınamak için yapılır. Damadın sesini çıkarmadan tuzlu kahveyi içmesi gerekir (Kurt, 2012, s.112).

Konya’da kız istemeye gidildiğinde sadece kahve ikram edilir; çay ikram edilmezdi. Şayet ailenin kararı olumlu ise kahvenin arkasından çay içilir ve bu durum, Konya’da “sıcak şerbet” adını alırdı. Sonra kadınlar belirli bir gün ayarlarlardı. Kadınlar arasında kahveli, çaylı bir oturma olur ve nişan yüzüğü takılırdı (Ceranoğlu, 2020, s.522).

Kız istemenin vazgeçilmez bir parçası haline gelen kız tarafından kahve pişirilmesi genellikle her yörede karşımıza çıkan bir âdettir. Kahvenin pişirilerek misafirlere ikram edilmesi kızın verildiği anlamına geldiği gibi; kahvenin tatlı, acı, sade olarak pişirilmesi de yörelere göre farklılıklar ortaya çıkarmakta, acı veya sade olması kız evinin isteğinin geri çevrildiğini ifade etmekte, tatlı olması da olumlu bir mesaj vermektedir.

Anadolu'nun pek çok yöresinde olduğu gibi Ürgüp'te de kızını vermeye gönüllü olan aileler bile, ilk istemede istekli görünmezler. "Kız evi naz evidir" deyişine uygun olarak erkek evinin birkaç kez gelip gitmesini sağlamaya çalışırlar. Yörede bu âdete "nazlanma" adı verilmektedir. Kızlarını vermeye razı olan kız tarafı erkek evine "dutu" veya "ilişik" adı verilen bir bohça gönderir. Bu bohçada çorap ve birkaç parça giyim eşyası bulunur. "Küçük çeyiz" ya da "çorap gönderme" adı da verilen bu bohçayı alan oğlan evi, kızın verileceğini anlar. Daha sonra sözü kesilmiş sayılan kız ve ailesi oğlan evine bir ziyaret yaparlar, yörede söyleniş biçimiyle "oğlan evini yoklarlar." Bu ziyaret sırasında ailenin durumu beğenilirse "şerbet günü" kararlaştırılır (Eroğlu, 2008, s.167).

Kırgız Türklerinin evlenme geleneğine göre, günümüzde kız isteme önce kız ile erkeğin tanışmasıyla başlar. Tanışma faslından sonra erkek, ailesine kız beğendiğini ve onunla evlenmek istediğini bildirir. Bunun üzerine erkek tarafı kızın kendilerine denk olup olmadığı, aile durumu, kültürü ve yetiştiği çevre hakkında bir takım araştırmalarda bulunur. Yapılan araştırmalarda olumlu sonuç çıkması hâlinde erkek tarafı kız tarafıyla görüşmek için uygun bir zaman ve ortam arar. Bunun üzerine kızı talip olan taraf konuşmasını iyi bilen ve saygın birisini kızın evine gönderir. Ev sahibi gelen misafiri durumuna göre ağırlar. Kız istemeye gelenleri kız babasının her halükârda iyi ağırlaması gerekir. Kız istemeye gelenleri samimi bir şekilde uğurlamak da bir gelenektir. Bu konuda Kırgızlarda şöyle bir atasözü vardır: Elçilikke ölüm çok, cuuçulukka korduk çok, yani elçiliğe ölüm yok, kız isteyenleri horlamak yok". Kız istemeye erkeğin annesi, yengesi ya da ablaları da gidebilir. Bu esnada başta ekmek olmak üzere, beraberlerinde çeşitli yiyecek maddelerinden oluşan bir bohçayı da götürürler. Kırgız geleneğinde misafirler sofrada karşılanmaktadır. Bu nedenle kız istemeye gelenler daha önce kurulmuş sofraya otururlar. Sohbet esnasında konu kız istemeye getirilir. Bu teklif kız tarafınca uygun görülürse, teklifi kabul ettiklerine işaret olarak, kız istemeye gelenlerin getirdikleri bohça açılır ve ekmekleri parçalanıp sofraya konulur. Kırgızlarda nişanda yüzük yerine küpe takılır. Nişan merasimi genellikle az sayıda davetlinin katılımıyla gerçekleşir. Gelin kız, kulağına küpe takıldıktan sonra, damat tarafının temsilcilerine karşı eğilir. Kırgızlarda bu hareket saygı gösterisi anlamına gelmektedir (Yüce & Dosbayeva, 2007, s.10).

Bohça ile tespit edilen örneklerde görüldüğü gibi, kız evi ile oğlan evi arasındaki bohça alışverişi, niyetlerin de karşılıklı olduğunu ifade etmektedir, bohça aynı zamanda genellikle Türk halk kültüründe kız istendikten sonra, kız ve erkek tarafının birbirlerine sunduğu bir nevi hediyedir.

Türklerde babanın, sonsuz bir "velayet hakkı" görünmemektedir. Bunun içindir ki söz kesiminde kızın, evlenmeye razı olduğunu gösteren, bir "rıızalık" sembolü vermesi de gerekiyordu. Bu sembol, Sibiryadan

Anadolu'ya kadar uzanan, bütün Türk illerinde, “mendil” idi. Bu çok eski Türk geleneği Anadolu'da, “kız evinden giden hediyelerde, çevre, yağlık veya mendil şeklinde görülür”. Türkistan'daki, “tuzlu su ve ekmek” yerine Anadolu'da da “şerbet içilir”; bu da bir çeşit “and içmedir” (Ögel, 1988, s.266).

Eski Türklerden beri kullanılageldiği tespit edilen, kaynaklarda gerek Osmanlı saray çevresinde gerekse günlük yaşamdaki kullanımına sıklıkla rastladığımız mendil, bir kültür taşıyıcısı olma yolunda önemli bir görev üstlenmiştir. Kimi zaman öğüt kimi zaman dua kimi zaman da dilek işlevi ile söz konusu edilen adeta gizli bir dil niteliğindeki bu mendiller sevdayı, ayrılığı, bazen de hüznü çağrıştıran zarif bir semboldür (Tanrıbuyurdu, 2010, s.197).

Mendilin işlevleri halk kültüründe birçok araştırmaya konu olmuştur. Özellikle sözsüz iletişim dilinin kullanıldığı zamanlarda sevgiliye duygularını ifade etme aracı olarak da karşımıza çıkmaktadır. Mendilin ucunun bağlanması ile ilgili olarak da hatırlatma işlevinin olduğu şu bilgilerden anlaşılmaktadır. Onay'a göre;

Bazı unutkan kimseler bir şeyi hatırlamak için serçe parmaklarına ip bağladıkları gibi bazıları mendillerinin ucunu düğümlerler. Ümmîd-i vuslat etme ki va'd-i visâl ile/ Bin ukde var ucunda gönül destmâlinin (Ey gönül! O güzelden vuslat ümit etme. Onun visal vaadini hatırlatmak için mendilinin ucunda bin düğüm vardır). (Onay, 1993, s.287).

Bahşış yörüklerinde, mendil ucunun bağlanması kız isteme geleneğinde de mendilin bir işlevi olduğunu göstermekte ve bu şekilde kızın evlenmeye razı olduğunu bildiren bir sembol haline geldiği görülmektedir:

Kızı beğenirlerse bu işin olması için uğraşacak bir kişi ararlar. Bu kişiye “aracı” ya da “isteyici denilir. Aracı kişiye de, arayı yapması için bir mendilin içine para konularak verilir. Aracı, kızın annesiyle konuşarak erkek tarafının niyetinin ciddi olduğu hususunda gerekirse onları överek, onu ikna etmeye çalışır. Anne, kızını vermek istemezse; “Münasibimiz var.” diyerek aracıyı uğurlar. Kız istemeye damat adayı götürülmez. Aracı, kızı Allah'ın emriyle ister, alınan yanıt olumlu ise gelin tarafından “mendil ucu” bağlanıp damada gönderilir ve artık sözlü oldukları bildirilir (Kayabaşı, 2018, s.75).

İzmir/Dikili ilçesinin Yörük ve Balkan göçmenlerinin yaşadıkları köylerde yapılan araştırmalarda, Bulut “Söz mendili” olarak da adlandırılan mendil vermenin simgesel anlamda önemini halen koruduğu yönünde bilgi vermiştir. Günümüzde halen kullanılan ve söz anlamına gelen mendiller; özel üretilmiş sepetlerin içine beyaz erkek çorabı ve karanfil eklenerek

“erkek tarafına” yollanır. Köylerde “kız isteme” olayı hemen olumlu sonuçlanmaz, gerçekleşmesi bazen yıllarca sürermiş. Gidip gelmelerin ısrarla ve vazgeçilmeden yapılması, kadına verilen değerın göstergesi olarak anlandırılmaktadır. “Kız isteme” törenine giderken damat adayı geçmişte olduğu gibi günümüzde de götürülmez, söz verildikten sonra çay, kahve ikramı kabul edilir, aksi durumda edilmezmiş. Onay verildikten sonra bazı köylerde geçmişte olduğu gibi küçük bir eğlence düzenlenir (Bulut, 2018, s.38).

Sakarya'nın Geyve ilçesinde ailesi kızlarını vermeye niyetliyse dünürçüleri “kısmetse olur” derler. Ayrılırken dünürçüleri mendil verilir. Bu mendil evlilik için ilk işarettir. Bir hafta sonra kız ve erkek tarafı hazırladıkları bohçaları birbirlerine verirler (Eroğlu, 2008, s.167).

Bartın'da evlenme yaşına gelen genç kızlar oğlan evi tarafından istenir. Karşı tarafın olumlu karşılaması durumunda kız tarafı oğlan tarafına söz mendili verir. Söz mendili, kızın verilmesine izin çıktıktan sonra iki aile arasında yapılan bir törendir. Oğlan evi kız evine gelir ve çeşitli hediyeler getirirler. Böylece söz kesilir, nişan hazırlıklarına başlanır (Kökten, 2008, s.154).

Bursa'da yaşayan Mamuşa Türklerinde, kız istendikten sonra kızın babası eğer kızını verecekse hayırlıysa olsun der. Hazırlanan ikramlıklar misafirlere sunulur. Misafirler giderken kızın verildiğini belirten söz mendili kızın küçük kardeşi tarafından erkeğin babasına verilir. Söz mendilini alan baba veren kişiye bahşış verir. Söz mendili tepsisinin içinde ipek mendil ve çorap vardır (Ekinci, 2007, s.59).

Kastamonu evlilik geleneğinde ise, “ekmek” ile kız evinin cevabını erkek tarafına bildirdiği görülmektedir. Bu gelenek şu şekilde açıklanmıştır: Ekmek ummak, kız istemeye giden ailenin yanında götürdüğü boş bir çantayı kız evine teslim etmesiyle başlamaktadır. Bu çanta, kız isteme merasiminin ardından, içi dolu bir şekilde erkek tarafına iade edilmektedir. Nihai karar ise çantanın içinden çıkması muhtemel nesnelere kültürel bağlamı içinde yorumlanması ile anlaşılmaktadır: “Hayırlı işimiz olacağı zaman kız evine çanta, besmeleyle sokulur. Kız; Allah kelamı, Peygamber selamıyla istenir. İlk istemede kızın verilir verilmeyeceği çantadan belli olur. Kız anasına girerken verdiğimiz çanta, evden salavatlanırken elimize verilir. Evden az uzaklaşınca çantanın içi yoklanır. İçinden ekmek çıksa müjdedir. Kız bizimdir...” (Karataş, 2018, s.45-46).

Türkmen geleneğinde, kız istemeye erkeğin anne ve babasıyla birlikte savcı yani “dünür başı” da gider. Savcının da erkeğin yakın bir akrabası olması gerekir: amcası, dayısı, halası veya teyzesi gibi. Kız evine yapılan bu ilk ziyarette erkek tarafı kız evine yiyecek tatlı bir şeyler götürebilir. Kız tarafının da gelenlere bir parça ekmek sunması iyiye işaret sayılır. Dünürçüleri evine kabul eden, ancak

onlara kızını vermek istemeyen kız tarafı ortaya, bir sofraya, örtüye sarılı bir ekmeği getirip koyar. Bunun anlamı “size verecek kızımız yok” demektir. Eğer kız tarafı düünürlerle görüşüp, konuşmak isterse ekmeği ortaya açık bir şekilde koyar. Kızlarını vermeye niyeti olan aile düünürlerden mühlet ister. Erkek tarafı bu bekleme süresi içinde kız tarafına mükellef biçimde hazırlanmış, içi çeşitli yiyeceklerle donatılmış sofralar (tepsiler) gönderir. Kız tarafı erkek tarafının teklifini kabul edene kadar bu sofraları açmaz. Kararını veren kız tarafı erkek tarafına haber yollar. Erkek tarafı kararı öğrenmek için gittiğinde bir sofraya daha götürür. Erkek tarafıyla düünür olmaya karar veren kızın ailesi bu sofrayı açar. Bundan sonra da düünürçülük işlemleri başlar (Sağlık, 2006, s.74). Malatya Doğanşehir’de kız evine giderken “kül kömbesi” yapılarak götürülür, kız istendikten sonra kızın babası kömbeyi yerse kızını vermiş demektir (Kurt, 2012, s.113).

Ekmeği ile verilen bu mesajlarda Türk halk kültüründe ekmeğin sofralarda mutlaka yer aldığı düşünülecek olursa; aynı sofrada aynı ekmeği bölüşmek ve yemek her iki taraf için de işbirliği yapmak, aile olmak, aynı sofrayı paylaşmak anlamını vermektedir. Ekmeğin örtüye sarılı bir şekilde sofraya konulması ise sizinle birlikte yiyecek bir ekmeğimiz yok demektir ve kararın olumsuz olduğunu bildirmektedir. Ekmeği aynı zamanda tek başına bile karın doyurucu bir besindir ve “ekmeği parası kazanmak” deyimini de buradan gelmektedir. Genellikle evlenme geleneğinde görülmeye çıkan erkeğin evin geçimini sağlayabilecek bir kazançta sahip olup olmadığı önemlidir.

Gürçülerde ilk istemede kız verilmez. Düşünmek, araştırmak amaçlı erkek ailesi “Vakti iki edelim.” denilerek kibarca geri çevrilir ama reddedilmez. Kızın ailesinin bekleme süresinin bir sınırı yoktur. İkinci, üçüncü ve dördüncü gidiş olarak da ziyaretler gerçekleşir. Bu gidişlerin sayısı aslında kız ailesinin aracı olan kişiye yumurta ikram etmesine bağlıdır. Eğer yumurta ikinci gidişte pişirilip ikram edilmişse üçüncüde kız istemesi olur. Yumurta ikramı üçüncü gidişte yapılmışsa dördüncü gidişte kız istemesi gerçekleştirilir. Eğer üçüncü gidişte de yumurta ikramı gerçekleşmemişse artık o eve kız istemeye gidilmez. Dolayısıyla kız verilene kadar kapıyı aşındıran kişi, aracı olmaktadır. Yumurtanın pişirilip ikram edildiği geceden sonraki gidişte kız istemeye gidilir ve şerbet içilir. Böylece kızla oğlanın sözü kesilir. Ailenin kızını vermeye niyeti varsa erkek tarafını gayet güzel bir şekilde karşılamaktadır. Ama kızını vermeye niyetleri yoksa kız istemeye gelenler karşısında olumsuz bir tavır takınır, suratları asarak kızlarını vermek istemediklerini bu yolla da belirtirler (Saraç ve Seçim, 2020, s.198).

Yumurtanın çiğ haliyle yenilemeyeceği için pişirilip sunulması burada bu işin olgunlaştığı kararın da olumlu olduğu mesajını vermektedir. Yumurta

aynı zamanda halkların kültürlerinde yeni bir hayatın, başlangıcın ifadesi olarak bilinmektedir ve doğum, evlenme, ölüm gibi birçok geçiş dönemleri ritüellerinde yer almaktadır.

Her kültür bu özel döneme eşlik eden ritüelleri kendi gelenek ve görenekleri çerçevesinde şekillendirmekte ve kendine has zengin göstergeler, semboller ve kodlamalardan oluşan iletişim araçları vasıtasıyla aktarımını gerçekleştirmektedir. Öyleyse, başkaca anlamlara gelen diğer göstergelerin de olması kaçınılmazdır. Aynı dönemde “hayır” cevabını doğrudan vermekten çekinen kız tarafının bu cevabı soğan ile iletildiği görülmektedir. Gündelik hayat içinde iş birliğinin hem politik hem de ekonomik anlamda değer taşıdığı geleneksel çevrelerde böyle bir akrabalık talebini geri çevirmek kolay değildir. Olumsuz kararın erkek tarafına iletilmesi sırasında taraflar arasında uzun vadede ortaya çıkabilecek bir husumetten titizlikle kaçınıldığı anlaşılmaktadır: “...Doğrudan oğlunuzun şusu var busu var demek kolay değil. Gücendirsek düşman sahibi oluruz. Ondan sonra tarlana, tamatına, çoluğuna, çocuğuna kötülük gelse onlardan bilirsin, başın dolaşır. Mesela oğlanın kendisinin veya sülalesinin kız verilmeyecekleyin bir yanı varsa, onu açıkça söylemektense çantaya bir soğan atarsın. O da gider nasibini başka kapıdan arar. Soranlara da işimiz hayırlı değilmiş der, uzatmaz. Nasibini aramaya devam eder”. “...Ekmele insanın karnı doyar. Soğanla karnı doyan olur mu? Soğanı yavan yiyip de karnı doyan olur mu? Olmaz. Çantasına soğan konan oğlan, kıza layık olmayabilir; içkisi kumarı olabilir ya da ev geçindirecekleyin bir adam değildir. Hepsi de olabilir. Oğlan tarafını küstürmeden kapıdan uzaklaştırmanın yoludur. Bu kapıda ekmeğiniz yok demektir. Kimse kimsenin evine soğan yemeye gitmez de ekmeğe gider...” (Karataş, 2018, s.48).

Soğan ile iletilen bu mesajda, kız istemeye gelecek kişinin evini barkını geçindirebilecek iyi huylu ve ahlaklı bir kişi olması gerektiği anlaşılmakta, aynı zamanda kişinin evlenme niyetinde olan erkeklerde aranan özellikleri de taşımadığı anlamına gelmektedir. Kevgir ile iletilmek istenen mesaj ise çok açıktır. Kevgir, kimi sıvıları ya da haşlanmış yiyeceklerin sularını süzmek için kullanılır ve uzun saplı, delikli bir süzgeç görevi görür. Kevgirle yemek yemek mümkün olmayacağına göre, kız evinin kıızı vermeye de gönüllü yoktur mesajı verilmektedir.

Çankırı’da kız istemeye olumsuz bakılıyor ise, yemekte sofraya, kaşık yerine kevgir konur; misafirler uğurlanırken “güle güle” denmez. Kız evi gönüllü bile olsa, genellikle, ilk istemede kız verilmez; kız evinin naz evi olduğunu

göstermek için en az iki üç defa isteme işinin tekrarlanması uygun olur (Varvar, 2010, s.57).

Bolu'da kız tarafı istemeye gelenlere cevaben “Kısmet olursa gelir Hint'ten Yemen'den, kısmet olmazsa ne gelir elden” diyerek düşünmek, erkek tarafını araştırmak için süre ister. Ayrıca erkek tarafının getirdiği gözlemler kızlarının istenmesine olumlu bakıldığının işareti olarak alınır. Olumsuz düşünülüyor ise, yemekte sofraya kaşık yerine kevgir koyulur ve misafirler uğurlanırken “güle güle” denmez. Kız tarafı razı olsa bile, ilk istemede kızlarını vermezler (Eroğlu, 2008, s.168).

Karakeçili aşiretinde, görücülüğe çıkan genç kız, isteksizliğini belli etmek için, düniürcülerin yanında, çok yavaş ve isteksizce hareket eder; âdeta ayakları geri gider gelenlerin ayakkabılarına su doldurur, ayakkabıları düzeltmez veya kapının dışına atar. Gönlü gelin gitmeye razı olan kız, düniürcülere samimiyet gösterir, izzet ikramda kusur etmez, evlenmeye çok hevesli olduğunu belli etmez; ama, gelen misafirlere saygı göstermede de kusur etmez. O, bu davranışlarıyla gelenlerin işini kolaylaştırdığı için, çok makbul gelin adayı kabul edilir (Eker, 1998, s.117).

Isparta'da kız isteme oğlan evinin kız evine üç kez gitmesi ile tamamlanır. Ancak kızın veya ailenin bu evliliğe rızası yok ise “kızımız küçük” gibi sözlü bahanelerle ya da Çetince Akcaşar Köyü'nde olduğu gibi oğlan tarafının ayakkabılarının çıkarıldığı yerde olmaması veya düzensiz kalması gibi davranışlar ile ilk ziyarette niyet belli edilir. Şarkikaraağac İlçesi Gedikli Köyünde ve Aksu İlçesinde ayakkabıların ters çevrilmesi ise kızın evliliğe razı olduğu ve sonucun olumlu olduğu anlamına gelmektedir (Çeliker ve Genç, 2019, s.4-5).

Malatya Doğanşehir'de kız istemeye gelindiğinde, kızın gönlü yoksa düğürçülerin ayakkabılarına çabuk kalkıp gitsinler diye tuz serper; misafirlerin ayakkabılarını düzeltmez; Kızın isteyip istemediği önceleri güğüme su koydurarak anlaşılmaktaydı. Kız dökmeden dikkatlice koyarsa gönlü var demektir. Kız evlenmeyi istemiyorsa yüzü asık olur, kafasını yerden kaldırmaz (Kurt, 2012, s.112). Düzce'de eskiden köylerde kızın oğlanda gönlü yoksa ayakkabılarını dışarı fırlatır, düniürcülerin yanına çıkmaz, çıksa bile surat asar, eve gelenlere hiçbir ikramda bulunmazmış. Ayrıca eskiden köylerde kız istemeye giderken çikolata, şeker yerine bir sepet hazırlanır bu sepete börek, bal, yağ, fındık, ceviz gibi yiyecek maddeleri yerleştirilip kız evine götürülürmüş (Türbedar, 2011, s.118).

Türk halk kültüründe misafirlığe gelen kişilerin ayakkabılarını düzeltmek adettir. Misafir uğurlarken de aynı hürmet gösterilir. Ancak burada belirtildiği gibi kız, kendisini evlenme niyetiyle istemeye gelenlerin

ayakkabılarını düzeltmeyerek aynı hürmeti göstermez, dolayısıyla kızın bu işe gönülmü olmadığı mesajını bu şekilde verdiği anlaşılmaktadır.

SONUÇ

Halk kültüründe geçmişten günümüze çok özen gösterilerek gerçekleştirilen kız isteme geleneğinde, hem kız hem de erkek tarafı için saygı temelinde davranış ve tutumların olduğunu söylemek mümkündür. Kız evi, eğer damat adayını uygun görmüyorsa, çeşitli bahaneler ya da nedenler öne sürerek erkek tarafını küstürmeden kapıdan uzaklaştırmanın yolunu geleneksel iletişim yöntemleriyle sağlamaktadır. Genellikle “kız bakma, görücülük, ya da dünür gezme” olarak da adlandırılan bu gelenek, eski halk kültüründe daha çok karşımıza çıkmaktadır. “Kız evi naz evi” sözüne de istinaden kız evi kızını ilk istemede vermeyebilir. Bunun için birkaç kez oğlan evinin ziyaretinden sonra, eğer kız evi kızını vermeye niyetli ise, genellikle aracı ile haber gönderir. Bunun dışında, eğer kız bazı nedenlerden dolayı verilmek istenmiyorsa ya da damat adayı uygun görülmemişse, “kızımız okuyor”, “kızımızın yaşı küçük” gibi bahaneler öne sürüldüğü görülmektedir. Kızın gelen misafirlere hizmet ettirilmediği, kız evinin surat astığı da gönülsüz olduğunun göstergesidir. Birer sembol niteliği taşıyan sözsüz iletişim araçları olarak da tanımlanan bazı nesnelere aracılığıyla da kız evinin kararını ilettiği çeşitli yörelerden örneklerde karşımıza çıkmaktadır. Bu nesnelere aracılığıyla sembollerin de mesaj vermede en az söz kadar etkili olduğu, en önemlisi bunun saygıyı ifade etmede kültürel bir özellik olduğu anlaşılmaktadır. Bazı geleneklerde erkek tarafının ayakkabılarının düzeltilmediği, ters çevrildiği, içine tuz atıldığı da örnekler arasındadır. Örneğin; kahve pişirilmemesi ya da içine tuz atılması olumsuz cevabı bildirmektedir. Erkek tarafının getirdiği bohçanın açılıp açılmaması, ya da getirilen çantanın içinden ekmeğin sofrada sunulup sunulmaması, erkek tarafının ziyaretlerinde yumurta pişirilip pişirilmemesi, çantaya konan soğanın, mendilin verilmesi, sofraya kaşık yerine kevgir konulması, misafirin ayakkabısına yapılan muameleler gibi çeşitli işaretlerle kız evi cevabını olumlu ya da olumsuz vermektedir. Bütün bu gelenek çerçevesinde bu tür bir iletişim yönteminin olması, yani dolaylı ya da dolaysız kız evinin cevabını bildirme şekli, taraflar arasında olası doğabilecek çatışmaları engellemek, saygınlığı korumak, küskünlüğe neden olmamak gibi görünse de, temelinde kız beğenilip istenmeye layık görülen kız evinin de aynı şekilde karşı tarafı samimiyetle, aynı özenle karşılayıp uğurladığının göstergesidir. Bütün bu uygulamaların temelinde, saygıya dayalı bir geleneksel kültürün varlığı ortaya

çıkma ile birlikte geçmişten günümüze saygı kavramının kız isteme geleneğinde de önemini koruduğu görülmektedir. Bununla birlikte gelenekte yerini alan bu semboller aracılığıyla bir iletişim dilinin varlığı, halk kültürünün başka alanlarında da yeni araştırmalara ilham vermektedir.

KAYNAKÇA

- Williams, P. A. (1947). Creative Reading, The English Journal, Vol. 36, No. 9 (Nov, 1947), pp 454-459
- Acıpayamlı, O. (1978). Pertuvan'da Kız İsteme ve Düğün, Ankara Üniversitesi Dil Ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Antropoloji Dergisi, S. 11, S. 39-46.
- Akkoyun, F. (1993). Saygı Kavramına Transaksiyonel Analiz (Ta) Açısından Bakış, Psikolojik Danışma Ve Rehberlik Dergisi, S. 4, S. 16-22.
- Altun, Z. (2018). Rus Düğünlerindeki Farklı Uygulamalar Üzerine Bir Araştırma, Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, S. 1, S. 1-14.
- Aslan, F. (2018). Türk Kültürü İçerisinde Türk Aile Yapısının Yeri (Yüksek Lisans Tezi), Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bulut, M. (2018). Dönüşen Düğüne Tanıklık Etmek, Folklor/Edebiyat, S. 95, S. 35-56.
- Ceranoğlu, M. (2020). Konya Nişan Töreni Ve Nişan Tören Giysileri Üzerine Araştırma, Sutad, S. 49, S. 519-548.
- Çeliker, D. & Genç, M. (2019). Isparta Evlenme Adetleri, Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi, Özel Sayı, S. 1-16.
- Dikilitaş, T. (1997). Şanlıurfa'da Evlenme Gelenekleri Ve Törenleri (Yüksek Lisans Tezi), Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eker, G. (1998). Türk Düğün Geleneği İçinde Karakeçili Türk Düğünü (Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eker, G. (2000). Türk Düğün Geleneği İçinde Karakeçili Türk Düğününün Ritüel Açidan Değerlendirilmesi, Millî Folklor, S. 46, S. 92-100.
- Ekinci, K. (2007). Bursa'da Yaşayan Mamuşa Türklerinin Halk Kültürü (Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eroğlu, Erol. (2008). Prizren Türk Halk Kültüründe Geçiş Dönemleri (Doğum-Evlenme-Ölüm) (Doktora Tezi), Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gülensoy, T. (2018). Türkiye Türkçesindeki Türkçe Sözlüklerin Köken Bilgisi Sözlüğü, Bilge Yayıncılık.
- Karataş, H. (2018). Evlilik Geçiş Dönemi Geleneklerinde Göstergeler: Ekmek Umma Örneği, Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, S. 28, s. 37-53.
- Kartal, A. (2017). Türk Kültürü İçinde Bozkır (Konya) Düğün Geleneğinin Değerlendirilmesi, Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi, S. 36: s.

34-46.

- Kayabaşı, R. G. (2018). Bahşiş Yörüklerinde Evlilik İle İlgili Âdet ve İnanmalar, Folklor/Edebiyat, S. 95, s. 67-93.
- Kıral, E. (2018). Kayıp Giden Bir Değer: Saygı, Çağdaş Yönetim Bilimleri Dergisi, S. 1, s. 4-10.
- Köktan, Y. (2008). Gilan Türk Halk Kültüründe Geçiş Dönemleri (Doğum-Evlenme-Ölüm), Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kurt, B. (2012). Malatya İli Doğanşehir İlçesi Halk Kültürü Araştırması (Yüksek Lisans Tezi), Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Onay, A. T. (1993). Eski Türk Edebiyatında Mazmunlar, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Orucov, A. (2018). Evlenme Gelenekleri: Palu ve Nahçıvan Yöresi Üzerine Bir Araştırma, Uluslararası Palu Sempozyumu Bildiriler Kitabı (Elazığ, 11-13 Ekim 2018). Elazığ: Fırat Üniversitesi Harput Uygulama ve Araştırma Merkezi Yayınları, s. 179-184.
- Örnek, S. V. (1977). Türk Halk Bilimi, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Ögel, B. (2020). Dünden Bugüne Türk Kültürünün Gelime Çağları, Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı.
- Özcan, D. (2016). Uşak Yöresinde Evlilikle İlgili Ritüel ve Büyüsel İçerikli Pratikler, Tarih Okulu Dergisi, S. XXVIII, s. 259-272.
- Özdemir, C. (2017). Dede Korkut Kitabında Saygı, Dil ve Edebiyat Araştırmaları, S. 16, s. 7-29.
- Rasulova, Z. (2021). Özbeklerde Görücü Usulü Evlenme: Geçmiş ve Bugünü, Genel Türk Tarihi Araştırmaları Dergisi, S. 6, s. 409-426.
- Sağlık, S. (2006). Türkmen Dügün Geleneği, Modern Türklük Araştırmaları Dergisi, S. 2, s. 71-85.
- Saraç, Ö. & Seçim, M. (2020). Sarıalç Mahallesi Evlilik Âdetleri ve Kültürel Değişim, Kesit Akademi Dergisi, S. 25, s. 193-210.
- Tanrıbuyurdu, G. (2010). Bir Kültür Taşıyıcısı Bir Gizli Dil: Klâsik Türk Şiirinde Mendil, Millî Folklor, S. 87, s. 196-203.
- Taş, H. (2008). Bir Alevi Köyü Bursa Şehitler Köyünde Evlenme Törenleri, Millî Folklor, S. 80, s. 53-63.
- Türk Dil Kurumu. (2005). Türkçe Sözlük, TDK Yayınları.
- Türbedar, Ö. (2011). Düzce Halk Kültüründe Geçiş Dönemleri (Doğum-Evlenme-Ölüm) (Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Varvar, M. (2010). Çankırı'da Kına, Nişan ve Düğün Geleneği (Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yolcu, M. A & Dinç, M. (2018). Çanakkale Yöresi Halk Kültürü, Paradigma Akademi.
- Yüce, M. & Dosbayeva, B. (2007). Kırgız Türklerinde Evlenme Geleneği, Modern Türklük Araştırmaları Dergisi, S.1, s. 7-24.

BÖLÜM 13

AKILLI ŞEHİR VE AKILLI DESTİNASYON ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME¹

Dr. Öğr. Üyesi Harun ÇALHAN²

¹Bu çalışma, 24.12.2022 tarihinde düzenlenen “4.Uluslararası Bilimsel Araştırmalar ve İnovasyon Kongresi”nde “Özet Bildiri” olarak sunulmuştur.

²Erciyes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği, Kayseri, hcalhan@erciyes.edu.tr, ORCID ID:0000-0002-7256-2411

GİRİŞ

Bir şehrin tamamını veya merkezinin bir bölümünü geleceğin zorluklarını karşılayabilecek yenilikçi bir ortama dönüştürmek günümüz şehirlerinin önem verdiği bir konudur. Bu şehirler için teknoloji ve kültür, yenilikçi bir ortamın itici güçleri olarak görülmektedir. Şehirler mevcut demiryolu, karayolu ve hava yolu imkânlarının iyileştirilmesinin yanında yeni bilgi ve iletişim altyapısına da ciddi yatırımlar yapmaktadırlar (Verwijnen, 1998). Kaynakların etkin kullanılmasını, ekonomik verimlilik elde edilmesini ve çevrenin korumasını esas alan yaklaşımlardan biri olan akıllı şehir kavramı, teknolojik inovasyonların şehir ile entegre olduğu bir çevreyi belirtmektedir. Akıllı şehirlerde, insanların hayat kalitesini iyileştirmek, enerji sarfiyatını azaltmak ve trafik takibi gibi yerel hizmetlerin niteliğini artırmak için teknolojik inovasyonlar aktif şekilde kullanılmaktadır. Akıllı şehirler, web tabanlı yazılımları, bilgi ve iletişim teknolojilerini aktif kullanarak şehirde yaşayanlara çeşitli hizmetler sunmakta, sosyal ihtiyaç ve beklentilere çözümler üretmeye çalışmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin şehirde aktif şekilde kullanılması pek çok alanda faydalı hizmet sağlamaktadır. Örneğin; bölgesel toplu ulaşım araçlarına yönelik olarak ilgili aracın o anda nerede olduğu, ne zaman geleceği, bölgesel yol ve trafik bilgisinin canlı çevrimiçi paylaşımı veya şehirde o gün gerçekleşecek sosyo-kültürel etkinliklerin yeri (harita) ve saati gibi temel bilgilere erişilebilmektedir (Çelik ve Topsakal, 2017; Çiftçi, 2018).

Şehirlerde var olan inovatif ortamlar, şehirlerin üretim performansını arttırarak şehirlere rekabet gücü kazandırmaktadır. Akıllı şehirler, hızlı teknoloji dönüşümüyle kullanımı artan robotlar, beyin-makine ara yüzü ve yapay zekâdaki ilerlemeler sayesinde önemli hale gelmektedir. Akıllı şehir, teknoloji transferi ile şehirlerin ihtiyaçlarını karşılayıp, sorunlarını çözüp şehirleri daha rekabet edebilir konuma getirmek için yeni kentsel ürün ve hizmetlerin yaratılması sürecini ve bilginin kullanılmasını ifade etmektedir (Terzioğlu, Yücel, Demirkıran ve Acaroğlu, 2020). Şehirlerde sosyal hayatı kolaylaştırmaya yönelik bilişim teknolojilerinin aktif kullanılmasına paralel olarak kırsal turizm bölgelerinde de teknoloji temelli akıllı uygulamaların kullanılması önem kazanmaya başlamıştır (Yalçınkaya, Atay ve Karakaş, 2018).

Bu çalışma çerçevesinde akıllı şehir ve akıllı destinasyon kavramları ikincil verilere dayalı olarak incelenmekte ve değerlendirilmektedir. Çalışma kapsamında öncelikle akıllı şehir kavramı ve akıllı destinasyon kavramları incelenmekte, ardından kavramlar arası benzerlik ve farklılıklar

değerlendirilmektedir. Çalışmanın devamında akıllı şehir ve akıllı destinasyonun boyutları ile göstergelerine yer verilmektedir. Çalışmanın son bölümünde akıllı şehir ve akıllı destinasyon üzerine yapılmış keşifsel çalışmalara yer verilmiş olup, sonuç bölümünde genel bir değerlendirme yapılmakta ve kavramlara yönelik çıkarımlarda bulunmaktadır.

1. AKILLI ŞEHİR VE AKILLI DESTİNASYON

Kentsel alanlar, küresel enerji tüketiminin ve enerjiyle ilgili sera gazı emisyonlarının şaşırtıcı bir şekilde %70'inden sorumludur. Sadece akıllı şehirler bu etkiyi azaltabilir. Akıllı şehirler, daha iyi hizmetler sağlamak ve hayat kalitesini yükseltmek, şehir sakinlerine fırsat eşitliği sağlamak, doğayı korumak için bütünleşik strateji ve sistemleri esas almaktadır (ISO, 2022). Havaalanları, limanlar, metrolar, yollar, köprüler, tüneller, iletişim, su, enerji ve tüm önemli altyapı koşullarını takip eden ve teknoloji ile bütünleştiren bir şehir, kaynaklarını verimli kullanır, yerel hizmetlerin kontrollü bakımlarını gerçekleştirebilir ve bölge sakinlerine üst düzey hizmetler sunmakla birlikte güvenlik konularını da denetleyebilir (Hall, Bowerman, Braverman, Taylor ve Todosow, 2000). Akıllı şehir, kentsel ortamlarda yapılan bilgi ve iletişim teknolojisi destekli kamu sektörü inovasyonudur. Bilgi iletişim teknolojisi ve altyapılardaki ilerlemeler üzerine inşa edilerek operasyonel ve yönetsel verimliliği ve yaşam kalitesini iyileştirmek için uzun süredir devam eden uygulamaları desteklemektedir (Harrison, Eckman, Hamilton, Hartswick, Kalaganam, Paraszczak ve Williams, 2010).

Akıllı şehir, bir şehirde bilgi iletişim teknolojilerinin tüm paydaşların ve kurumların sahipliğinde olduğu, kişisel verinin gizliliğinin ve diğer etik kuralların dikkate alındığı, katılımcı ve şeffaf bir şekilde verimliliğin esas alındığı, sürekli geliştirme ve öğrenmenin temel alındığı şehir modeli şeklinde tanımlanabilmektedir (Çelik ve Topsakal, 2017). Akıllı şehirler, yenilikçi dijital teknolojilerin kullanımı yoluyla geleneksel ağları ve yerel hizmetleri daha verimli hale getirmek suretiyle, şehir sakinlerinin, yerel yönetimler ile özel sektörün lehine olacak şekilde zengin içerikli, sürdürülebilir ve nitelikli şehirler oluşturmaktadır. Akıllı şehirler, bölgesel düzeyde ekonomik, sosyal ve çevresel kaynak kullanımını verimli hale getirerek gelecek nesillerin kaynaklardan mahrum kalmamasını garanti edecek bir bilinçle sürdürülebilirlik çerçevesinde insanların yaşam imkanlarını artırma amacını gerçekleştirmeye çalışır (Akbaş, 2018). Akıllı şehir kavramı, kentsel yaşamın karmaşıklığını yönetmenin yeni ve akıllı yollarını belirleyerek ve enerji tüketimi, kaynak yönetimi, çevre koruma, güvenlik, yaşam kalitesi gibi çok

disiplinli sorunlara çözümler uygulayarak bahsedilen zorlukları ele almayı amaçlamaktadır (Akande, Cabral, Gomes ve Casteleyn, 2019).

Akıllı şehir, merkeze insanı almak suretiyle bilgi ve iletişim teknolojilerinin sağladığı çözümleri, şehir paydaşlarıyla birlikte kentsel tasarımda, yerel hizmetlerin sunulmasında ve kentsel politikaların geliştirilmesinde esas almaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki inovatif çözümlerin şehirlerin idaresine entegre edilmesiyle şehirle ilgili sorunlar daha çabuk, verimli ve paydaş katılımıyla çözülebilir. Artırılmış gerçeklik, bulut bilişim teknolojisi ve yapay zekâ gibi teknolojik inovasyonlar şehirlerin teknoloji altyapısını destekleyerek akıllı şehirlere dönüşmesine katkı sağlamaktadır (Köseoğlu ve Demirci, 2018). Çevre ve Şehircilik Bakanlığı (2022) akıllı şehir kavramını “paydaşlar arası iş birliği ile hayata geçirilen, yeni teknolojileri ve yenilikçi yaklaşımları kullanan, veri ve uzmanlığa dayalı olarak gerekçelendirilen ve gelecekteki problem ve ihtiyaçları öngörerek hayata değer katan çözümler üreten daha yaşanabilir ve sürdürülebilir şehirler” şeklinde açıklamaktadır. Akıllı şehir kavramı, çeşitli endüstrileri kapsamaktadır. Akıllı şehirlerin gelişimi, insana, beşerî sermayeye, her türlü iletişim altyapısına yatırımları, tüm kaynakların stratejik yönetimi ile sürdürülebilir kalkınmayı ve yaşam kalitesinin desteklenmesi, katılımcı yönetim yoluyla, toplu taşıma ağındaki gerçek zamanlı bilgilere erişim gibi katma değerli hizmetlere kesintisiz erişimi kolaylaştırmakta ve şehirlerin rekabet gücünü artırmaktadır (Cacho, Figueredo, Cassio, Araujo, Mendes, Lucas ve Prolo, 2020). Akıllı şehirlerin hem teknolojik inovasyonları hem de sosyal inovasyonları kapsadığı belirtilmektedir. Akıllı şehir teknoloji inovasyonu olarak, kablosuz sensör ağların (WSN) farklı cihazların birleşmesiyle bölgesel kamu hizmetleri, güvenlik, varlık takibi ve akıllı ölçüm gibi pek çok alanda destek sağlanabilmektedir (Patrao, Moura ve Almeida, 2020).

20. yüzyılın sonlarında hem imalat hem de hizmet endüstrisinin teknolojik inovasyonlardan önemli ölçüde etkilendiği kabul edilmektedir. Bu durum, özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerine dayalı inovasyon dalgalarının turizm endüstrisi üzerinde büyük etkiye sahip olduğu yeni yüzyıl turizm anlayışında da belirginleşmiştir (Nilssen, 2019). Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişim, turizmde sessiz ama güçlü bir küresel dönüştürücü güç haline gelmiştir (Cavagnaro, 2018). Bir turistik destinasyon, turistlere rutinlerden farklı benzersiz bir ortam sağlayabiliyorsa farklılaştırılmış turist deneyimi yaratabilmektedir. Günümüzde geleneksel turizm deneyimlerinin yerini bilgi ve iletişim teknolojileri destekli deneyimler almaktadır (Gretzel,

2011). Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, akıllı sistemler ve bulut bilişim gibi en son teknolojik gelişmeler dinamik bir sektör yapısına sahip olan turizm sektöründe yeni ve teknoloji temelli modellerin geliştirmesini zorunlu hale getirmektedir (Xiang ve Fesenmaier, 2017).

Akıllı şehir girişimleri, destinasyonun rekabet gücünü artırmak için belirli bir coğrafi sınırın fiziksel altyapısı içinde ileri teknolojileri kullanan akıllı destinasyonların yaratılmasını sağlamıştır. Bu, günlük faaliyetleri basitleştirmek, otomatikleştirmek, tüm paydaşlar için ekosistem genelinde değer katmak için ara bağlantı sistemleriyle çalışan bir kuruluşlar ağının ve akıllı özelliklerin entegrasyonunu içermektedir (Buhalis ve Leung, 2018). Akıllı destinasyonlar, turistler için kusursuz deneyimler yaratmak ve şehir sakinlerinin yaşam kalitesini iyileştirmek için fiziksel ve teknolojik altyapıyı entegre etmenin bir yolu olarak ortaya çıkmıştır (Jiang, Geertman ve Witte, 2020). Akıllı destinasyonların başlangıçta doğrudan bir akıllı destinasyon üretme fikrinden değil, yoğun turist ziyareti alan şehirlerin internet ve teknolojik uygulamalarla donatılarak rahatlatılabilmesi düşüncesinden ileri geldiği söylenebilir (Yavuz, 2019).

21. yüzyılda akıllı şehirlerin ve akıllı turizm destinasyonlarının popüleritesinin arttığı, bu kavramları anlamının ve gelecekte akıllı turizm destinasyonlarına yol açacak akıllı şehirlerin gelişimi için sürdürülebilir planlar yapmanın ve yürütmenin önemli bir ihtiyaç olduğu belirtilmektedir (Jasrotia ve Gangotia, 2018). Akıllı destinasyonlar, turistlere yeni değer biçimleri sunmak için akıllı teknolojiden yararlanan akıllı şehirlerin özel durumları olarak tanımlanmaktadır (Buhalis ve Amaranggana, 2015). Akıllı destinasyonlar, bir turistik bölgenin sürdürülebilir kalkınmasını destekleyen, sakinlerinin yaşam kalitesini düşünen, ziyaretçilerin etkileşimi ile çevrelerine entegrasyonunu kolaylaştıran, ziyaretçilerin destinasyondaki deneyimlerinin kalitesini artıran, herkesin erişebileceği ve güncel bir teknolojik altyapı üzerine inşa edilmiş inovatif bir turizm alanıdır (Femenia-Serra, Neuhofer ve Ivars-Baidal, 2019).

Akıllı destinasyonlar, akıllı şehir fikrinin turizm alanlarına uygulanan bir uzantısıdır. Turistler, akıllı bir şehrin kısa süreli sakinleri olarak ifade edilebilmektedir. Bir destinasyonda hem bölge sakinlerinin hem de ziyaretçilerin sosyal, kültürel, ekonomik, boş zaman ve kişisel ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik olarak beşeri sosyal sermayeye, geleneksel ulaşım, modern bilgi ve iletişim teknolojileri altyapısına yatırımların yapılması durumunda akıllı bir destinasyondan söz edilebileceği vurgulanmaktadır (Lamsfus ve Alzva-Sorzabal, 2013). Akıllı destinasyonlar, akıllı teknolojilerin

sağladığı fırsatlara dayalı yeni kaynaklar, yeni imkânlar ve yeni dönüşüm modelleri ile bir destinasyonda turizmi esas alan yeni bir ekonomiyi içeren turistik yapı şeklinde tanımlanmaktadır (Gretzel, Zhong ve Koo, 2016).

Akıllı destinasyonlar, kaynakların etkin, verimli kullanımına, daha temiz bir çevreye ve sürdürülebilirliğe odaklanır. Akıllı destinasyonlar, turistik hizmetlerin mobil uygulamalar, nesnelerin interneti, yapay zekâ ve büyük veri gibi akıllı teknolojilerle desteklendiği ve geliştirildiği destinasyon türüdür. En son teknolojiye sahip, turistlerin çevre ile iletişimini kolaylaştıran ve yerel halkın yaşam kalitesini artıran destinasyonları ifade eder (IgiGlobal, 2022). Akıllı destinasyonlar, yoğun insan nüfusunun yaşama dair ihtiyaç duyduğu tüm ihtiyaçlarını daha hızlı, verimli, etkili, kolay şekilde ve sürekli sağlama kabiliyetine sahiptir. Bu yönüyle akıllı destinasyonlar, diğer destinasyonlardan farklı olarak akıllı şehirlerin sahip olduğu tüm bilgi ve iletişim teknolojileri ile kentsel inovasyonlardan oldukça fazla yararlanır (Yavuz, 2019).

Akıllı destinasyonların özünde her ne kadar teknoloji son derece önemli bir faktör olsa da nihayetinde destinasyonların akıllı hale gelmesinde de insan unsuru büyük öneme sahiptir. Akıllı destinasyonun işlediği veri, aldığı kararlar niteliği, kavrama yeteneği ve yorum kabiliyeti yüksek bir insan tarafından işlenmedikçe ortaya çıkarılabilecek nihai deneyim oldukça yetersiz kalabilecektir (Hollands, 2008). Akıllı destinasyon kavramının gelişmesine yol açan şey, turizmde teknolojinin insan sermayesi ile birlikte kullanılmasıdır. Destinasyonlarda bilgi ve iletişim teknolojileri ile insan sermayesinin birleştirilmesi hem turist deneyiminde hem de akıllı destinasyonun temel çekiciliğinde bir artış meydana getirebilir (Hernandez-Martin, Rodriguez-Rodriguez ve Gahr, 2017). Akıllı bir turizm destinasyonu yaratmanın birçok faydası arasında yoğun turist ziyaretine yönelik taşıma kapasitesinin güçlendirilmesi önemli yer tutar. Brezilya'nın Natal şehiri, Dünya Kupası döneminde rezervasyonlarını %1000'den fazla artırmıştır. Artan turist talebi ile birlikte kentsel altyapı, ulaşım, güvenlik ve su yönetimi ile ilgili pek çok konu gündeme gelmiştir. Bu tür bir baskıyla baş edebilmek için Natal belediye meclisi, kamu ve özel sektör ile ortaklaşa bir akıllı turizm destinasyonu oluşturmak için girişimde bulunmuştur (Cacho vd., 2020).

1.1. Akıllı Şehir ve Akıllı Destinasyon Kavramlarının Benzerlik ve Farklılıkları

Şehirler, kentsel dönüşüm, bölgesel ekonomik çeşitlendirme ve sosyal inovasyon hedeflerini başarmak için yerel kalkınma stratejilerinin merkezine

yaratıcı ve inovatif yatırımlar koymaktadır. Avrupa Komisyonu, şehirlerin kültürel, ekonomik ve yenilikçi gücünün üç ana yönünü yansıtan 29 gösterge tanımlamıştır. Bunlar, kültürel altyapı ve kültüre katılım açısından bir şehrin kültürel bağlılığını ölçen maddeler ile kentsel yaratıcılığın ve yenilikçiliğin istihdama, yeni iş alanları açılmasına ve bölgesel inovasyon kapasitesine nasıl katkıda bulunduğunu gösteren maddelerdir (Stipanovic, 2019). Günümüzde sürekli gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri turistlerin istek ve ihtiyaçlarını farklılaştırmıştır. Dünyada yaşanan değişim ve gelişim beraberinde gelişmiş teknolojileri kapsayan akıllı şehir, akıllı turizm ve akıllı destinasyon gibi yeni olguların gelişmesini sağlamıştır (Yayla ve Aydın, 2021).

Akıllı şehir ve akıllı destinasyon kavramlarının birbirine oldukça yakın kavramlar olduğu söylenebilir. Nitekim akıllı şehirler ve akıllı turizm destinasyonları tüm faaliyetlerinde birbirini besleyerek gelişimlerini sürdürmektedirler. Şehirler hem şehir sakinlerine hem de şehri ziyarete gelen turistlere tüm kentsel kaynakları, turistik alanları ve mevcut kentsel teknolojileri ayırım yapmaksızın sunmaktadırlar (Erdem, 2022). Akıllı şehir ve akıllı destinasyonun özünde hem insan hem de teknoloji vardır. Bu yönüyle akıllı şehir ve akıllı destinasyon kavramlarının birbirlerine oldukça fazla benzediği söylenebilir (Yayla ve Aydın, 2021). Dünyadaki en akıllı şehirler listesine giren şehirlerin öne çıkan ortak özelliği her birinin ayrı ayrı son derece önemli bir turistik destinasyon olmasıdır. Bundan dolayı her bir akıllı şehrin bir yönüyle bir akıllı destinasyon olduğu söylenebilir (Yavuz, 2019).

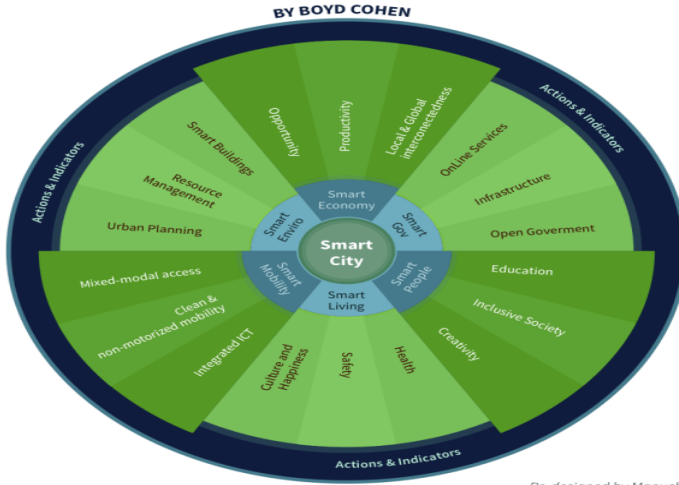
Diğer taraftan, akıllı şehir ile akıllı destinasyon kavramlarının birbirinden farklı olduğu da belirtilmektedir. Bunun temelinde akıllı destinasyon kavramının akıllı şehir kavramından türediği görüşü yatmaktadır (Çeltek, 2020). Akıllı şehirler, akıllı turizm destinasyonlarının oluşmasında bir kaldıraç görevi üstlenmekte ve gelişimi beslemektedirler. Akıllı turizm destinasyonlarının, turistler için bilgi ve iletişim teknolojileri ile kentsel inovasyonları kullanan akıllı şehirler olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, akıllı destinasyonların akıllı şehirlerin temel bir parçası olduğu açıktır (Jasrotia ve Gangotia, 2018). Akıllı şehirler, turizm endüstrisi de dâhil olmak üzere pek çok çeşitli endüstrileri kapsamaktadır (Cacho vd., 2020).

İki kavram arasındaki farklardan bazıları; a) akıllı destinasyonda muhatap kitle turistlerden oluşurken akıllı şehirlerde hedef kitle yerel halktır, b) akıllı şehirler yerel yönetimler tarafından yönetilirken akıllı destinasyonlar sektör paydaşları tarafından yönetilir, c) akıllı şehirlerde hizmet sunan ile alan arasındaki etkileşim kalıcı olarak kurulabilirken, akıllı destinasyonlarda turistlerin etkileşimi ziyaret öncesi, destinasyonda ziyaret sürecinde ve ziyaret

sonrası etkileşimi kapsar, d) akıllı şehirlerde hedef şehir yaşam kalitesini arttırmak iken akıllı destinasyonlar destinasyonun cazibesini arttırmayı, rekabet üstünlüğü elde etmeyi ve turistik deneyimi geliştirmeyi hedefler (Yayla ve Aydın, 2021). Bununla birlikte, akıllı şehirlerde teknoloji yatırımı altyapı şeklinde iken akıllı destinasyonlarda genellikle üstyapı şeklindedir. Akıllı şehirlerde teknoloji şehrin tümünün yararlanması için kullanılırken akıllı destinasyonlarda teknoloji turistlerin ve turizm çekiciliklerinin niteliğini arttırmak için kullanılmaktadır. Akıllı şehirlerde teknoloji uygulamaları olarak akıllı sayaçlar, güvenlik sistemleri, akıllı sensörler, akıllı trafik sistemleri, akıllı ulaşım sistemleri gibi akıllı sistemlerden yararlanılırken akıllı destinasyonlarda sanal ve artırılmış gerçeklik, mobil uygulamalar video haritalama ve sanal turist rehberi gibi uygulamalar öne çıkmaktadır (Erdem, 2022).

1.2. Akıllı Şehir ve Akıllı Destinasyonun Boyutları ve Göstergeleri

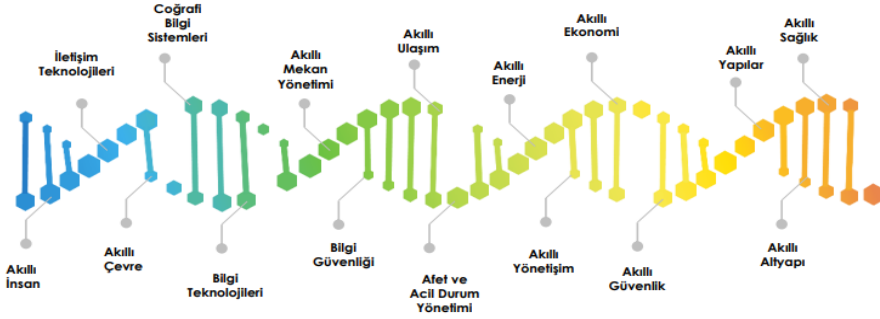
Cohen (2014) akıllı şehirlerin altı boyutu olduğunu belirtmekte ve bu boyutları “Akıllı Şehir Tekerleği” adını verdiği bir model ile açıklamaktadır. Cohen’e göre akıllı şehirler; akıllı ulaşım, akıllı toplum, akıllı ekonomi, akıllı çevre, akıllı devlet ve akıllı yaşam kalitesi boyutlarından oluşmaktadır.



Şekil 1. Akıllı Şehir Tekerleği (Cohen, 2014).

Cohen, şehirlerde söz konusu altı boyutun ölçülmesine yönelik ilk olarak 28 gösterge tanımladığını sonrasında ise gösterge sayısını 62'ye artırdığını ve bu göstergeler ile şehirlerin analiz edilebileceğini

belirtmektedir. Köseoğlu ve Demirci (2018) akıllı şehirlerin oluşmasında etkili akıllı teknolojileri; büyük veri, nesnelerin interneti, bulut bilişim, veri madenciliği ve endüstri 4.0 boyutlarıyla ele almıştır. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı (2020) “2020-2023 Ulusal Akıllı Şehirler Stratejisi ve Eylem Planı”nda akıllı şehirlerin 16 temel bileşene sahip olduğunu belirtmektedir.



Şekil 2. Akıllı Şehir Bileşenleri (Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2020).

Zhang, Li ve Liu (2012) bir turizm bölgesinin, bir akıllı turizm destinasyonuna dönüşmesinde etkili olan dört temel bilgi ve iletişim teknolojisinin olduğunu belirtmektedir. Söz konusu teknolojiler; nesnelerin interneti, kablosuz iletişim, bulut bilişim ve yapay zekâ teknolojileri olarak belirtilmektedir. Wang, Li, Zhen ve Zhang (2016) akıllı destinasyonları sekiz boyut olarak; akıllı bilgi sistemi, akıllı turizm yönetimi, akıllı gezme-görme, e-ticaret sistemi, akıllı güvenlik, akıllı trafik, akıllı tahminleme, sanal turistik çekiciliği şeklinde ele almışlardır. Yazarlar, bir akıllı destinasyondaki temel uygulamaları 38 madde altında; turistik çekicilikler ana sayfası, mobil uygulama, ücretsiz WiFi, çevrimiçi bilgi erişimi, hızlı yanıtlatma sistemi, elektronik dokunmatik ekran, kısa mesaj servisi ve multimedya mesaj servisi, çağrı servis merkezi, akıllı rehber sistemi, kişisel tur tasarımı, e-turizm tavsiye sistemi, rehberlik bilgilendirme hizmeti, e-tur haritası, akıllı kart, e-giriş koruma sistemi, akıllı çevre, turist takibi, turist yönetimi, akıllı eğitim, e-şikâyet yönetimi, mobil ödeme, e-biletlatme sistemi, online kuponlar ve rezervasyon, turist hareket tahmini, festival yönetimi, yoğunluk tahmini, bölgesel meteoroloji tahmini, e-ücret toplama, akıllı araç zaman çizelgesi, canlı trafik yayını, akıllı çevre takibi, trafik güvenliği yönetimi, akıllı acil müdahale sistemi, sanal turizm ve sanal seyahat deneyimi, artırılmış gerçeklik ve turistik bölge blogları şeklinde sınıflandırmışlardır.

Gretzel, Sigala, Xiang ve Koo (2015), akıllı destinasyonlardaki bilgi ve iletişim teknolojilerine dayalı akıllı sistemlerin; karar destek sistemlerini,

öneri sistemlerini, bağlam duyarlı sistemleri, otonom aracı arama, web kaynaklarını araştırma, çevresel zekâ, artırılmış gerçeklikler yaratan sistemlerden oluştuğunu belirtmektedir. Yazarlar, akıllı bir turizm destinasyonunda, bu tür teknolojilerin ve sitelerin, turistlere ve turizm üreticilerine daha doğru bilgi ve karar desteği, daha fazla mobilite ve nihayetinde daha yüksek turizm deneyimi sağlayabileceğini belirtmektedirler. Gretzel vd., (2015) göre akıllı destinasyonlardaki akıllı uygulamalar turistleri; (1) çeşitli unsurlara bağlı olarak ziyaretçi ihtiyaçlarını öngörme ve çekim yerleri, yiyecek ve içecek ile eğlence gibi turistik tüketim faaliyetlerinin seçimine ilişkin tavsiyelerde bulunma, (2) zengin bilgi, konum tabanlı ve özelleştirilmiş, etkileşimli hizmetler sunarak turistlerin yerinde deneyimlerini geliştirme, (3) karar alma sürecinde turistlere destek olma, turistik deneyimi canlandırma, güçlendirme ve sosyal ağlarda imaj geliştirme için turistlerin seyahat deneyimlerini paylaşmalarını sağlama konusunda destek sunmaktadır.

Literatürde akıllı turizm ve akıllı destinasyon kavramlarının aynı anlamda kullanıldığını ifade eden Yalçınkaya vd., (2018), turizm sektöründe yararlanılan en popüler teknolojik inovasyonların; nesnelerin interneti (IoT), artırılmış ve sanal gerçeklik, yapay zekâ, ses teknolojisi, WiFi bağlantısı, giyilebilir cihazlar, web teknolojileri ve mobil uygulamalar şeklinde sıralamaktadır. Yavuz, (2019) akıllı turizm destinasyonlarında yararlanılan temel teknolojilerinin; trafik yönetim ve işleme teknolojileri, akıllı aydınlatma sistemleri, akıllı elektrik dağıtım şebekeleri, coğrafi bilgi sistemleri, şehir platformları, canlı kameralar, etkileşimli akıllı sensörler, sosyal WiFi noktaları, akıllı kart ve akıllı ödeme sistemleri, bilgi işlem kablolu ve veri işleme altyapıları, açık veri uygulamaları, yüksek hızlı internet, büyük veri ve analizi sistemleri, veri yönetim sistemleri, yazılım geliştirme, iş zekâsı sistemleri, donanım geliştirme, turist bilgi sistemleri, blockchain sistemleri, bulut bilişim, dron teknolojisi, robotik servis entegrasyonu, yapay zekâ, artırılmış ve sanal gerçeklik uygulamaları, nesnelerin interneti (IoT-*Internet of Things*), IoS (*Internet of Services*), IoP (*Internet of People*), Li-Fi (*Light Fidelity*) teknolojisi, LoRa (*Long Range IoT*), 3G, 4G, 5G vb. teknolojiler olduğunu belirtmektedir. Erdem (2022) akıllı turizm destinasyon boyutlarını; akıllı bilgi sistemi, akıllı gezi, akıllı turizm yönetimi, e-ticaret sistemi, akıllı trafik ve sağlık, sanal turistik çekicilik şeklinde ele almıştır. Yazar, akıllı destinasyon uygulamalarını; akıllı destinasyon internet sitesi, mobil uygulama, ücretsiz WiFi, çevrimiçi bilgi erişimi, turistik alanlarda karekod (QR kodu), elektronik dokunmatik ekran (kiosk), kısa mesaj servisi ve multimedya mesaj servisi, çağrı merkezi, bloglar (sanal seyahat topluluğu),

akıllı bilgi sistemi (turistik alanlarla ilgili), kişisel rota tasarımı (inanç turu, kültür turu, gurme turu vb.), e-turizm öneri sistemi (restoran, otel vb.), sanal rehber, e-tur haritası, akıllı kart, akıllı çevre, gerçek zamanlı turist akışı izleme sistemi, akıllı eğitim, e-şikayet yönetimi, bulut bilişim, nesnelerin interneti, mobil ödeme, elektronik biletleme sistemi, çevrimiçi indirim kuponları, çevrimiçi rezervasyon, kuyruk zamanı tahmini, akıllı araç otopark planlaması, gerçek zamanlı trafik yayını, akıllı acil müdahale sistemi, giyilebilir teknolojilerin kullanımı, sanal gerçeklik, arttırılmış gerçeklik, hologram ve turistik alanlarda canlı yayın yapılması şeklinde sıralanmaktadır.

1.3. Akıllı Şehir ve Akıllı Destinasyon Üzerine Yapılmış Çalışmalar

Akıllı şehir ve akıllı destinasyon üzerine yapılan çalışmaların özellikle son 20 yılda istikrarlı bir şekilde artmakta olduğu söylenebilir. Literatürde akıllı şehir, akıllı turizm destinasyonu ve destinasyonlarda teknoloji konusu pek çok yazar tarafından incelenmiştir. Bu başlık altında akıllı şehir ve akıllı destinasyona yönelik bilhassa keşifsel çalışmalara ilişkin literatür incelemesine yer verilmektedir. Wolff, Gooch, Caverro, Rashid ve Kortuem, (2019), Birleşik Krallık'taki Milton Keynes'de bir akıllı şehir projesi fikri üzerine vatandaş katılımının önündeki engelleri ortaya koymuş ve bu engellerin üstesinden gelmek için çözümler sunmuştur. Akıllı şehir, bir şehrin ne kadar akıllı olduğunun bir durumu olarak değil, bir şehrin kendini akıllı hale getirme çabası olarak gören Nam ve Pardo (2011), inovasyondan kaynaklanan kaçınılmaz riskleri, risklerden kaçınırken inovasyon yapma stratejilerini ve inovasyon ve risklerin altında yatan bağlamlar üzerinde durmuş, Putra ve Van der Knaap (2018), kentsel inovasyon sistemini ve akıllı şehir olarak Amsterdam'ı bir vaka olarak incelemiş ve akıllı şehir ile dijital teknolojinin rolünü tartışmışlardır. Akıllı destinasyon konusunu inceleyen pek çok çalışmada; destinasyon yönetimi ve tüm bireysel aktörlerin karşı karşıya olduğu büyük bir sorun olarak kabul edilen turizm tedarik zinciri ağı boyunca bilgi paylaşımının kamçı etkisi üzerindeki etkisini keşfedilmesi ve bilgi iletişim teknolojilerinin öneminin ortaya koyulması (Vargas-Sánchez, 2016; Rotchanakitumnuai, 2017; Da Costa Liberato, Alén-González ve De Azevedo Liberato, 2018; Femenia-Serra, Neuhofer ve Ivar Baidal, 2019; Jiang ve Ke, 2019), Antalya destinasyonunun teknoloji uygulamalarının akıllı turizm destinasyonları çerçevesinde incelenmesi (Çelik ve Topsakal, 2017), teknolojinin turistik destinasyonlarda inovasyon geliştirmeye ve girişimciliğe etkisinin ortaya koyulması (Yavuz, 2019), ilgi tercihlerine göre hem bireyler

hem de turist grupları için kişiselleştirilmiş seyahat güzergahları önermek için algoritmalar önererek bu zorlukların ele alınması (Visuwasam, Paulraj, Gayathri, Divya, Hariprasath ve Jayaprakashan, 2020) konuları esas alınarak araştırmalar yapılmıştır.

Akıllı turizm destinasyonlarını paydaşlar üzerinden ele alan çalışmalarda (Suherlan, Hidayah ve Mada, 2019; Khomsi ve Bedard, 2016; Errichiello ve Marasco, 2017; Gretzel ve de Mendonça, 2019; Jovicic, 2019; Fabry ve Blanchet, 2019; Basbeth, Abd Ghani, ve Sedyowidodo, 2018) paydaşların değişen teknolojilere ayak uydurabilme düzeyi, şehri sürdürülebilir bir turizm destinasyonuna dönüştüren yeni keşfetme yeteneği, destinasyon düzeyinde akıllı turizm hizmetleri geliştirmek için inovasyon odaklı kamu-özel sektör ortaklıklarının geliştirilmesi konularında araştırmalar yapılmıştır. Yalçınkaya, Atay ve Korkmaz (2018), Yayla ve Aydın (2021) ve Karakaş ve Atay (2021) çalışmalarında akıllı şehir ve akıllı destinasyon kavramlarını, boyutlarını ve bileşenlerini değerlendirmiş, akıllı destinasyonlardaki bilgi ve iletişim merkezli teknoloji uygulamalarına yer vermişlerdir. Koo, Shin, Gretzel, Hunter ve Chung (2016) ile Cimbalevic, Stankov ve Pavlukovic (2019) akıllı turizm destinasyonunun gerçekleştirilmesi ve akıllı turizm destinasyonunun rekabet edebilirliğinin geliştirilmesi açısından çıkarımlar sağlamak için akıllı turizm destinasyonu rekabet edebilirliği konusunu araştırmış ve turizm destinasyonu rekabet edebilirliği konusunda ilgili literatüre katkı sağlamışlardır.

Akıllı şehir ve akıllı destinasyon politikalarının kentsel inovasyona olan etkilerini inceleyen pek çok çalışma yapılmış olup bu çalışmalarda, akıllı şehir politikaları uygulayan şehirlerin daha yoğun bir şekilde patent alma eğiliminde olduğu (Caragliu ve Del Bo, 2019), sürekliliğin, çok yönlü kentsel inovasyon olarak bir akıllı şehir tipolojisine duyulan ihtiyacı desteklediği (Nilssen, 2019), projelerin uygulanmasını denetlemek için yerel yönetimler düzeyinde akıllı şehir konseyleri oluşturulmasına rağmen, başarı için yeterli insan gücüne veya gerekli yasal yargı yetkisine sahip olunmadığını ortaya koyan (Praharaaj, Han ve Hawken, 2018) çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Gretzel ve Jamal (2020) ile Avelar (2020), sürdürülebilir akıllı destinasyonların iyi yönetilmesini kolaylaştıran adalet ve etik ilkeler ile atık yönetimi ve atıkların işlenmesi çerçevesinde kentsel iyileştirmeler (taşınma, yeşil alanlar, bisiklet yolları, daha az araba ve kentsel altyapı) üzerine inceleme yapmışlardır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışma çerçevesinde akıllı şehir ve akıllı destinasyon kavramları ikincil verilere dayalı olarak incelenmiş ve değerlendirilmiştir. Günümüz teknoloji dünyasında bilgi ve iletişim teknolojileri iş dünyasında önemli değişimler yarattığı gibi şehirlerde de aynı değişimi zorunlu kılmaktadır. Şehirler, kendi gerçeklerine ve sorunlarına uygun, kendi vatandaşlarına yönelik kentsel inovasyonlar geliştirmeyi tercih edebildikleri gibi büyük teknoloji firmaları ile ortaklaşa kentsel inovasyonlar geliştirme yolunu da tercih edebilmektedirler. Gelişmiş ülkelerde kentsel inovasyonun başarılı örnekleri bulunmakla birlikte, özellikle gelişmekte olan ülkelerde kentsel inovasyon için kullanılan teknolojinin gelişmiş ülkelerden satın alınarak akıllı şehir yaratma çabası içine girildiği ve bunun bir zayıflık olduğu görülmektedir. Şehirler, bölge sakinlerine daha hızlı ve etkili hizmetler sunabilmek ve/veya var olan sorunların çözümü için bilgi ve iletişim teknolojilerine yatırım yapmak suretiyle akıllı şehir haline dönüşmektedirler. Bu bağlamda, kentsel inovasyonlara yatırım yapan, geliştirdikleri veya benimsedikleri kentsel inovasyonları uygulamaya koyan şehirlerin akıllı şehir kimliğine büründüğünü söylemek mümkündür. Akıllı şehirlerin temel özelliklerinin katılımcı bir yaklaşım benimseyerek kentsel sorunlara çözüm odaklı yaklaşılması, bilgi ve iletişim teknolojilerinin aktif kullanımı ve paydaşlar ile güncel teknolojilerin hizmet noktasında paylaşılması yatmaktadır.

Akıllı şehir kavramının bir türevi olarak ortaya çıkan akıllı destinasyonların ise akıllı şehirlerin sahip olduğu ve sunduğu tüm hizmetlerin bir destinasyonda turist merkezli olarak uygulanması ve sunulması olduğu söylenebilir. Destinasyonların da akıllı olarak tanımlanmasında bilgi ve iletişim teknolojilerine yatırım yapılmasının ve söz konusu teknolojilerin destinasyon içinde yaygın olarak aktif kullanımının yattığı söylenebilir. Sürdürülebilir kentsel gelişme açısından teknolojiye yatırım yapan akıllı şehirler, günümüzde şehirleşmeye yeni bir vizyon kazandırmaktadırlar. Akıllı şehirler, elektronik ve dijital uygulamaları yerel hizmetlerde uygulamaya koymak suretiyle şehirlerin cazibesini artırarak aynı zamanda akıllı destinasyon kimliğinin elde edilmesine katkı sağlamaktadır. Şehirlerin akıllı özelliğini alabilmesi için hem yerel yönetimler ile kamu kurumlarının, hem de özel sektör ile toplumun diğer kesimlerinin bu süreçte aktif katılımının ve desteğinin olması önem arz etmektedir. Elde edilen kazanımların sürdürülebilirliğinin sağlanması noktasında tüm uygulamaların paydaşlar tarafından benimsenmesine ve paydaşların süreçte söz hakkına sahip olmasına bağlı olduğu söylenebilir. Akıllı şehirler ve akıllı destinasyonların içinde

yaşadığımız dünyanın doğal kaynaklarının daha verimli ve daha zararsız bir yaklaşımla insan kullanımına sunulmasına, insanların ekolojik ayak izinin azaltılmasına, daha çevre dostu, yeşil uygulamalara yönelmesine katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Bu yönüyle akıllı şehir ve akıllı destinasyonların sayısının ve niteliğinin artması hem toplum hem de turizm açısından olumlu faydalar sağlayabilecektir.

KAYNAKÇA

- Akande, A., Cabral, P., Gomes, P., Casteleyn, S. (2019). The Lisbon Ranking For Smart Sustainable Cities in Europe. *Sustainable Cities and Society*, 44, 475-487.
- Akbaş, İ. (2018). Akıllı Kentler: AB ve Türkiye Analizi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(26), 139-163.
- Avelar, S. (2020). From a Smart City to a Smart Destination: A Case Study. In *Strategic Innovative Marketing and Tourism*, ed. A. Kavoura, E. Kefallonitis, P. Theodoridis. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham.
- Basbeth, F., Abd Ghani, N. H., Sedyowidodo, U. (2018). Smart Destination Branding: the Need for New Capability and Opportunities for Entrepreneurship. In *2018 International Conference on ICT for Smart Society (ICISS)*, pp. 1-5.
- Buhalis, D., Amarangana, A. (2015). Smart Tourism Destinations: Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services. In *Information and Communication Technologies in Tourism*, ed. I. Tussyadiah, A. Inversini, pp. 377-389. Heidelberg, Germany: Springer.
- Cacho, A., Figueredo, M., Cassio, A., Araujo, M.V., Mendes, L., Lucas, J., Prolo, C. (2016). Social Smart Destination: A Platform to Analyze User Generated Content in Smart Tourism Destinations. In *New Advances in Information Systems and Technologies*, pp. 817-826).
- Caragliu, A., Del Bo, C. F. (2019). Smart Innovative Cities: The Impact of Smart City Policies on Urban Innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 142, 373-383.
- Cavagnaro, E. (2018). *Sustainable Value Creation in Hospitality: Guests on Earth*. Goodfellow Publishers Limited.
- Cimbaljević, M., Stankov, U., Pavluković, V. (2019). Going Beyond the Traditional Destination Competitiveness-Reflections on A Smart Destination in the Current Research. *Current Issues in Tourism*, 22(20), 2472-2477.
- Cohen, B. (2014). Smart City Wheel, <https://www.fastcompany.com/3038818/the-smartest-cities-in-the-world-2015-methodology>, Erişim Tarihi: 18.10.2022.

- Çelik, P., Topsakal, Y. (2017). Akıllı Turizm Destinasyonları: Antalya Destinasyonunun Akıllı Turizm Uygulamaları İncelenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3), 149-166.
- Çevre ve Şehircilik Bakanlığı (2022). Temel Kavramlar, <https://www.akillisehirler.gov.tr/akilli-sehir-nedir/> Erişim tarihi:20.10.2022.
- Çiftçi, H. (2018). Destinasyon Pazarlamasında Markalaşma ve Markalaşma Yolunda Şanlıurfa Kent İmajı. *Gece Kitaplığı*.
- Da Costa Liberato, P. M., Alén-González, E., De Azevedo Liberato, D. F. V. (2018). Digital Technology in a Smart Tourist Destination: The Case of Porto. *Journal of Urban Technology*, 25(1), 75-97.
- Erdem, A. (2022). Akıllı Şehirler Gerçekten Akıllı Turizm Destinasyonları mı?. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 5-26.
- Errichiello, L., Marasco, A. (2017). Tourism Innovation-Oriented Public-Private Partnerships for Smart Destination Development. In *Knowledge Transfer to and within Tourism*. Emerald Publishing Limited.
- Fabry, N., Blanchet, C. (2019). Monaco's Struggle to Become a Smart Destination. *International Journal of Tourism Cities*, 5(4), 672-684.
- Femenia-Serra, F., Neuhofer, B., Ivars-Baidal, J.A. (2019). Towards A Conceptualisation of Smart Tourists and Their Role within The Smart Destination Scenario. *Service Industries Journal*, 39(2), 109-133.
- Gretzel, U. (2011). Intelligent Systems in Tourism: A Social Science Perspective. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 757-779.
- Gretzel, U., Sigala M., Xiang Z., Koo C. (2015). Smart Tourism: Foundations and Developments. *Electronic Markets*, 25, 179-188.
- Gretzel, U., Zhong, L., Koo, C. (2016). Application of Smart Tourism to Cities. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), <https://doi.org/10.1108/IJTC-04-2016-0007>.
- Gretzel, U., de Mendonça, M. C. (2019). Smart Destination Brands: Semiotic Analysis of and Verbal Signs. *International Journal of Tourism Cities*, 5(4), 560-580.
- Gretzel, U., Jamal, T. (2020). Guiding Principles For Good Governance Of The Smart Destination. *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*. 42. https://scholarworks.umass.edu/ttra/2020/research_papers/42
- Hall, R. E., Bowerman, B., Braverman, J., Taylor, J., Todosow, H. (2000). *The Vision of A Smart City*. 2nd international Life Extension

- Technology Workshop, Paris, Fransa.
<https://www.osti.gov/servlets/purl/773961>
- Harrison, C., Eckman, B., Hamilton, R., Hartswick, P., Kalagnanam, J., Paraszczak, J., Williams, P. (2010). Foundations for Smarter Cities. *IBM Journal of Research and Development*, 54(4), 1-16.
- Hernandez-Martin, R., Rodriguez-Rodriguez, Y., Gahr, D. (2017). Functional Zoning for Smart Destination Management. *European Journal of Tourism Research*, 17, 43-58.
- Hollands, R. G. (2008). Will The Real Smart City Please Stand Up?. *City*, 12(3), 303-320.
- IgiGlobal (2022). Smart Destination. <https://www.igi-global.com/dictionary/smart-destination/58504>, Erişim Tarihi:18.01.2022.
- ISO- International Organization for Standardization (2022), Smart City. <https://www.iso.org/sites/worldsmartcity/#:~:text=Smart%20cities%20rely%20on%20integrated,economic%20and%20environmental%20sustainability%20outcomes>. Erişim tarihi: 10.10.2022.
- Jasrotia, A., Gangotia, A. (2018). Smart Cities to Smart Tourism Destinations: A Review Paper. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 1(1), 47-56.
- Jiang, Q., Ke, G. (2019). Information Sharing and Bullwhip Effect in Smart Destination Network System. *Ad Hoc Networks*, 87, 17-25.
- Jiang, H., Geertman, S., Witte, P. (2020). Smartening Urban Governance: An Evidence Based Perspective. *Regional Science Policy and Practice*, 13(3), 744-758.
- Jovicic, D. Z. (2019). From the Traditional Understanding of Tourism Destination to the Smart Tourism Destination. *Current Issues in Tourism*, 22(3), 276-282.
- Karakaş, E., Atay, L. (2021). Covid-19 Sürecinde Geliştirilen Akıllı Destinasyon Uygulamaları: Malaga Örneği. *Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 33-41.
- Khomsi, M. R., Bedard, F. B. (2016). De Smart City a Smart Destination. *El Caso De Tres Ciudades Canadienses. ARA: Journal of Tourism Research/Revista de Investigación Turística*, 6(2), 69-74.
- Koo, C., Shin, S., Gretzel, U., Hunter, W. C., & Chung, N. (2016). Conceptualization of Smart Tourism Destination Competitiveness. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 26(4), 561-576.

- Köseoğlu, Ö., Demirci, Y. (2018). Akıllı Şehirler ve Yerel Sorunların Çözümünde Yenilikçi Teknolojilerin Kullanımı. *Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi*, 4(2), 40-57.
- Lamsfus, C., Alzva-Sorzabal, A. (2013). Theoretical Framework for a Tourism Internet of Things: Smart Destinations. *Journal of Tourism and Human Mobility*, 2, 15-21.
- Nam, T., Pardo, T. A. (2011). Smart City as Urban Innovation: Focusing on Management, Policy, And Context. In *Proceedings of the 5th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance*.
- Nilssen, M. (2019). To The Smart City and Beyond? Developing a Typology of Smart Urban Innovation. *Technological Forecasting And Social Change*, 142, 98-104.
- Patrao, C., Moura, P., Almeida, A. (2020). Review of Smart City Assessment Tools. *Smartcities*, 3, 1117-1132.
- Praharaj, S., Han, J. H., Hawken, S. (2018). Urban Innovation Through Policy Integration: Critical Perspectives from 100 Smart Cities Mission in India. *City, Culture And Society*, 12, 35-43.
- Putra, Z. D. W., Van der Knaap, W. G. (2018). Urban Innovation System and The Role of an Open Web-Based Platform: The Case of Amsterdam Smart City. *Journal of Regional and City Planning*, 29(3), 234-249.
- Rotchanakitumnuai, S. (2017). Barriers to Bangkok as a Smart Destination with Internet of Things Technology. *Thammasat Review*, 20(2), 1-17.
- Stipanovic, C., Rudan, E., Zubovic, V. (2019). Cultural and Creative Industries in Urban Tourism Innovation-The Example of The City of Rijeka. *Tourism in South East Europe*, (5), 655-666.
- Suherlan, H., Hidayah, N., Mada, W. R. (2019). The Synergy of Penta-Helix Stakeholders in The Development of Smart Destination in Dieng Tourism Area, Central Java-Indonesia. In *1st International Conference on Life, Innovation, Change and Knowledge*, pp. 235-239. Atlantis Press.
- Terzioğlu, M. K., Yücel, M. A., Demirkıran, S., Acaroğlu, D. (2020). Kentsel İnovasyonun Kentleşme Üzerine Mekânsal Etkisi. *İdealkent*, 11(30), 592-620.
- Vargas-Sánchez, A. (2016). Exploring The Concept of Smart Tourist Destination. *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*, 6(2), 178-196.

- Verwijnen, J. (1998). The Creative City as Field Condition: Can Urban Innovation and Creativity Overcome Bureaucracy?, *Built Environment*, 24(3), 142-154.
- Visuwasam, M. M. L., Paulraj, D., Gayathri, G., Divya, K., Hariprasath, S., Jayaprakashan, A. (2020). Intelligent Personal Digital Assistants and Smart Destination Platform (SDP) for Globetrotter. *Journal of Computational and Theoretical Nanoscience*, 17(5), 2254-2260.
- Xiang, Z., Fesenmaier, D. R. (2017). Big Data Analytics, Tourism Design and Smart Tourism. In *Analytics in Smart Tourism Design*, ed. Z. Xiang, D. R. Fesenmaier, pp. 299-307. Switzerland: Springer.
- Wang, X., Li, X., Zhen, F., Zhang, J. H. (2016). How Smart Is Your Tourist Attraction?: Measuring Tourist Preferences of Smart Tourism Attractions via a FCEM-AHP and IPA Approach. *Tourism Management*, 54, 309-320.
- Wolff, A., Gooch, D., Caverio, J., Rashid, U., Kortuem, G. (2019). Removing Barriers for Citizen Participation to Urban Innovation. In *The hackable city*, pp. 153-168. Springer, Singapore.
- Yalçınkaya, P., Atay, L., Korkmaz, H. (2018). An Evaluation on Smart Tourism. *China-USA Business Review*, 17(6), 308-315.
- Yalçınkaya, P., Atay, L., Karakaş, E. (2018). Akıllı Turizm Uygulamaları. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 2(2), 34-52.
- Yavuz, M. C. (2019). Smart Destination: Tourism, Innovation, Entrepreneurship, Challenges. *Journal of Tourism Theory and Research*, 5(2), 204-211.
- Yayla, E., Aydın, Ş. (2021). Akıllı Destinasyon Uygulamaları. *Journal of Tourism Research Institute*, 2(2), 141-150.
- Zhang, L., Li, N., Liu, M. (2012). On the Basic Concept of Smarter Tourism and Its Theoretical System. *Tourism Tribune*, 27(5), 66-73.

BÖLÜM 14

MEDRESE EĞİTİMİ TARİHİ

Dr. Öğr. Üyesi İlyas KARA¹

Dr. Ahmet TOKMAK²

Uzm. Öğrt. Ahmet İNANOĞLU³

¹ Amasya Üniversitesi, Amasya, Türkiye. İlyaskara2007@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4755-0037>

² Milli Eğitim Bakanlığı, İzmir, Türkiye. tokmak87@hotmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3902-5825>

³ Milli Eğitim Bakanlığı, Tokat, Türkiye. ahmetinanoglu@gmail.com ORCID: 0000-0001-9993-0686

GİRİŞ

Milletlerin yükselişinde hiç şüphesiz en büyük rolü eğitim kurumları ve yapılan eğitim öğretim faaliyetleri oynamaktadır. Eğitime gereken önemi vermeyen ya da mevcut kaliteli eğitimini koruyamayan topluluklar zaman içerisinde tarihin karanlık sayfalarında yerlerini alacak, yok olacaklardır. Geçmiş beş bin yıl öncesine uzanan Türk milletinin varlığını devam ettirmesi, kültürel yapısını korumasında hiç şüphe yoktur ki eğitim öğretim teşkilatının rolü çok büyüktür. Günümüzde eğitim öğretim teşkilatını konu edinen birçok eser var olmakla birlikte bu eserlerin büyük bölümü Osmanlı Devleti dönemi ve Cumhuriyet dönemine aittir. Bu çalışmada medreselerin Türk eğitim tarihinde ki yeri, gelişimi ve öneminin incelenmesi amaçlanmaktadır.

İslamiyet'in kabulünden Cumhuriyetin ilanına kadar olan süreçte Türk eğitim sisteminin temelinde "medrese eğitimi" yer almaktadır. Medreseler gerek kuruluşları, gerek teşkilat yapıları bakımından eğitim öğretim sistemi içerisinde çok büyük öneme sahiptir. Bunun yanı sıra mimari yapıları ile sanat tarihi bakımından, vakıf kuruluşu olmaları ile de sosyal bakımdan ayrıca önem taşımaktadırlar.

Medreselerin Kuruluşu

Sözlükte "okumak, anlamak, bir metni öğrenmek ve ezberlemek için tekrarlamak" anlamına gelen ders (dirase) kökünden gelen bir mekân ismidir (Bozkurt, 1988). "Medrese" kelimesi "talebin kendisine ilim öğretildiği yer" manasında olup, istilahi olarak Sıbyan Mektebi'nin üstünde eğitim ve öğretim yapılan orta ve yüksek tahsil müesseselerine karşılık gelmektedir. Daha önceki devirlerde bu seviyelerde eğitim ve öğretim kurumları var olduğu halde ilk olarak Nişabur civarında kurulan eğitim ve öğretim müesseselerine bu isim verildiği anlaşılmaktadır. Medrese kelimesinin çoğulu ise "medâris"tir (Baltacı, 1977).

Hız Muhammed Mekke'de insanları bir taraftan İslam'a davet ederken bir taraftan da insanlara Kuran-ı Kerim'i öğretmekle ilgileniyordu. İslamiyet'in doğduğu bu dönemde başlayan eğitim öğretim faaliyetleri çok kısa sürede dönüt vermiş ve 620'li yılların başında Mekke'den Medine'ye Kuran-ı Kerim'i öğretmen için bir öğretici gönderilmiştir. Hz. Peygamber 622'de Mekke'den Medine'ye Hicret ettiğinde Medine de yaptığı işlerin başında bir mescit ve yanına Kuran öğretmek amacıyla "suffa" ve "zulle" denen eğitim öğretim merkezi inşa etmek olmuştur (Baltacı, 1977). Bazı kayıtlardan Hz. Peygamber zamanında Medine'de bu tür mekânların

bulunduğu anlaşılacakla birlikte Hadislerde ders ve tedarüs kelimeleri geçtiği halde ders yapılan yerlere “medrese” denilmemiştir. Fakat ilk inşa edildiği günden itibaren bir eğitim ve öğretim kurumu olarak da görev yapan Mescid-i Nebevî’yi ve orada yer alan Suffe’yi medresenin ilk modeli kabul etmek daha doğrudur (Hızlı, 1987).

Medresenin ilk ne zaman inşa edildiği hususunda farklı görüşler bulunmaktadır.

Corcî Zeydân, medresenin kuruluşu konusunda batılı araştırmacıların Abbasi Halifesi Me’mûn’un Horasan valiliği yaptığı döneme kadar uzandırmakla birlikte mevcut İslami kaynaklardan bu bilginin doğrulanamadığını belirtmektedir. Halife Me’mûn zamanında Beytülhikme’nin ilim akademisine dönüştüğü bilinmekle birlikte Me’mûn’un Horasan valiliği döneminde bu tür bir çalışma yapacağı da muhtemel görünmektedir.

Medreselerin Türkistan ve Horasan bölgesinde Türkler arasında İslamiyet’in yayılmasında önemli hizmetleri olmuştur. Bazı görüşlere göre medreseler ilk olarak Belh ve Buhara’da Budist viharalarına (bilginin toplandığı yer) benzetilerek inşa edilmiştir. Buhara ismi de buradan gelmektedir. Ancak kaynaklarda medrese olarak anılan ilk eser, fakih ve muhaddis Ebû Bekir Ahmed b. İshak es-Sıbgî tarafından Nişâbur’da kurulan Dârüssünnedir. Hasan b. Ahmed Mahledî ve Muhammed b. Hüseyin el-Hasenî gibi hadis âlimlerinin imlâ meclisleri düzenlediği bu darüssünnede 1000 kadar öğrencinin ders görebildiği belirtilmektedir. İbn Kesîr, Büveyhî hükümdarlarından Bahâüddeve döneminde birkaç defa vezirlik makamında bulunan Ebû Nasr Sâbûr b. Erdeşîr’in Bağdat’ın batısındaki Kerh’te kurduğu Dârülilmin fukaha için tahsis edilen ilk medrese olduğunu söyler. Ebû Nasr burada satın aldığı yapıyı tamir ettikten sonra fakihler için vakfettiştir. Bu gelişmeyi 993 yılı olarak belirten İbn Kesîr buranın Nizamiye Medreselerinden çok daha önce yapıldığını bildirir (Bozkurt, 1988). Bağdat yer alan Nizamiye’den önce Gazneli Sultanı Emir Ebu’l Muzaffer Nasr’ın valiliği sırasında Nişâpur’da yaptırdığı yapı başta olmak üzere İslam dünyasında otuzdan fazla medresenin kurulduğu bilinmektedir (Çay, 1984).

Araştırmalara bakıldığında ne Abbasîler’in ilk dönemlerinde ne de diğer zamanlarda inşa edilen eğitim ve öğretim kurumları için henüz kurulduğu anda “medrese” kelimesi kullanılmamaktadır. Bu kelimenin ilk olarak IX. yüzyılda kullanılmaya başlandığı bilinmekle beraber, medreselerin resmi yapı olarak devlet eliyle kurulması, X. yüzyılda Karahanlılar zamanında gerçekleşmiştir. Arslan Gâzi Tafgac Han, Merv’de bir medrese yaptırmış ve

vefatında oraya defin olmuştur (Baltacı, 2005). Arslan Han, din adamlarına saygı duyan, bilginleri koruyan kollayan bir hükümdar olarak bilinmektedir. Diğer taraftan Karahanlı hükümdarlarının kuruluş yayılmasına önem vermelerinde bilim ve bilim insanlarına duydukları sevgi ve saygıdan başka nedenleri de vardı. Bu nedenlere şöyle bir bakacak olursak: 1. Medreselerde, İslamiyet’i yeni kabul etmiş olan Türk boylarının inançlarını pekiştirmek, 2. Medreselerde çevre Şii tehlikesine karşı Sunî-Hanefî inançlarını koruma amacı gibi (Akyüz, 2009). Ayrıca Samanoğlu ve daha önceki dönemlere ait bir delile rastlanmadığı görülmektedir. İslam tarihi araştırmacıları medresenin ilk müessesesi olarak Nizâmü’l-Mülk üzerinde ittifak ettikleri ileri sürülür. Fakat Nizamülmülk tarafından kurulduğu konusuna ihtiyatlı yaklaşmak gerekmektedir. Çünkü medreselerin ilk defa Gazneliler tarafından Nişabur’da farklı dönemlerde birkaç defa kurulduğuna dair bilgilere rastlanmaktadır (Hızlı 1987). Tüm bu bilgiler dikkate alındığında medreselerin ilk olarak ne zaman ve nerede kurulduğu hususunda kesin bilgi ve kaniya ulaşmak mümkün görünmemektedir.

Nizamiye Medreseleri

Kitlesele İslamlaşma süreci yaşayan Türk toplumu açısından XI. yüzyılın ilk yarısı stratejik bir zaman dilimidir. Çünkü çoğunlukla Sünni öğretinin yaygınlık kazandığı, Türk toplumlarında ilk Müslüman devletler ve hükümdarlar, söz konusu öğretiyi yeniden üreten ve bu kültürü temel alarak insan kaynağı üzerinde sistemli eğitim tasarrufları yapan medreselerin gelişmesini teşvik etmişlerdir. Böylece başlangıçta cami dışı tedris halkaları ve sivil bir oluşum niteliğinde gelişen medreseler, vakıf modeli çerçevesinde siyasal liderliklerin desteğini de sağlamaya başlamıştır. Türk asıllı hükümdarlar, bilhassa İslam dinine yeni yeni intisap eden halk katmanlarının, geçiş sürecinde itikadı kampaşmalara maruz kalmaması için Sünni öğretiyi simgeleyen medreseleri, kendi denetim alanlarına yaygınlaştırma yarışına girmişleridir. Çünkü medreseye vücut veren kelam-fıkıh-tasavvuf terkibi sünni öğreti, Selçuklu Devleti’yle güçlü bir siyasal desteğe kavuşarak mutezili ve Şii-batını öğretilere ilk kez psikolojik bir üstünlük sağlanmıştır. Selçuklu Veziri Nizamülmülk’ün gayretleriyle tam örgütlü, kurumsal kişiliğinde te’lif ve tedris geleneğini bütünleştiren medreselerde konuşlanma fırsat ve imkânını yakalamıştır. Daha önce Nisabur’da Ebu İshak Şirazi için müstakil bir medrese açtırmış olan ünlü vezir Nizamülmülk (1066) Haremeyn el-Cüveyni adına Bağdat’ta tesis ettiği Nizamiye Medresesi ile açının merkezinde genel medrese tarihini yönlendirecek en önemli adımını atmıştır (Akgündüz, 1997).

Ebu Said es-Sûfi adında bir zat Nizamülmülk'e: "Bağdat'ta sana bir medrese yaptırayım ki onun benzeri bulunmasın, böylece kıyamete kadar onunla anılsın." diyerek devletten mal ve imkân talep etmiştir. Bunu üzerine Dicle kenarında bir arazi satın alınmış ve medresenin planı hazırlanarak orada inşa edilmiştir. İnşaat sahasında bulunan bazı evler de istimlak edilerek yıkılmış, külliye şeklinde inşa edilen medresenin etrafına çarşılar, han, hamam yaptırılarak gelirleri medreseye vakfedilmiştir (Yakupoğlu, 2006).

Bağdat'ta 457/1065 inşasına başlanan bu ilk medrese 459/1067 yılında tamamlanarak eğitime başlamıştır. Nizamülmülk adına inşa edildiği için "Nizamiye" adı verilen medresenin müderrisliğine Ebû İshak Şirâzi getirilmiştir. Ancak açılış töreninde ilk dersini vermek üzere beklenen âlim medreseye gelirken yolda karşılaştığı Bir gencin O'na: "halktan zorla gasp edilmiş ve evleri yıkılarak temin edilmiş olan arsa üzerine inşa edilen bir medresede ders mi vereceksiniz?" demesi üzerine derse gitmekten vazgeçerek evine dönmüştür. Selçuklu devletinin Şirâzi'yi görevine başlaması konusunda zorlamaması, yerine geçici olarak başka birini görevlendirmesi ve bir müddet sonra ikna edilen müderrisin görevine başlaması ilim adamlarının kişiliği ve devletin tavrı bakımından dikkat çekicidir (Yakupoğlu, 2006).

Nizamiye medreselerini genel medrese tarihi açısından önemli kılan ve nispeten diğerlerine göre bir adım öne çıkaran tarafı, XI. yüzyıla kadar ki birimiyle bütünleşmiş ve kendine has şekliyle oluşturduğu sistemidir. Bu sistemli yapısı içerisinde dikkat çekici tarafı ise vakıf desteğinde, meccani ve leyli bir bütünleşme imkânı sunması, zümresel anlayıştan uzak bir şekilde bu imkânları yetenekli herkese açması ve tedris programlarının İslami aydınlanma felsefesi ile örtüşür nitelikte kelami ve kozmik vahiy eksenli akademik etkinlikleri kuşatıcı bir yelpazeye sahip olmasıdır. Başka bir husus, nizamiye modelinin, etkisi İslam dünyasını aşan bir tarihi tecrübe niteliğinde Avrupa üniversite geleneğine ilham kaynağı olmasıdır (Akgündüz, 1997).

Bağdat Nizamiye Medresesi'nde okutulan derslerin başlıcaları ve ilim dalları şu şekildedir:

- Dini ilimlere dair dersler: Kıraat, tefsir, hadis fıkıh, kelam.
- Dil ve Belagata dair dersler: Arap belagati, Fars belagati, sarf, navih, hitabet, şiir, cerh ve ta'dil, edep.
- Felsefi dersler: Felsefe, mantık.
- Akli ilimlere dair dersler: Tıp, cerrahi, riyaze, hendese, müsellesat, nücüm, hey'et, tabiiyat, hesap.

Nizamiye medreselerinde verilen dersler içerisinde halka açık olanları da mevcuttu. Diğer taraftan halkın içinden herkes kendi isteğine bağlı olarak yaşına bakılmaksızın medreselerde öğrenci olabilmekteydi. Burada medreselere alınacak öğrencilerin seçimi hususunda müderrisler yetkili kılınmıştı. Öğrencilerin barınma dâhil tüm ihtiyaçları da medreseden sağlanmaktaydı (Akyüz, 2009).

Nizamiye medreselerinin Anadolu Selçuklu Medreselerine Yansıması

Büyük Selçuklu devletinin medrese sistemini örnek almış olan Anadolu Selçuklu yönetimi, medreselerin gelişmesine ve yaygınlaşmasına büyük önem vermiştir. Anadolu'da XII. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren açılmaya başlayan medreseler kısa sürede birçok yerleşim merkezinde yaygınlaşmıştır. Sultanlar ve sultan eşleri başta olmak üzere devlet büyüklerinin zengin vakıflar tahsis etmeleriyle sürekliliği güvenceye alınmış olan medreselerin bir kısmı belirli ilim dallarına tahsis edilmiş ve bu sayede eğitim sisteminde ihtisas kurumlarının teşekkülü gerçekleşmiştir (Yakupoğlu, 2006).

Osmanlı öncesi dönemlerde bazı medreselerin belli bölümler üzerinde faaliyet gösterdiğini görmekteyiz. Bu medreseler söz konusu dallarda eğitim verdiği için bu alanda ihtisas medreseleri olarak isimlendirilmekteydi.

Selçuklu dönemi öncesinde medreseler sivil halk tarafından inşa edilirken; Selçuklu dönemiyle birlikte hükümdarlar ve devlet Adamları tarafından, devletin parasıyla inşa edilmiştir. Devletin resmi makamlarınca inşa edilen ilk medrese Nizamiye Medreseleridir. Bu duruma bağlı olarak Nizamiye Medreselerinin kuruluşu eğitimin kurumlarının devletin sorumluluğuna girmesinin başlangıcı olarak kabul edilebilir. Devletin eğitim kurumlarının sorumluluğunu eline almasında dönemin siyasi ve dini iç çekişmelerinin etkili olduğunu görülmektedir. Özellikle iktidar mücadelelerinin halka uzanması ve halk arasında Sünni-Şii çekişmelerinin meydana gelmesi büyük önem arz etmektedir. Nizamiye Medreselerinin hedefi Sünni Müslüman sayısını arttırmak ve onları yetiştirmektir. Diğer taraftan Sünni ve Şiiler arasında propaganda savaşları devam ederken ve Sünnilerin eğitim kurumu olan olarak ortaya çıkan medreselerin sayılarına oldukça fazla rastlanırken Şiilerin de fazla olmamakla birlikte medreselerine rastlanmaktadır. Şiilere ait olan medreselerin bir kısmını kendi idaresi altındaki Şiiler için Emirlerin yaptırdığı bilinmektedir. Bu durumun sebebi yönetim altında bulunan halkın gönlünü kazanmak ve devlete bağlılığını arttırmak olarak düşünülebilir. Bu duruma örnek olarak İsfahan'da 1325

yılında yapılan İmamî Medresesi'nin de iç duvarında dört halifenin isimleriyle birlikte 12 imamın isimlerimin de bulundurması dolayısıyla buranın Sünni-Şii medresesi olma özelliğini gösteriyor olması verilebilir. Yine İbn Batuta, 1328 yılında Meşhed Ali'de bir Şii medresesine rastlamıştır (Genişli, 2005).

Osmanlı Medrese Sistemi

Osmanlı Devleti'nin kurulduğu dönemlerde Anadolu'da aktif halde bulunan medreselere ve bunların yapılarına, kadrolarına dair pek bilgiye rastlanmamaktadır. Ertuğrul Bey ile birlikte Söğüt'te bu Türk ve Müslüman topluluğun, çoğunlukla okuma yazma bilmeyen insanlardan oluşa geldiği bilinmektedir. Özellikle Ertuğrul Gazi'nin son döneminde Şeyh Edebalı'nın Söğüt yöresine gelerek yerleşmesiyle ilim sahibi insanlar bu topluluğa katılmıştır. Osman Bey'in yönetime geçtiği dönemde Şeyh Edebalı bu noksanlığı görerek Dursun Fakih'i Karaman yöresinden davet ederek dini konularda halkı aydınlatmasını ve onların sorunlarına çözüm bulmasını istemiştir. Davete icap eden, Dursun Fakih Osmanoğulları'na imamet görevini yerine getirmiş ve Cuma hutbelerini okumuştur. Diğer taraftan Karacahisar'da Osman Bey'in adına ilk hutbeyi okuyarak Osmanlı Devletinde ilk tayin olunan kadı unvanına sahip kişi, Dursun Fakih olmuştur (Yakupoğlu, 2006). Bir taraftan egemenlik sahasını genişleten, diğer taraftan da yeni Müslüman toplulukların katılmasıyla nüfusu artan Osmanoğulları, yerleşik düzene geçmeye başlamışlar ve beraberinde eğitim faaliyetlerini de daha sistemli bir şekilde dönüştürmeye çalışmışlardır. Osmanoğulları'nın yaşadığı bu bölgeler Selçuklunun eğitim geleneğinin dışında olup uzun yıllar Hristiyan Bizans kültürü ile yoğrulmuş topraklardı. Öncelikli olarak Osmanoğulları'nın amacı buralarda yani İznik ve çevresinde İslam dinini öğreten kurumlara duyulan ihtiyacı gidermek olmuştur (Sakaoğlu, 2003).

İlk Osmanlı Medreseleri

Osmanlı Devleti dönemine ait ilk medreseler denildiğinde Orhan Gazi döneminde İznik'te kurulan Orhaniye Medresesi'nden itibaren Sultan II. Murat dönemi sonuna kadar kurulmuş olan Osmanlı medreselerini ifade etmektedir (Bilge, 1984).

Osmanlı Döneminde ilk medrese Orhan Gazi döneminde İznik'te bugün hala kalıntılara rastladığımız ve eski Bizans kilisesinin medreseye çevrilmesiyle kurulmuştur (Üstüner, 2002). Diğer taraftan aynı konu bağlamında Süleyman Paşa'nın İzmit'te yaptırmış olduğu medresenin de dönemin ilk medresesi olduğu ileri sürülmektedir. Osmanlı Tarihi Profesörü

Arif Bilgin ilk medresenin İzmit Medresesi olduğunu fakat İznik Medresesinin ondan daha önce ününü duyurduğunu belirtmektedir (Hızlı, 1987).

Şakâik ve onu kaynak gösteren başkaca eserler, ilk medresenin İznik'te kurulmuş olduğunu açıkça belirtir. Söz konusu medresenin kuruluş tarihine ilişkin farklı fikirler ortaya atılmakla birlikte gerçeklere en uygun tarih 1331 olduğu söylenebilir (Uzunçayırılı, 1984). Diğer taraftan İznik'te kurulmuş olan Orhaniye Medresesinin de kaymaklarda anlatıldığı gibi bir Bizans kilisesinden dönüştürülmediği en baştan inşa edildiği medresenin vakfiyesinde belirtilmektedir (Hızlı, 1987). Öte yandan ilk devir medreselerin başlıcalarını şu şekilde sıralamak mümkündür (Yakupoğlu, 2006): Orhaniye Medresesi, Hüdavidigar Medresesi, Eseye Medresesi, Ali Paşa Medresesi ve Ebû İshak medresesi. Edirne'de bulunanlar ise: Çelebi Mehmed (Eski Cami) Medresesi, Beylerbeyi Medresesi ve Darülhadis Medresesidir.

İlk Osmanlı Medreselerinin Eğitim Programları:

- Naklî (dini) ilimler
 1. Hadis ilmi
 2. Fıkıh ve Usûl-Fıkıh İlmi
 3. Akâid ilmi
- Aklî İlimler
 1. Kelam ilimi
 2. Belagat (Arap Dili ve Edebiyatı) İlmi
 3. Mîzan (Mantık) İlmi
 4. Hey'et (Astronomi) İlmi
 5. Arap Dili ve Grameri

İlerleyen konularda daha ayrıntılı yer verileceğinden medrese eğitim programında ki dersler ismen alınmıştır.

Her ne kadar Osmanlılar ilk medreselerini bu devirde İznik ve çevresinde tesis edilmiş olsalar bile medrese teşkilatının daha önceki Selçuklu ve beylikler dönemi medrese teşkilatının bir devamı olduğu anlaşılmaktadır (Baltacı, 1997).

Diğer taraftan Osmanlı tarihinde medreselerin gelişmesi Fatih dönemi olarak bilinse de, medreselerdeki teşkilatlanmanın temeli Yıldırım Bayezid döneminde olmuştur. Şöyle ki I. Murat'ın Kosova'da şehit edilişinden sonra Osmanlı Devleti'nin özellikle Avrupa'ya karşı gücünü koruduğunu göstermek adına devletin teşkilatlanmasını güçlendirmiş, Anadolu'da birçok beyliği

Osmanlı'ya bağlamıştır. Bayezid'in, Anadolu Selçuklu Sultanlarının halefi olmasının yanında, İstanbul Boğazına ilk hisarı (Güzelce) inşa ettirmesi, Osmanlı'ya güçlü bir deniz donanması kazandırması, İstanbul'u ilk kuşatanın kendisi olması ve merkezi Kütahya olan Anadolu Eyaletini tesis ettirmesi bu durumun birer işareti olmuştur. Tüm bunların yanında ulemayı yetiştirmek için de Yıldırım Bayezid'in önemli görülen çalışmalar yaptığı görülmektedir. Örneğin Osmanlılarda ilk talebe kanunnamesinin Yıldırım Bayezid tarafından çıkartılmıştır. Fatih Sultan Mehmet'in talebelerle ilgili çıkarttığı kanunnamelerin bir kısmının da Yıldırım Bayezid'den itibaren yürürlükte olduğu bilinmektedir. Diğer taraftan Yıldırım Bayezid devrinde Osmanlı'da ilk daru's-şifa ve daru'l- kurrânın da açıldığı bir dönem olması yanında Mısır'dan kıraat İmamlarından İbnü'l Cezeri'yi Bursa'ya davet ederek açtığı dârru'l-kurrâ ile Osmanlı'da Kıraat ilimlerine yüksek seviye kazandırmıştır (Baltacı, 1997).

Fatih Dönemi Osmanlı Medrese Eğitimi

Fatih Sultan Mehmet İstanbul'u fethettiğinde ilk yaptığı işlerden bir tanesi olarak merkeze büyük bir külliye inşa etmek oldu.

Fatih Sultan Mehmet İstanbul'u aldıktan sonra ilk iş olarak bu şehrin tam ortasında, hiçbir şeyini noksan bırakmamak şartıyla büyük bir külliye vücuda getirdi. Bizans Patriğinin ikamet ettiği Havariyun Kilisesinin harabesi üzerine bir camii inşa ettirdi. Bu caminin iki yanına yüksek derslere ait sekiz medrese yaptırdı. Ayrıca bu medreselerin at sınıflarına ait eğitim veren başkaca medreseler de inşa ettirildi (Gelişli, 2005). Farklı kaynaklarda başkaca başka ifade edilmiş olsa da vakfiyenin kayıtlarında ve Âli'nin bildirdiğine göre İstanbul'un ortasına denk geldiği için bu medresenin ismine "sahn" denilmiştir (Kazıcı, 1991). Fatih külliyesi diye anılan bu yapı toplulukları 1470 yılında tamamlanmıştır. Bu külliye toplamda sekiz medreseden oluşan Sahn-ı Seman ve bunların arka tarafında yer alan sekiz Tetimme medreselerinden oluşmaktadır. Sahn medreselerinde ki öğrencilere danişmend, Tetimme medreselerinde ki öğrencilere ise softa ismi verilmektedir. Bu medreseler konumu, mimari ve fiziki özellikleri, sağlanan maddi imkânlar ve özellikle de müfredat programı ile bir yükseköğretim ve araştırma kurumu özelliği taşımaktadır. Fatih'in Kanunnamesinde Sahn-ı Seman olarak bilinen medreselere eski vakfiyesinde Medaris-i Semaniye denilmektedir (Taşkın, 2008).

Medaris-i Semaniye ya da Sahn-ı Seman denen sekiz yüksek düzeydeki medresenin her birinin on dokuz odası vardır. Sekiz müderrisin birer odası ve 50 akçe gündeliği bulunmaktaydı. Her medresede bir odası ve 5 akçe gündeliği bulunan, ekmek ve çorba verilen bir muîd (müderris yardımcısı) mevcuttu. Her medresenin on beş odasına ikişer akçe gündelik, ekmek ve çorba verilen birer danişmend (talebe) yerleştirilirdi. Geri kalan iki oda, kapıcılara ve ferraş denen temizlikten görevli kişilere ayrılmıştır. Muîdler, en yetenekli mezun danişmendlerden seçilmekle beraber; müderrisin okuttuğu dersleri öğrencilere tekrar etmekle görevlendirilmiştir. Bu, muîdler için staj ve yetiştirme demektir. Tetimme Medreseleri ya da Mûsıla-i Sahn denen sekiz medrese ise orta öğretim düzeyinde medreselerdir. Bu medreselerin her birinde on bir oda vardı ve her odaya sũhte (softa) denen üç kadar öğrenci yerleştirilmiştir. Odaların aydınlatılması mumla ve öğrencilerin bazı ihtiyaçları için her birine az bir para verilmiştir. Öğrenciler, yemeklerini imarette parasız karşıyorlardı. Tetimmeler’de muîdler ve danişmendler softalara ders okutmaktadır (Akyüz, 2009).

İstanbul’un fethinin ardından kurulan ikinci büyük medrese adını müderrisinden alacak olan Zeyrek Semağinde, Pantokrator Manastırı’nın papaz odalarında kurulmuştur. İlk defa müderris tayin edilen Molla Zeyrek Mehmed’ten dolayı medrese, Zeyrek Medresesi adıyla tanınmış ve günümüze kadar korunmuştur (Yakupoğlu, 2006). Bu medresede iki müderris eğitim veriyordu. Bu müderrisler Molla Zeyrek ve Mevlana Ali Tũsi’dir (Üstüner, 2002). Döneminde bu medresede hücre denen 40 odada 40 medrese talebesi vardı (Yakupoğlu, 2006). XVI. yy. II. Selim bu medreselere iki yeni medrese daha eklemiş, halefi bitirmiştir (Üstüner, 2002).

İlim ve ilim adamına önem veren Fatih bir yandan Ayasofya Medresesi’nin yanına bir de kütüphane kurdurturken bir yandan da tanınmış bilginleri İstanbul’a davet ettiği görölmektedir. Bu düşünce ile Türk Bilginini Ali Kuşçu’yu İstanbul’a davet eden Fatih, ona Ayasofya Medresesinde 200 akçe günlük ücret ile müderrislik vermiştir (Yakupoğlu, 2006).

Sahn ve Tetimme medreselerinden başka camiye görevlendirilen Ayasofya kilisesinin yanındaki mahalde tesis edilen medresenin müderrisliğine altmış akçe ve Eyüp caminin yanında yapılan medresenin müderrisliğine de elli akçe yevmiye ile birer müderris tayin edildi. Ayasofya medresesi Sahn-ı Seman derecesinde ve daha sonraları ise Sahn-ı Semandan üstün tutulup buranın müderrisi beş yüz akçe yevmiyeli kadılıklara tayin edildiği gibi terfi eden Sahn müderrisleri Ayasofya müderrisi olarak görev yaparlardı. Eyüp müderrisliği ise bazen dâhil yani Sahn’dan bir derece aşağı

ve bazen tayin edilen müderrisin ilmi kudretine göre Sahn ve Sahn'dan yukarı sayılmıştır (Uzunçarşılı, 1984).

Fatih medreseleri inşa edildikten sonra, Osmanlı devleti içinde yer alan medreseler kendi içinde bir sınıflandırılmaya ve derecelendirilmeye tabi tutuldu. Bu derecelendirme alttan üste de şu şekilde sıralandı: Hâşiye-i Tecrid (yirmili) Medreseler, Miftah (otuzlu) Medreseler, Kırklı (telvîh) Medreseler, Dahil-Ellili Medreseler, Musıla-ı Sahn, Sahn-ı Seman Medreseleri, Altmışlı Medreseler.

Fatih, İstanbul'un fethinden sonra tesis ettirdiği birçok eğitim müessesesi ve külliyesi için İslam dünyasının tanınmış bilginlerinden müteşekkil bir tedris heyeti meydana getirmiştir. Bütün bu âlimler itimat ettiği ilim heyeti tarafından imtihana tabi tutarak seçtirmiş, bir kısım imtihanlarını da bizzat huzurunda yaptırmıştır. Zaman zaman medreselerde müderrislerin derslerini Takip ederek medreseler üzerinde ki kontrolünü sürdürmüştür (Yakupoğlu, 2006).

Kanuni Dönemi Osmanlı Medrese Eğitimi

Fatih Sultan Mehmet'in kurmuş olduğu Fatih Medreselerinden yaklaşık yüzyıl sonra Kanuni Sultan Süleyman medrese sistemi ve öğretiminde Fatih stilinde yeni bir gelişme gerçekleşmiştir. Bu gelişmeyle beraber Osmanlı eğitim sistemi en üst düzeye yükselmiştir (Atay, 1999). Osmanlı Devleti'nin merkezinde yer alan Süleymaniye Medreseleri, Sahn-ı Semanla birlikte İstanbul'da ikinci bir üniversitenin kurulduğunu görmekteyiz (Yakupoğlu, 2006).

Süleymaniye külliyesinin inşasına 1550 tarihinde başlanmakla beraber temel atma işlemi padişahla beraber, Şeyhülislam Ebusuud Mehmet Efendi'nin mihrabın temel taşını koymasıyla gerçekleşmiştir. Tamamı bir anda tamamlanmayarak aşama aşama inşa edilen külliye 1557 yılında Dâru'l-hadis Medresesinin tamamlanmasıyla faaliyete geçirilmiştir (Yakupoğlu, 2006). Diğer taraftan batıda ki medreseler ise 1559 yılında bitirilmiştir (Ergün, 2007).

Süleymaniye Medresesinin yer aldığı bölge İstanbul'un yedi tepesinden birisidir (Uzunçarşılı, 1984). Süleymaniye Camii'nin merkez olarak alındığında külliyenin kuzey kısmında Medrese-i Evvel ve Medrese-i Sâni adıyla birinci ve ikinci medreseler bulunmaktadır, kuzeydoğu kısmında ise hamam ve camiinin mihrabı hizasında kible tarafında Dâru-l hadis Medresesi yer almaktadır. Camiinin güneyinde Medrese-i Salis ve onun yanında da ise Medrese-i Râbi (üçüncü ve dördüncü medrese) yer almaktadır. Külliyenin

güney batısında Tıp Medresesi yer almaktadır. Bunlara ilave olarak vakfiyede belirtildiğine göre külliye bünyesinde Kurân-ı Kerim talimi ve namaz adabını öğrenmek için mektep ve bir de kütüphane bulunmaktadır (Yakupoğlu, 2006). Buradan da şunu çıkartıyoruz; Süleymaniye Külliyesinde 6 tane medrese vardı ve bu medreselerde tıp, tabiye, riyaziye ve dini, hukuki ve edebi bilimlerin öğretimi gerçekleştirilmeydi (Ergün, 2007).

Süleymaniye Külliyesi'nin eğitim faaliyetlerine başlamasıyla birlikte Osmanlı Devleti'nin yönetim merkezinde birbirine denk eğitim veren iki büyük külliyenin (üniversite) ortaya çıktığı görülmektedir. Bu durum Fatih devrinden itibaren medresede ve ilmiye mensupları arasında uygulanmakta olan hiyerarşinin göreceli de olsa yeniden düzenlenmesi ihtiyacını ortaya çıkarmıştır (Yakupoğlu, 2006). Bu duruma bağlı olarak Fatih Sultan Mehmet zamanında müderris ve medrese derecelenmesi yeniden değiştirilerek yeniden oluşturulmuştur (Baltacı, 2005).

Daha önce Sahn müderrisliği bir ilmiye mensubu için eğitim faaliyetlerindeki en üst aşama olarak görülmekte ve bu görevden sonra büyük merkezlere (İstanbul, Bursa, Edirne) Kadılık, Kazaskerlik gibi idari görevlere geçilmekteydi. Süleymaniye Medresesinin daha önce ki medreselerde bulunmayan bir özelliği mevcuttu. Bu medrese Osmanlı ordusunun hekim ihtiyacını karşılamaktaydı. Bu amaçla medrese bünyesine Tıp medresesi ve Darüşşifa ile matematik öğretimi için dört medrese eklenmiştir. Yani dinsel konular haricindeki alanlarda eleman yetiştiren kurum özelliği taşımaktaydı. Bu tarafından bakıldığında söz konusu medreselerin üniversite veya fakülte oluşumunun ilk adımları olarak nitelendirilebilir.

Süleymaniye Medreselerinin öğrencileri müderrislerce belirlenirdi. Öğrenciler medresenin “hücre” denilen odalarında yatıp kalkıyorlardı ve günde iki defa “me’kel” adıyla yemek hanede yemek yerlerdi (Ergün, 2007). Öğrenciler medreselerde kalırlar ve kendilerine yemek maaşı da verilirdi. Öğrencilerin derslere devamlılıkları zorunlu koşulmuştur. Dersler için plan program dâhilinde ciddiyetle çalışılması öğrencilerinden beklenirdi. Öğrencilerin akademik yeteneklerine bakılmaksızın onlara tahsis edilmiş olan kitapların tamamının okunması istenirdi. Haftada 4 gün ve günde 4 saat olmak ise eğitim öğretim faaliyetleri gerçekleştirilmekteydi. Disiplin kuruları sıkı işletilmekle birlikte devam devamsızlığa dikkat edilir, devamsız öğrenciler ile disiplinsiz öğrencilerin bursları kesilebilir, kayıtları silinebilirdi. Medreseden mezun olup icazet alabilmek için ise ayrıca bir sınav yapılırdı (Akyüz, 2009).

Medreselerin Gerilemesi

Eğitim kurumlarını milletin fertlerinden ve çevresel diğer faktörlerden ayrı düşünmek gerçekçi değildir. Eğitimi, içinde bulunulan toplumun her birinin zekâ seviyesi, anlayış ve yetenekleri ile sağlık durumları gibi konuların etkilediği gibi devleti yöneten kişilerin eğitime bakış açısı, toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel durumu da yakından ilgilendirmektedir. Haliyle eğitim kurumlarından söz ederken toplumun bütünü ele alınmalı ve bütünsel bir bakış açısıyla toplum irdelenmelidir. Çünkü eğitim kurumları ile söz konusu bu ögeler adeta bir bütünün parçalarıdır.

Genel Sebepler:

- a) Bir toplumu oluşturan bir millet tüm kurum ve kuruluşlarıyla tıpkı bir insan gibi evreler geçirerek ömürlerini tamamlarlar. Yani tıpkı bir insan gibi doğarlar, büyürler, gelişirler, olgunlaşırlar sonrasında ise duraklama dönemi, gerileme dönemi ve yıkılma dönemi yaşarlar. Osmanlı toplumu da benzer durumları yaşamıştır. Haliyle söz konusu eğitim kurumları da aynı insan gibi bu aşamaları yaşamıştır.
- b) İnsanlar arasında “ anlayışta, ilim yapmakta ilerde olanlar ve geride kalıp sadece önünde olanı gören ve anlayanlar vardır.” Tarih süresine bakıldığında söz konusu bu iki taraf arasında sürekli mücadeleler yaşanmış bu durum ilam toplumunun siyasi, içtimai ve ilmi çalışmalarında görülmüştür ve hâlâ görülmeye devam etmektedir. Bu durum, insanoğlunun yaratılışındaki var olan anlama, kavrama ve muhakeme etmedeki farktan ortaya çıkmakla beraber her toplumda bu tip farklı insanlarla karşılaşmaktadır (Özyılmaz, 1993).

Devlet Fonksiyonu:

- a) **Merkeziyetçilik:** Osmanlı Devleti'nin ilk merkezi İznik'i, daha sonra Bursa'yı, Edirne'yi ve İstanbul fethettikten sonra orayı hem devletin merkezi ve hem de ilim merkezi olarak geliştirdikleri görülmektedir. Osmanlı Devleti'nin en yüksek derecedeki kadılarının, kadı askerlerinin Sahn merkezlerinden mezun olma ve orda müderris olma şartının konması bu merkezçiliği kanuni müeyyide dayandırılmıştır. Bu yapılaşma büyük âlimlerin bir arada olmasına neden olduğu gibi olumlu durumlara neden olsa da başka açıdan bakıldığında zararları da olmuştur (Atay, 1999).

- Başkente uzak olan bölgelerde yaşayan zeki ve başarılı insanların merkeze ulaşma imkânları olmaması bu insanların potansiyellerini kullanamamasına neden olmuştur. Yüksek ilim faaliyetlerinin ülkenin yer yerine dengeli dağılmamış olması birçok gencin okuma hevesinin sönmesiyle sonuçlanmıştır.
 - Her ilim merkezi etrafında farklı alanlarda imkânlar oluşacak ilim merkezleri arasında ilmi rekabetler ortaya çıkması sağlanacaktı.
 - Merkeze gelen bilim ilim adamları merkezden zorunlu olmadıkça ayrılmazlar haliyle merkezde bir kadrolaşma ortamı oluştururlardı. Daha önce merkeze yerleştikleri için daha sonra merkeze gelen ilim insanların ilerlemesini istememeleri gibi bir durum ortaya çıkardı. Daha önce gelenlerin idari yapılanması bazen kendilerine haksız mevkiler ve çevrelerine haksız makamlar oluşturmalarına ve belli makamlara kendi çevrelerini yerleştirmelerine neden olurdu.
 - Devlet merkezinin aynı zamanda yüksek tahsil merkezi olması büyük âlimlerin oraya yerleşmesine haliyle birçok öğrencinin de merkeze akın etmesine neden olmakta bu durum ise merkezde ikamet, beslenme ve hoca bulma sorunlarını ortaya çıkarmıştır.
- b) **Saltanat Kavgası:** Osmanlı Devletinde devlet başkanlığı makamı seçim veya tayinle yapılmazdı. Bu makam şehzadelere babadan oğula miras yoluyla aktarılırdı. Fakat sultanın birden fazla erkek çocuğunun olması ve bu çocukların kendi aralarındaki anlaşmazlıkları saltanat kavgasına dönüşmekteydi. Bu çekişme ve sürtüşme zaman zaman ülke içinde iç savaşlara neden olmakla birlikte ülkede güvenlik, eğitim, ekonomi gibi birçok alanda bozulmaları da beraberinde getirirdi. Savaşı kaybeden ve kazanan aynı insan topluluğu içinden çıktığı düşünüldüğünde toplumun huzuru uzun süre düzelmezdi. Tüm bu gelişmeler doğal olarak medreseleri de etkilemekteydi. Öğrencilerin talebeliğin tüm şartlarını yerine getirerek mezun olsalar dahi bu süreç içerisinde kendilerini ilime veremedikleri için ehliyetsiz olarak mezun olmuş olmaktadır. Ülke içerisinde yaşanan süreçlere medreselerin doğrudan ya da dolaylı katıldıklarına dair tarihi belgeler bulunmaktadır (Özyılmaz, 1993).
- c) Osmanlı medreselerinde öğrencilerden belli bir düzen ve tertibe göre okuyup mülazım durumuna erişenler yine belli bir kural çerçevesinde farklı makam ve mevkilerde görevlendirilirdi. Özellikle Fatih Sultan Mehmet döneminde bu kurallara çok sıkı

uyulmakla beraber daha sonra ki dönemlerde bu kurulların göz ardı edildiğini görmekteyiz. Kanun ve kurallara aykırı olarak medreselere müdahale edilmesi sonucunda bir kısım ulemazedelerin henüz on beş yaşının altında iken müderrislik makamına eriştirilmesi medreselerin düzen ve yapısını bozmuştur (Uzunçayırılı, 1984).

- d) Osmanlı Devletinin, küçük bir beylikten büyük bir imparatorluğa erişmesi yaklaşık bir buçuk asır sürmüştür. Bir devlet için kısa sayılabilecek bu süre içerisinde topraklarıyla beraber idari, askeri ve ilmi yapısının da genişlemesi özellikle Fatih döneminden itibaren idare memurlarına, kadınlara ve ilim insanlarına duyulan ihtiyacı da arttırmıştır. Bu makamlara gelmesi gerekli olan kişilerin belli bir süre tahsil almasının gerekli olduğu da düşünüldüğünde talebin artmasına bağlı olarak arzında artmasıyla bu makamları dolduracak kişilerin mezuniyet sürelerinin kısaltılmasına neden olmuştur. Buna bağlı mezuniyet süresinin kısaltılması için ders kitapları kısaltılmış, tedris devresini tamamlamadan öğrencilere şahadetnameler düzenlenmiştir. İşte bu durum medreselerde usule uymayan yolların takip edilmesine neden olmuştur (Özyılmaz, 1993).
- e) Osmanlı Devlet idaresindeki aksaklıkların önemli bir tanesi de şehzadelerin padişah oluncaya kadar geçirdikleri yaşamın etkisidir. Padişah oluncaya kadar Osmanlı veraset sisteminden kaynaklı her an ölüm tehdidi altında ki yaşamın etkisi ki buna bağlı olarak kapalı odalarda yaşanması, dış hayat ve idarecilerin tanınamaması bürokrasinin takip edilememesi padişah adaylarını olumsuz etkilemiştir. Padişah olunca ise bu olumsuzlukların etkisiyle lala ve kızlar ağasının etkisi altına girilmiştir. Bir girdabın içine çekilmiş olan padişahın bu makama geldiğinde verdiği kararlar hiç şüphesiz en yakınları olarak gördüğü kişilerin etkisiyle olmuştur. Saray içerisinde verilen gizli mücadeleler padişahın kararlarını zaman zaman tezatlık içinde bırakmıştır. Kısa zaman önce görev verilen sadrazamlar karşı grupların etkisi ile kısa süre sonra idam edilebilmekteydi. Özellikle 17. ve 18. Yüzyılda III. Murat'ın bir rasathane yapmaya emir vermesinden çok kısa bir süre sonra henüz daha yapı tamamlamadan yeni bir ferman ile yıkım emri vermesi Osmanlı idaresindeki bozukluğun ilim hayatına olan olumsuz etkisine örnek verilebilir (Atay, 1999).

Talebe İsyanları

Osmanlı medreselerinde eğitim gören talebe gruplarının zaman zaman buldukları konumlara yakışmayan ve isyan diye nitelendirilebilecek bir takım davranışta bulunmaları da öğretimi aksatan sebeplerden olmuştur. Bu hareketlerin fikri ve ideolojik bir sebebi söz olmada dahi sebepleri şu şekilde belirtilebilir (Özyılmaz, 1993):

- Sekban, Çiftbozan ve Levent olarak isimlendirilen eşkıyaların ortalıkta dolaşması.

Rüşvet, kayırma ve benzeri usulsüz yollarla medrese tahsili yapmadan yükselenler kabiliyeti olmayan ve kudretsiz olan öğrencilerin de farklı yollara başvurmalarına neden olmuştur. Buna bağlı olarak özellikle merkezden uzak olan medreselerin bir bölümünde ki yetkin olamayan öğrencilerin derslerden uzaklaşarak eşkıyalığa başlamasına neden olmuştur (Uzunçayırılı, 1984). Diğer taraftan özellikle 16. yüzyılın son çeyreğinde toprak kazandıran savaşların durması, zaferlerin yaşanmaması ve nüfusun hızla artması devlet giderlerine bağlı olarak vergilerin de artmasına neden olmuştur. Bu durum köylerden kentlere ve daha zengin bölgelere göçleri başlatmıştır. Bu dönemlerde temelini genç nüfusun oluşturduğu bu göç grupların yararlı işlerde kullanılabileceği bir alanında olmadığı görülmektedir. Söz konusu bu genç nüfusa çift bozan, garip veya levent denirdi. Bu işsiz aylak grubu ülkenin farklı bölgelerinde güvenliği ve huzuru zaman zaman sarsmıştır (Akyüz, 2009).

- Huzuru bozan gruplarla mücadele etmek için görevlendirilen güvenlik güçlerinin zaman zaman benzer türde eylemlere kalkışmaları veya katılmaları,
- Bazı kışkırtıcı grupların talebeleri öğrencilerinde lehine olacak söylemler ile anarşi ortamına çekmeye çalışmaları ve zaman zaman bunda da başarılı olmaları.

Akkoyunlu Devletini yıkararak Safevi Devleti'ni kuran Şah İsmail'in Anadolu'ya Şii mezhebi Propagandacıları göndermesi özellikle Sivas, Çorum, Tokat, Amasya, Antalya gibi şehirlerde isyan ve kalkışmalara neden olmuştur (Akyüz, 2009).

- Devletin yaşadığı ekonomik problemlerin medreselere yansması
- Öğrencilerin bazen isyana teşviki edilmesi ve korunması

Silahlı eylemlerin en yoğun olduğu bölgeler, medresenin yoğun olduğu kentler ile civarlardaki dağlık kırsal yörelerdi. Bu kentler arasında Edirne, Bursa, Balıkesir, Manisa, Muğla, öne çıkan şehirlerdendi. Müderris, kadı gibi

ulemadan kişilerin de bu softa ayaklanmalarını gizli gizli destekliyorlardı. Zaman zaman saftalar, celali denen daha büyük eşkıya gruplarına katılıyorlardı (Akyüz, 2009).

Tüm bu nedenlerden dolayı medrese eğitimi aksamış ve gerilemiştir. Bu zamanlarda iyi hoca yetişmediği gibi iyi hoca arzusunda olan öğrenciler de kalmadığı görülmektedir.

Medreselerin İşleyişiyle İlgili Problemler

Sosyal problemler ve hadiseler tek nedenle açıklanamazlar. Toplumsal meselelerin uzak yakın birçok sebebi vardır. Bu nedenledir ki medreselerin gerilemesini çok yönlü olarak araştırılmalıdır. Doğrudan sebepler özetlendikten sonra şimdi medresenin bizzat içindeki sebepleri bulmaya çalışacağız. Gelibolulu Mustafa Ali'nin bu husustaki tespitleri şöyledir:

1. Hocaların ve talebelerin devamsızlığı: Müderrislerin haftada dört gün derse devam etmeleri gerekli olmakla birlikte danışmendlerin de dersleri ile meşgul olmaları gerekliydi. Bazı müderrislerin ayda bir defa dahi derse girmedikleri bilinmektedir. Şöyle ki bazı müderrislerin ders verme yeterlilikleri olmadığı gibi ders görececek öğrencilerinde bulunmadığı dönemler olmuştur.
2. Görev verilecek kademelerde yığılmaların olması öğrenci gruplarının motivasyonunu azaltan etkenlerdendi.
3. Ahbap çavuş ilişkisi içinde adam kayırmaların olması ve buna bağlı olarak bitirme ödevlerini tamamlamadan öğrencilerin belli yeterlere tayin edilmesi.
4. Hak hukuk gözetmeden mevki makam sahibi olma hastalığı (Uzunçayırılı, 1984).

Diğer sebepler şöyledir:

A. Dil Meselesi: Osmanlı medreselerinde eğitim anadil olan Türkçe ile değil de Arapça ile yapılırdı. Bunu birkaç sebebe bağlamak mümkündür:

- İslam dinin kutsal kitabı olan Kur'an-ı Kerim'in ve Hz. Peygamberin sözlerinin Arapça olmasının bir gereği (Atay, 1999).
- M.S. 10. Yüzyıldan itibaren daha önce eski Yunancanın hâkim olduğu geniş bir bölgede Arapçanın hakim olması ve bilim ve felsefede klasik dil niteliği kazanmasıdır (Özyılmaz, 1993).

Şu bir gerçektir ki kişi her hangi bir dili ana kucağından öğrenmedi ise ve küçüklükten itibaren o dil ile yoğrulmaysa o dil ile ilim öğrenmesi zorlamadan öteye geçemez. Bir dil ile yazılmış eserleri okumak, öğrenmek

pek mümkün değildir. Bir yabancı dili öğrendikten sonra o dilin konuşulduğu memleketlerde belli bir süre yaşayıp o dili anadil konumunda kullanmadıktan sonra i dil ile ilmi veya fikri bir eser ortaya koymak, keşif yapmak çok zordur. Çünkü ilim adamı alanı üzerinde, kelimeleri zihninde aramadan, hiç düşünmeden yazma ve konuşma yeteneğine sahip olduğu sürece ilimde, medresede, düşüncede öğrendiklerinin ötesinde kazanımlar elde edebilir. Diğer durumda ise soğuma ve duraklamalar yaşanacaktır. Ancak kişinin kendi halinde yabancı dil öğrenmesi ve yabancı bilim insanlarından faydalanması bu durumdan farklı bir durumu ifade eder (Atay, 1999; Özyılmaz, 1993).

B. İlmi Taklitçilik: Osmanlı Devleti'nde XVI. yüzyıldan itibaren medrese sisteminde ilmi anlayışın skolâstik bir zemine oturduğunu söylemek mümkündür. XIX. Yüzyıl sonlarına, daha doğrusu medreselerin kapatılmasına kadar dört asır bu sürmüştür. İslam düşüncesi içinde oluşan itikadı, fikhî ve felsefî disiplinlerden birini tercih ederek tartışmasız kabul edip farklı düşünce ve fikirlere yer verilmemesi; belirli kitapların, şerhlerin takip edilmemesi. Eserlerin ve ihtiva ettiği fikirlerin hiçbir eleştiriye getirilmeksizin olduğu gibi kabul edilerek öğrencilere aktarılması suretiyle yürütülen eğitim faaliyetleri, ilmi düşüncenin gelişmesine imkân vermemiştir (Yakupoğlu, 2006). Zaten hiçbir medreseli anlamalarını dahi bilmeden okuduğu veya ezberlediği metinler üzerinde düşünmeye, tartışmaya doğru veya yanlış olduğu üzerinde kafa yormaya ihtiyaç duymazdı. Amaç duraksamadan, durmadan telaffuz hatasına düşmeden bir metni ezberlemektir. Cevaplar da sorular gibi basmakalıptı. Bunun sebebi ise her bilginin zamanın en yetkin kişileri tarafından en doğru biçimde açıklanıp çözüme kavuşturulduğu; bu bilgilere yenilerinin katılmasının, değiştirilmesinin doğru bulunmaması anlayışından ileri gelmekteydi (Sakaoğlu, 2003).

Medreseliler arasında yaş, ırk, muhit uyumu da yoktu. Buluş çağındaki her Müslüman erkek koşulları yerine getirerek yazılabiliyor ama medreseyi bitirmesi konusunda asgari süreler belirlendiği halde azami süre konmadığından yıllarca okuyabiliyordu. Bu ise medreselerde yaşı 12–15 ile 30 hatta 40 arasında, çok olumsuz öğrenci mevcutlarının oluşmasına neden olmaktaydı. Vakıf kurumlarının eski işlerliğini yitirmesi, medreseler için öngörülen karşılıksız hizmetlerin kötüye kullanılması, en kötüsü de tartışmaya bir ölçüde yer veren aklî metotların ve derslerin, 16 yüzyıl sonlarından başlayarak programlardan bütün bütün ayıklanıp salt dogmatik yöntem ve konulara yer verilmesi, medreselerin hızla bozulması sürecini başlattı. Programlar hafifledi. Müderrislik sistemi yozlaştırılarak ulema çocuklarına,

kayırmacılıkla müderrislik rütbeleri verildi. Kimi müderrisler de yüksek rüşvetler karşılığında yanaşmalara, başarısız softalara, danışmendlere temessük ve icazet verme yoluna saptılar. Bundan ötürü, daha 17. yüzyıl başında medreselerin kapatılması gerektiğini savunanlar olmuştur (Sakaoglu, 2003).

Medrese ve Elemanları

A. Yönetim Kadrosu ve Görevliler

Vakfiyelerde görüldüğü üzere, medreselerin işleyişlerinden sorumlu mütevellinin maiyetinde kâtip, câbî, câbi kâtibi ve mutemet isminde memurlar yer almaktadır. Vakfiyelerde, onarılması gereken medreselerin hemen eskisi gibi tamir edilmesi ve yıkılan bölümlerinin yenilenmesi istenmektedir. Bu suretle medreselerin dâhili olduğu kadar harici işlerine de yöneten bir idare heyeti olduğu görülmektedir. Mütevelliyeye, Darülhadis medresesi müderrisine verilen miktarda ücret verildiği düşünüldüğünde, bu görevlinin vazifesinin ağır ve mesuliyetli olduğu anlaşılmaktadır. Çünkü vakıfları kontrol eden veziriazam ve Divan-ı Âli'dir. Hükümdar da hakem durumunda yer almaktadır. Veziriazam, medrese kütüphanesine görev alacak memurun atanması hatta görevden alınması gibi hususlarda önemli rol oynamaktadır. Medrese kadrosunu oluşturan memurlardan biride noktacıdır. Vakfiyelerde, medresedeki müderris, mu'id ve danışmendlerin derslere zamanında girip girmediklerini kontrol eden görevli kişiler noktacılar, devam etmeyen kişilerin durumunu mütevellisine bildirerek, müteveli de vazifesine gelmeyenlerin maaşlarını kesilmesini sağlıyordu yine noktacılarıdır. Kanuni, Süleymaniye medreselerinin işleyişine ilişkin düzenlettirdiği vakfiyesinde müteveli ve maiyetine verdiği memurların seçiminde çok titiz davrandığı bilinmektedir (İzgi, 1997).

Osmanlı medreselerinde görevli personeller arasında Daru'l hadis ve Daru'l kuralarda şeyh denilen görevliler de yer almaktadır (Hızlı,1987). Vakıflarda ayrıca bütün yazışmaları yürüten, adeta mütevellinin sekreterliğini üstlenen kâtipler, gelirlerin muhasebesini tutan cabiler, vakıf için gerekli malların alım ve satımıyla ilgilenen vekilharçlar, , ışıkları yakmak ve temizlikle ilgili işleri yapmakla sorumlu olan kayımlar görev almaktadır. Ayrıca medresenin bütünün temizlik ve bakımından sorumlu olan ferraşlar, kapıları bekleyerek danışma görevini üstlenen bevvaplar olduğu gibi bazı medreselerde de ayrıca müstahdem, kandilci ve tuvalet bakıcısı yer almaktaydı. Bunlardan başka Osmanlının son dönemlerinde imaretlerden medrese öğrencilerine tahsis edilen fodlayı ve Perşembe günleri pişirilen

zerde, pilav ve zırvayı dağıtmaktan sorumlu kemer diye anılan başka bir görevli daha yer almaktadır (Kütükoğlu, 2000).

B. Müderrisler

Müderris kelimesi ders veren manası gelen Arapça bir sözcük olup medresede öğretim üyesine verilen isimdir. Müderrisler medreseden yetişirler. Öğretim dili Arapça olduğundan önce müderris adayının Arap dili ve edebiyatını daha sonra fıkıh, tefsir ve hadis gibi ana bilim dallarından bir ya da birkaçından icazet alması gerekmektedir. Medreseler kendi öğretim üyeleri olan müderrisleri yine kendileri yetiştirmektedir (Köroğlu, 1999). Camilerde halka açık ders veren müderrislere ise dersiâm denilmektedir (İzgi, 1997).

Fatih Sultan Mehmet ve Kanunî Sultan Süleyman'ın sistematiğini oluşturduğu medreselerden sonra Müderrislik makamına şu usullerle ulaşılmaktadır:

Osmanlı medreselerinde “Dâhil” ve “Hâric” derslerini gören öğrenci, Sahn-ı Semân veya Süleymaniye seviyesinde tedristen sonra, müderrislik yapabileceğini gösteren diplomaya karşılık gelen icâzet alırdı. Eğer bu müderris adayı Anadolu’da vazifelendirilecekse Anadolu, Rumeli’de vazifelendirilecek ise Rumeli kazaskerine başvurması gerekmektedir. Kazaskerin belirli günlerdeki meclislerine devam ederek “Matlâb” ismiyle verilen Ruznâme’ye mülazemet dönemini geçirmek üzere mülazim olarak kaydedilirdi (Baltacı, 1997).

Mülazim olarak kayıtlarda yer alanlar, göreve başlamak için sıra beklerlerdi. Bu bekleme dönemine ise nöbet adı verilirdi. İlk zamanlarda belli bir süre geçmeden mülazemete geçilirken Ebussuud Efendi’den sonra bu süre yedi yıl olarak belirlenmiştir. Fakat Kanuni Sultan Süleyman mülazemet kanununa aykırı olarak kendisine güzel kasideler yazan Baki’yi bekletmeden mülâzım defterine kaydettirmiş ve bir yıl sonra yirmi beş akçe ile Haşiye-i Tecrid müderrisliğine tayinini gerçekleştirmiştir (Uzunçayırılı, 1984).

Kazaskerin tayin ettiği müderris, elindeki izin belgesi olan berat ile medresede görev almaktaydı. Belli bir süre mülazemet geçirmeyen ve kazaskerin elinde bulunan ruznamede yazılı olmayan kişilerin müderrislik almaları mümkün değildi. Müderrislik makamına tayin olunması dönem dönem değişikliğe uğrasa da müderrislik tevcihi XVI. yüzyıl ortalarına kadar kazaskerlere aitti. Bu tarihten itibaren Şeyhülislamlık ilmiye sınıfının en üst makamına çıkarıldığından, kırk akçeli medreselere müderris atama kazaskerlerin, hariç medreselerinden itibaren yukarı sınıf müderrislerinin tayinleri de şeyhülislamların onayıyla gerçekleşmiştir. (Uzunçayırılı, 1984).

Müdrisler kendi arzularıyla müdrislikten (infisal) istifa edebilecekleri gibi beklmeleri gereken süreyi doldurdıkları takdirde bir üst derecedeki görevlere yükselebilmek (ma'zuliyet) imkânına sahiptiler. Ancak infisal edenler, müdrisliğe tekrar dönmek istediklerinde, açık yer var ise müdrislikte usule göre tekrar görevlendirmeleri yapılırdı. Bu usulün bazen dışına çıkılarak terakki sağlanır, hatta birkaç payeye bedel olarak yüksek bir payeye tayin edilirdi ki bu duruma da tahille tariki denilmekteydi (Baltacı,1997).

Bulunulan payeden bir payedeki medreseye terakki edilirken kadrosu boş olan medrese var ise ve daha başka orayı isteyen müdris yok ise tayin hemen gerçekleşir fakat boş kadroya istekli birden fazla müdris olursa aralarında sınav yapılmaktaydı. Bu sınav Anadolu ve Rumeli kazaskerleri huzurunda kadroya talip olanlar arasında İstanbul'da Ayasofya ve Vefa camilerinde yazılı ve sözlü olmak üzere iki aşamada yapılmaktaydı (Uzunçayırılı,1984). Yazılı sınav için bir risale(tez) hazırlanır, mülakata genellikle muteber bir fıkıh kitabı olan "hidâye" nin bölümlerinden okutularak sorular sorulur ve üstünlüğü açıkça görünene medrese verilirdi. Yazılı imtihandan geçemeyenler ya ikinci bir imtihanı beklerler ya da başka bir yerin açılmasını beklerlerdi. Fatih Sultan Mehmet'in Sahn- Semanına talip olan müdrisler ise "üç fenden", yani fıkıhtan Sadeddini Teftezani'nin Telvih, kelim Adüddini el-İci'nin Mevâfık, belâgattan Sekkâkî'nin Miftâhu'l-Ulüm adlı eserlerinden sınava tabi tutulurlardı (Baltacı, 1997).

Müdrisler, eğitim hizmeti sırasında istedikleri zaman ifta ya da kaza alanında görev almak haklarına sahiptiler. Müdrislikten kadılığa geçiş yapabilirlerdi fakat bu alan değişmelerinde denklik durumuna dikkat edilme zorunluluğu söz konusu olmakla birlikte müdrisin yevmiyesi kaç akçe ise o ücretten aşağı ücret verilmezdi. Fakat müdrisin aldığı ücret yükseltilerek medresesinin payesi arttırılabilirdi. Söz konusu durumda yükseltilen yevmiye başka vakıflardan ya da devlet bütçesinden karşılanabileceği gibi öncelikli olarak vakıf gelirlerinden karşılanmaktaydı (Uzunçayırılı, 1984).

Müdrislere verilen yevmiyeler dışında "taamiye" diye isimlendirilen, pişmiş yiyeceklerde verilmekteydi. Özellikle selâtin medreselerinde, miktarlarının senelik olarak belirlendiği hububat türü ödenekler de verilirdi (Hızlı,1987). Osmanlı medreselerinde tedriste bulunan müdrislerin tekaüde ayrılmaları yani emekli olmalarında ise görevdeyken almakta oldukları son yevmiye dikkate alınarak ücret tahsisi yapılırdı (Baltacı, 2005).

C. Muîdler

Kelime olarak Arapçadan gelen ve “Avade” kelimesinden gelmekle birlikte, ilimde hazırlık, hastayı ziyaret etmek geri dönmek, tekrarlamak, tecrübeli olmak vs. anlamlarına gelmektedir. Teknik anlamda ise, müderrisin derslerini tekrarlayıp izah eden, müzakereci ve müderris yardımcısı anlamında kullanılmaktadır. Danışmendler arasından en üstün olanlarından seçilen muîd müderrise yardımcı olmakla birlikte danışmendlerin disipliniyle de alakadar olurdu. Diğer yandan Sahn-ı Semân muîdleri, Tetimme medreselerinde sühtelere ders verirlerdir (Baltacı, 2005).

Otuz yılda yazılmış olduğu eserinde Ahmet Cevdet Paşa bu konuya dair şu ifadeleri kullanmıştır: “Sahn medresesi talebeleri içinde hücre sahibi olan âlim ve fazıl kişiler vardır. Bunların eskilerine muîd denilirdi ki bunlar medreselerde müzakereci olurlar (Köroğlu, 1999).

Müderrislerin bazen sormaktan çekindiği konuları bazen de öğrencilerin anlamadığı konuların anlaşılır hale gelmesi için muîdler yardımcı olurdu. Buradan da anlaşılacağı gibi muîdler talebe ile müderris arasında bir derecede yer almakla birlikte müderris yardımcısı ya da bugünkü anlamda asistan konumundadır. Osmanlı eğitim tarihinde muîdlerin önemli bir konumunun olduğu bilinmektedir (Kazıcı,1991).

Bir eser ortaya koyabilecek yetenek ve donanıma sahip kişiler içinden seçilen muîdler müderrislerin kontrolleri altında olmalarına rağmen eğitime katkı sunanlar arasında en başta yer alanlar içindeydiler (Hızlı,1987). Örneğin Sah medreselerinde derece ile mezun olan danışmendlerden yetenekli olanlar seçilerek eğitim sürecinde müderrislere muîdi yani asistan sıfatıyla yardımcı olmaktaydılar. Tetimme yani bugünkü anlamda lise öğrencilerini okutabilmekteydiler. Böylece öğrencilik sürecinde bir kademe kazanan bu kişilerin ilerleyen zamanlarda ilmiye sınıfında ilerlemeleri de kolay olmaktaydı. Muîdler, müderrisler olmadığı ya da derse devam edikleri zamanlarda dersleri devam ettirebilecek yetenek ve akademik beceriler ile donatılmış öğrencilerdi. Muîdlerin medreselerde kendilerine özel odaları bulunmakla birlikte buralarda dersleri tekrar ederek kendilerini geliştirmekle uğraşırlardı (Yakupoglu, 2006).

Osmanlı Devleti’nde bu görev, 1908 itibari ile Sultanilerde devam etmiş olmakla birlikte daha sonradan kaldırılmıştır (Kazıcı, 1991).

D. Öğrenim Kadrosu

Medreselerde eğitim gören öğrencilerden ilk seviyede olanlara “suhte”, ileri seviyede olanlara “danışmend” denilir.

• Suhteler (Mübdediler)

Bulûğ çağını henüz bitirmiş 12-15 yaşlarında olan bir öğrenci sübyan mektebini bitirdikten sonra Haşiye Tecrid isimindeki medreselere giderek eğitim yaşamını devam ettirirdi. Bu özellikte yer alan ve metrelere başlayan öğrencilere müfred olarak sûhte ve bundan bozma safta, suhtegan veya softa taifesi ifadeleri kullanılırdı. Bu öğrenciler Haşiye-i tecrid medreselerinde “mıkaddimat-ı ulûm” veya “mebâni-i ulûm” adıyla mantık, nahiv, sarf ve âdabu'l-bahs gibi muhtasarat derslerini gördükten sonra müsta'idd suhte yani danışmend olurlardı. Fatih'in yaptırmış olduğu metrelere öğrenci hazırlayan sekiz Tetimme medresesi öğrencilerine softa ya da suhte ismi kullanılırdı. Tetimmelerde her bir odada üç suhte yer almaktaydı. Bu suhtelere ihtiyaçlarını karşımaları adına sınıf başına mum parası ismiyle ayda beş akçe verilmekle birlikte suhtelerin yemekleri imaretten karşılanırdı. Softa ismiyle de anılan bu tetimmeler Sahn medreseleri öğrencileri olan danışmendlerden ders görmekle birlikte medrese kanunnamelerinde “softa taifesine muhtaşaratın tamam okutulması” diye bir emir yer almaktadır (İzgi, 1997).

XVI. yüzyılın ikinci yarısında Divan-ı Hümayun mühime defterinde şekavetlerinden sık sık bahsedilen softaların ıslahı hakkında 27 Mart 1579 tarihli bir hüküm yer almaktadır. Bu hükmün başında daha önce softa taifesinin kendi hallerinde olmadıkları, tahsille uğraşmayıp çeşitli harp aletleri ile köyleri ve kasabaları basıp Müslümanlara eziyet ettikleri bunların haklarından gelinmesi için ümera ve kuzata hükümler gönderildiği bildirilmiştir (Uzunçayırılı, 1984).

• Danişmendler

Arapların tilmiz ve talip ismiyle kullandıkları medrese öğrencilerine Selçuklular mülazım ismini kullanmıştır. Osmanlı Devleti döneminde ise talib'in çoğulu olan tüllab veya talebe isimleri kullanılmış olmakla birlikte Farsçada akıllı ve âlim anlamına da gelen danışmend isimleri de kullanılmıştır. Ayrıca Farsça yanmış anlamına gelen sûhte kelimesinden türetilmiş olan softa kelimeleri ve Arapçada yetenekli, kabiliyetli anlamına gelen müsteid isimlerini de kullanılmıştır. Bu kelimelerin her birisi diğerinin yerine kullanıldığı görülmekle birlikte Sıbyan mekteplerinde öğrencilere talebe isminin kullanıldığı görülmektedir. Diğer taraftan aşağı sevilerdeki medrese öğrencilerine sûhte ve yüksek seviyedeki medrese öğrencilerine danışmend isminin verildiği görülmektedir (Baltacı, 2005; İzgi, 1997).

Vakıflardan öğrenciler için belli bir plan dâhilinde ödenek ayrılmaktaydı. Ayrıca medrese de genel düzenin bozulmadığı zamanlarda da

hakk-ı sükna, yevmiyeler veya hücre akçesi ismiyle ücretler dağıtıldığı görülmektedir. Tüm bunlara ek olarak öğrencilere pişirilmiş ve yemeye hazır şekilde verilen günlük iki öğün yemekle birlikte imarette et bulunuyorsa et; eğer et yok ise et yerine et akçesi denilen bir ödeme daha yapılırdı. Öğrencilere mütevelli gözetiminde bahariye, nehariye ve yaylakıye ismiyle başka yan ödemelerde yapılmaktaydı. Öğrencilerin eğitim gördükleri süre önceleri 8-9 yıl kadarken Kanuni Sultan Süleyman devrinin ortalarında bu süre 5 yıla, 1576 yılından itibaren ise Sahn-ı Semân seviyesine kadar olan tahsil süresi 3 yıl olarak belirlenmiştir (Hızlı, 1987).

İcâzet Alma Ve İcâzatname

Kelime olarak müsaade, izin ve ruhsat gibi anlamlarda kullanılan icazet, ilmiye terimi olarak, sanat alanında yetişmiş kişilere verilen belgeyi ya da belli bir seviye kadar okunması gereken ilimleri okuyarak mezun olmuş kişilere verilmiş olan diplomaya karşılık gelmektedir. Bu belgeyi almaya hak kazanan kişi sanatını öğretmeye hak kazanmış ve yetiştiği alanda ders okutmaya yetkin anlamına gelmektedir (Baltacı, 2005).

İcazet talebeye görkemli bir törenle verilirdi. Törene talebenin anası, babası ve yakınları ile müderrisin çağrılıları katılırdı. Derslikler kalabalığı almadığı için bu tören büyük bir camii de yapılırdı. İcazet alma ve icazet verme talebe ile müderrisin uyumlu ortak çalışmalarının ürünü olduğundan bundan her ikisi de onurlanırdı. Günümüzde doktora alma ve vermeye benzemektedir. Doktora, talebe ve ona yardımcı olan öğretim üyesinin ortak çalışmalarının başarı belgesi sayıldığı gibi icazet de öyleydi. Müderrisin icazet verdiği talebe sayısının çokluğu onun başarısını gösterirdi. Talebe de çevrede ilmiyle ünlenmiş bir müderristen icazet almaktan övünç duyardı (Koroğlu, 1999).

İcazetname, gerek şekil ve gerekse muhteva bakımından günümüzdeki diplomadan farklılık ifade etmekteydi. Bir kere icazetname, bugünkü diplomada olduğu gibi bir sahifelik bir belge olmayıp birçok kitapçıktan oluşan bir ruhsattı. Osmanlılar zamanında verilen icazetnamelerdeki silsilelerin çoğunlukla Seyyid Şerif Cürçani'ye kadar uzandığı bilinmektedir (Baltacı, 2005).

Bu ruhsatın önemi, insan ilişkilerinde bireyin kendisini tanıtan bir belge görevini yerine getirmesidir. Tarihinin tespiti mümkün

görünmese de insanoğlunun çok eski dönemlerden günümüze kadar muhtaç olduğu kendini tanıtmaya veya başkasını tanıma yoluna örnektir. İnsan başkasından kendisi ile ilgili bir iş talep ettiğinde o kişiye kendi beceri ve yeteneklerini ispat etme ihtiyacı duymaktadır. Bu durum hem mesleklerle hem de ilimle ilgili dahi olsa böyledir. İlimde bu icazetin almanın birçok yararı olmakla birlikte insanın tanınması, hangi tür bir bilgiye sahip olduğunun anlaşılması, tahsil derecesini bildirmesi ve ulaşmak istediği şeye kolaylıkla ulaşmasına imkân tanımaktadır. İcazetin önemli bir tarafı da edilen bilgilerin ve ehliyetin sağlamlığını belirtmiş olmasıdır (Atay, 1999).

Tarihimizde icazetnamelerin iki türde olduğunu görmekteyiz (Atay1999):

- **Genel İcazet:** Bu icazetler ikiye ayrılmaktadır. Bazı icazetnameler uzun olmakla birlikte akli ve nakli olarak öğrencilere okutulan derslerin kitapları ve bu alanda kendisine icazet verildiğini gösterirken icazet veren müderrisin de bizatihi kendisinin okuduğu derslere yer verilmekteydi. Ayrıca müderrisin yanında okuyan müderrislerin isimleri, şöhretleri bazen de hocalarının okuduğu dersler yer almaktaydı. Diğer icazetnamelerde benzer bir takım ayrıntılara yer verilmemiştir. Bu icazetnamelerde sadece akli ve nakli ilimler ile yüksek ilimlerin isimleri yer almaktadır. Bu şekilde öğrenciye bu ilimler başlığında icazet verildiği belirtilmektedir.
- **Özel İcazet:** Kırat veya Hadis gibi tek bir ilim üzerine verilmiş icazetnamelerdir. Buhari, Müslim gibi hadis kitapları yanında diğer ilimlere ait kitap okunduğuna ilişkin icazetler bulunmaktadır.

İcazet Planı

İcazetnameler yapısal olarak bugünkü diplomalardan farklı birer belgelerdir. İcazetnamelerin yapısal çerçevesi şu şekildedir (Atay,1999):

- Allah'a övgü,
- Hz. Peygamber ve Ashabına övgü,
- Bilgeye övgü,
- İcazetin önemi
- Talebenin ve hocalarının isimleri
- Okutulan kitaplara ve ilimlerin isimleri

- Yüce Allah'a kadar giden hocaların silsilesi, ancak icazet bir kitap hakkında ise, silsile o eserin müellifinde son bulur
- Müderris, öğrencisinden kendisini unutmamasını, kendisine Allah tarafından dilemesini rica eder
- Öğrencinin nasıl öğretim yapması gerektiği kendisine tavsiye edilir
- Sonunda imza ve icazetin veriliş tarihi bulunur.

Medreselerin Mimari Yapısı

İslam dünyasında değişik tabii ve sosyal iklimlerde üretilen medrese mimarileri üslup ve yapı elemanları bakımından çeşitlilik göstermektedir. Bu cümleden olarak medrese modelini benimsemiş olan Büyük Selçuklu Devleti, Orta Asya Türk devletleri, Eyyübler, Endülüs Emeviler, Timurlar, İlhanlılar, Anadolu Selçukluları, Beylikler ve Osmanlılara ait medrese mimarilerinde ki farklı çizgiler, sanat tarihi araştırmacılarının ittifak ettiği tarihsel bir gerçekliktir. Fakat her döneme ait bu vadideki mimari üretimin ortak çizgilerinin bulunduğu da ittifak edilen bir başka olgudur. Tezat gibi gözükse de bu iki temel sonuçtan hareketle medrese tarihi boyunca her döneme ait mimari üslupların yekdiğerinin değişen şartlara göre yeniden üretilmiş biçimi olduğu söylenebilir. Yalnız burada altı çizilmesi husus her dönem ait üslubun kendinde özgü ve içinde bulunduğu bünyenin en olgun meyvesi niteliğinde olduğudur (Akgündüz,1997).

Anadolu Medreseleri mimarisi Orta Asya kökenli Vihara külliyelerine dayalı, Karahanlı ve Gazneli döneminde uygulanmış medrese mimarisinin geliştirilmiş biçimidir. Bu medresesi Selçuklular Nizamiye medreselerinde gerçekleştirdiler Anadolu medreseleri geleneksel Selçuklu medreselerine Anadolu'ya özgü nitelikleri katarak oluşturulan plana göre yapılmışlardır. Bu planlarda medresenin vazgeçilmez ögesi avludur. Odalar, derslikler ve mescit ya da türbe avlu çevresine yerleştirmişleridir (Koroğlu, 1999). Bunun planı o zaman ki evlerde olduğu gibi, bir avlu ve etrafında odalardan ibarettir. Medresenin planı çapraz aks üzerinde idi ve ortasında bir kare avlu bulunuyordu (Ladi, 1970).

Anadolu medreselerinin ana bileşenlerinden biri de eyvandır. Eyvan üç yanı kapalı, açık yanı avluya bakan tonoz ya da kubbe örtülü bir mekândır. Medresede birkaç eyvan bulunur. Bunlardan biri giriş eyvanı olarak kullanılır. Bu uygulama Anadolu medrese mimarisinin özelliklerinden biridir. Önyüzün arkasında bulunan giriş eyvanının orta eksenin bir ucunda taş yapı, öteki ucunda, girişin karşısında ana eyvan yer alır. Ana eyvan genellikle yazın derslik olarak kullanılır. Dip kesiminde bir ya da iki penceresi, kible

duvarında bir mihrabı olan ana eyvanda gerektiğinde vakit namazları kılınır. Selçuklu mimarisinin öteki özelliği dört mezhebe göre öğretim düşüncesi ile dört eyvan kuralına uyulmuş iki, üç, dört eyvanlı yapılabilmektedir. Ana eyvanın iki yanına birer kışık derslik yapılır, bunlardan biride türbe olarak kullanılabilir. Türbenin giriş eyvanının iki yanındaki köşe odalardan birine alındığı da görülür. Mescit ve türbe yerleştirilmesinde kesinlikle kurala bağlı kalınmaz, yapının dışına alındığı örneklerle de rastlanır. Müderrisin kalması için belirli bir mekân yoktur (Köroğlu, 1999). Bu fikir sonuna kadar devam etmiş, ancak Anadolu Selçukluları bu avluyu iklimi dikkat nazari ile kapalı olarak kullanmışlardır. Kare şeklindeki avlunun üstü açıktı ve her dört tarafında talebelerin kullandığı odalar vardı (Ladi, 1970). Anadolu Selçuklu ve beylikle döneminde cami ve medrese çoğu kez kesme taş, moloz ve tuğla kullanılmış, harçla örülmüştür. Bu tür yapılara kargir denilmiştir. Dış duvarları kargir ayak ve örtülü ahşap olan yapılar da vardır (Köroğlu, 1999).

Medreselerin orta ekseni çoğu kez planının simetri eksendir. Bunun iki yanında talebelerin barınmaları ve çalışmalarına ayrılmış odalar yer alır. Hücrelerin yani odaların kapıları ve kapı üstü pencereleri avluya açılır. Geç dönemlerde dışa açılan pencereler görülür. Vakfiye kayıtlarında çoğu kez kitaplık adı geçmektedir. Odalardan birinin kitaplığa ayrıldığı anlaşılır. Avlu çevresinde, hücrelerin önlerinde revaklar bulunur. Revak üç yanı açık, damı kubbeli ya da tonoz olan mekânlardır. Medrese daha çok talebeye öğrenim olanağı sağlamak için iki katlı yapılır (Köroğlu, 1999).

Osmanlı medreseleri mimarı olarak Selçuklu medrese mimarilerinde değişikliğe gitmiştir. Selçuklu dönemi medrese mimarisi 15. Yy. başlarına kadar etkisini sürdürmüş. Kapalı avlu medrese planı pek az kullanılmıştır. Daha çok açık avlulu medrese türü benimsenmiş, açık avlu çevresinde hücreler yerleştirilmiştir. Ana eksen üzerindeki ana eyvan kaldırılarak onun yerine kubbeli büyük bir derslik konmuştur. İznik Süleyman Paşa medresesi açık avlulu medreselerin ilk örneğidir (Köroğlu, 1999).

Osmanlı medreseleri için özgün bir mimari doku üretildiği söylenebilir. Bu mimarilerin dikkat çekici bir yönü şehir dokusu ile kaynaşmış konuşlanma biçimidir. Çünkü idari, dini, kültürel ve iktisadi faaliyetlerin yoğunlaştığı Osmanlı şehirlerinde, cami ve medresenin merkeze alındığı bir fiziki yapılanma ve konuşlanma düzeni göze çarpmaktadır. Bu meyanda medrese mimarisinin önemli yapı elemanları ve her elemanın genel yapı içindeki işlevi ana hatlarıyla şöyle sırlanabilir (Akgündüz, 1997):

Dershane: Her çeşit medrese mimarisinin başta gelen yapı elemanı, dershanelerdir. Çünkü bu eleman veya mimari ünite, bilhassa soğuk günlerde

tedris hizmetlerinin yoğunlaştığı mekândır. Çoğunlukla avlu ile bitişik ve kubbeli inşa edilen medreselerin en mutena yeri dershaneye ayrılmıştır. Küçük medreselerde tek, büyük medreselerde birden fazla inşa edilmiştir.

Avlu: avlunun medrese mimarisindeki önemi, diğer yapı elamanlarının bu alt üniteye göre konuşlandırılmış olmasıdır. Avlular medresede kavşak noktası durumundadır.

Eyvan: İki katlı inşa edilen medrese mimarisinde güneş ve yağmurdan korunmuş açık çalışma ve istirahat mekânı işleviyle yer alan eyvanlar, bilhassa sıcak günlerde tedris faaliyetlerinin yoğunlaştığı alt ünite dir. Her medrese binasında tek eyvan yapılması teamül olmakla beraber, mezhep duyarlılığının yüksek olduğu Osmanlı öncesi medreselerde birden fazla eyvan inşa edilmiştir.

Havuz: Medrese mimarisinin ortasında açık veya kapalı havuz yapma geleneği, daha ziyade Selçuklu mirası Anadolu Medreselerine özgü bir mimari çizgidir.

Helâ: İki katlı medrese mimarisinin alt katında, tek katlı olanların ise uygun köşesinde inşa edilen yapı elemanıdır.

Merdiven: İki katlı olarak inşa edilen medreselere özgü bir mimari elemanıdır. Bilhassa Osmanlı öncesi medrese mimarilerinde sıkça örneklerine rastlanmaktadır.

Talebe Hücreleri: Yatılı modele göre tasarlanmış medrese mimarilerinde talebe hücreleri, pencere ve kitap dolabı gibi alt elemanları da içine alan vazgeçilmez üniteler olarak karşımıza çıkmaktadır. Hücrelerin temel işlevi; talebelerin iâşe ve ibate ihtiyaçlarını giderdikleri mekânlar olmasıdır. Bir oda da birkaç talebe iskân etmekle beraber başarı gösteren talebelere müstakil oda tahsis edileceğine dair vakfiye kayıtlarına da rastlanmaktadır.

Kütüphane: Medreselerde telif ve tedris faaliyetlerini desteklemek üzere ders kitapları ve diğer yardımcı kitapların hizmete arz edildiği kütüphaneler, önemli bir mimari yapı elemanıdır. Vakfiyelerde sadece müderris ve öğrencilere tahsis edildiği vurgulanan kütüphaneler, yüklendikleri stratejik işlev nedeniyle zaman içinde ayrı bir mimari tarz ve gelenek olup çıkmıştır.

Mescid veya Cami: Tarihsel süreklilik içinde medrese ile cami, amaç, yapı ve işlev bakımından yekdiğerinden ayrı düşünmeyecek kurumlardır. Çünkü başlangıçta camide konuşlanan tedris halkaları bilahare medreseye geçmiş olmakla beraber; caminin eğitim amaçlı kullanımı hiçbir zaman bitmemiştir.

İmaret: Külliye tipi büyük ölçekli mimarilerde imaret veya aşhane tabir edilen üniteler, medrese mensuplarının iâşe ihtiyaçlarını gidermeye matuf kullanılmıştır. Medrese binasına yakın inşa edilen bu ünitelerden diğer vakıf görevlileri, misafirler ve muhtaçlar da yararlanmaktadır.

Darüşşifa: Uygulamalı tıp medresesi olarak da faaliyet gösterdiği bilinen bu yapılar, medrese mensuplarına ücretsiz teşhis ve tedavi hizmetleri sunmuşlardır. Müstakil, başka bir medresenin yanında veya külliye mimarisinin bir alt ünitesi halinde inşa edilmiş olan bu yapı elemanı da medrese mimarisi olarak kabul edilebilir.

Diğer Yapı Elemanları: Tekke, türbe, hangah vb. yapı elemanlarını da diğer medrese mimarisinin tamamlayıcı öğeleri cümlesinden saymak mümkündür.

Ayrıca medrese mimarisinde ki bazı yapılar şöyledir:

Minber: Camilerde Cuma hutbelerinin okunduğu merdivenli balkon

Mihrab: Caminin kible duvarında süslenmiş oyuk yer, imam burada namaz kıldırır.

Minare: Camilerde, müezzinin ezan okumak için çıktığı yapı, balkonuna şerefe denir.

Niş: Yapıların duvarlarında açılan süslü oyuk yer.

Tonoz: Yarım dairenin merkezine dik eksini üzerinde kaydırılmasıyla oluşan yüzey, dam örtüsü.

Sahn: Camilerde asıl ibadet mekânı.

Medreselerde Okutulan Dersler

İslamiyet'in ilk devirlerinde Kur'an, Hadis ve onlarla ilgili ilimler camilerde okutulurdu. Sonradan yine onlara dayalı olan fıkıh derslerinin okutulması için medreselerin kurulduğunu biliriz. Öğretim işi camiden dışarıya çıkınca önce medreseler tek bir müessese olarak bütün derslerin okutulduğu yerler olmuş fakat sonradan ihtisas medreseleri şeklinde Dârülhadisler, Dârülkurrallar ortaya çıkmıştır. Medreselerde Hadis okutulduğu gibi Dârülhadislerde de hadis enstitüleri olmalarına rağmen hadis yanında tefsir, fıkıh gibi dersler de verilmeye devam etmiştir. Sonradan medreselerde nakli ilimlerin yanında nahiv ve felsefe gibi akli ilimlerinde yer aldığı görülmektedir. Örneğin Orhan Gazi döneminde İznik'te kurulmuş olan ve Osmanlı Devleti'nde ait ilk medrese olarak bilinen Orhaniye Medresesi'nde ilk müderris olarak göreve başlayan Şeyh Dâvud-ı Kayserî akli ilimlerden donanımlı bir bilgi birikimine sahip olduğu gibi bu mevzularda muhtelif kitapları vardır. Metafizik ilimlerinde bu kadar donanımlı bir kişinin Orhan

Gazi tarafından ilk medreseye görevlendirilmesi o dönemlerde nakli ilimler ile birlikte aklî ilimlere de ne kadar önem verildiğinin bir göstergesidir (Bilge, 1984).

Medreselerde okutulan dersler genel anlamda iki başlık altında toplanmaktadır (Ateş, 1963):

- Naklî ilimler ki insan bunları koruyucusundan alır.
- Tabiî(Aklî) ilimler ki insan bunları düşüncesi ve aklıyla elde eder.

Naklî ilimler, Allah tarafından bildirilen ve dolayısıyla hususî tebliğlere dayanmaktadır. Bu ilimler İslamiyet'in belirtmiş olduğu tüm ilimleri kapsamaktadır. Örneğin bunlar arasında Kur'an, Hadis, Tefsir, Yedi Kıraat, Nasih ve mensûh gibi ilimler yer almakla birlikte bunlara ek olarak fıkıh, feraiz, kelim gibi yardımcı ilimler de yer almaktadır (Bilge, 1984).

Tabiî ilimler, felsefî ilimleri kapsamak şartı ile insanın var oluşunu ve yaratılışını icabı akliye üzerinde araştırma yapmaktadır. Ayrıca yaratılışın beşeri algılarıyla konularına, istidlâllerine, vesilelerine ve öğretim sistemlerine hâkim olan ilimdir. İnsanların fikir sahibi olabilmesi için, insan için tabii olan ilimleridir. Bunlar belli bir millete özel değildir. Bütün milletler için ortak bir ilimdir. Bu ilimlere örnek vermek gerekirse (Ateş, 1963): Tabiat Bilgisi, Mantık, İlahi ilim. Ta'limi ilimler ki bunlarda dörde ayrılır: Astronomi ilmi, Musîki ilmi, Hendese ilmi, Aritmetik ilmi.

Nakli İlimler

1. Yardımcı Bilimler

İslami Bilimlerin temel derslerine yardımcı olan veya hazırlayan belagat, sarf, nahiv gibi temel eğitimi oluşturan derslerdir ki bunların önceden alınmış olması bundan sonraki derslerin eğitimini kolaylaştırmaktadır (Hızlı, 2008).

- Sarf (etimoloji): Kelimelerin türetilmesi ve fiillerin çekimleri üzerine işlenen derstir. Bu derste okutulan bazı meşhur kitaplar şu şekildedir: "Maksûd", "İzni" ve "Mera"dır.
- Nahiv (formoloji): Arapçanın kuruluş konularını ve cümle yapısının konu edinildiği bu derste yaygın olarak okutulan ders kitapları şu şekildedir: "Avâmil", "İzhar", "Kafîye"dir.
- Belâgat: Düzgün ve yerinde konuşma sanatının detaylarını konu edinen derstir. Bela-gat, kendi içinde "Meani", "Bayan", "Bedî'î" olarak üçe ayrılır.

2. Tefsir İlimi

Kur'an-ı Kerimin anlamını açıklamak gayesi ile kaleme alınan eserlerdir. Bunlar rivayet ve dirayet yoluyla yapılan tefsirler diye iki kısma ayrılır. Osmanlı döneminde âlimler tefsir ilmine ilk dönemlerden itibaren çok emek harcamışlardır (Bilge,1984).

Tefsir usulü: Kuran-ı Kerim'in en doğru şekilde açıklanabilmesi için uyulması gereken kaideleri inceleyen bir tefsir metodolojisidir.

Kıraat ve Tecvid: Kuran-ı Kerim'in farklı şekilde okunmasından ortaya çıkan farklı yorumlar nedeniyle ortaya çıkmış olan yedi kıraat ve tecvid bilim konusu olarak incelenmeye alınmıştır. Bu alanda ki önemli eserler ise Kur'an'ın okunmasında farklı yorumlar nedeniyle İslam dünyasında ortaya çıkan yedi kıraat ve tecvid bir bilim konusu olarak incelenmiştir. Karabaş Tecvidi, Cezeriyye, Dürr-i Satıbiyye ve Yetim'dir (Hızlı, 2008).

3. Hadis İlmî

Hz. Peygamberin sözlerine, eylemlerine ve takdirlerine ait haberlere hadis, bununla ilişkili ilme de hadis ilmi ismi verilir. Hadisin öğretildiği yerleri camilerdir. Sonradan bu ilmi öğretmek adına enstitüler açılmıştır ve bunlara dârülhadîs denilmektedir (Bilge, 1984). Günümüz İlahiyat Fakültelerinde de hadis dersi mevcuttur (Güven, 1993).

Bu anlamda hadis metodolojisi olan bu derste İbn Salah Şehrîzûrî'nin "Ulûmu Hadis" adlı eseri önemli bir eser olarak dikkat çekmektedir.

Ayrıca Kütüb-ü sitte diye bilinen altı ana hadis kitabı sırasıyla şunlardır (Bilge, 1984):

- Al-Cami' al-Şahih adlı eser Buhari'nin eseri olmakla beraber darülhadislerde okutulan baş kitaptır.
- Al-Cami' al Şahih (Muslim) kısa ismiyle Sahihi Müslim denir.
- Al- Cami' al Şahih (Tirmizi) kısaca Sünen diye anılır.
- Sünen-i ibn-i Mace, bazılarına göre altı sahih kitabının altıncısı budur.
- Sünen-i Ebi Davüd
- Al- Sünen al- Kebir altı sahih kitabın altıncısıdır.

4. Fıkıh İlmî

Fıkıh, İslam hukuku ilminin adıdır. Dini, siyasi ve medeni hayatın bütün hususlarına en geniş anlamda sahip olup, hem ibadetlerde hem de aile, miras, emval; sözleşme gibi toplumsa hayata ilişkin meselelerde yapılacak veya sakınılacak olan konulara ilişkin hükümleri içine almaktadır. Bundan

başka ceza kanunu ile yargılama hükümlerine ve nihayet devletin idaresi ve teşkilatı ile savaş kanunlarına ilişkin hükümler de fıkıh kavramının içindeki konular arasında yer almaktadır. Fıkıh metodunun dört temel unsuru: Kur'an, sünnet, kıyas ve icmadır. Bu dört temel kaynaktan gelen bilgileri bir arada toplayan ilmin ismi fıkıh ilmi, bunlardan hüküm çıkartma yöntemlerini öğreten bilgiye de fıkıh usulü ilmi adı verilmektedir (Bilge, 1984). Fıkıh medreseleri bu günkü manada hukuk fakültelerine denk gelmektedir (Güven, 1993).

Fıkıh ilmi medreselerin ilk kuruluşundan itibaren okutulan ana derslerden bir tanesi olmuştur. Bu ilimden okutulan kitaplardan bazıları şunlar olmuştur: Hidâye, Ekmel, sadrüşşeria, Vikâye, Dürrü'l- Muhtar, İbn Abidin, Dürer, Halebî'dir (Hızlı, 2008).

5. Kalam İlimi

Dini inançları tespit ederek ve inançlara zıt düşecek şüpheleri delillere dayandırarak ortadan kaldırmaya yarayan ilmin adıdır. Deliller bakımından nakli ilimlere, metod bakımından akli ilimlere konu olur. Bu ilmin mevzuu Allah'ın zatıdır. Kalam ilminden medresede okutulan başlıca dersler şöyledir: Tecrid al- kalam, Tavali' al-anvar, al- Mavakih'tır (Bilge, 1984).

Akli İlimler

1. Mantık İlimi

Osmanlı medreselerinde okutulan bu ilme mizan ilmi de denilmektedir. Mantık ilminden medreselerde okutulan eserlerden bazıları şunlardır: İsağüci, al- Şamsiyya, al-Gurra fi'l- Mantık, Matali al-Anvardır (Bilge, 1984). Bütün bu ders kitaplarının dışında yükseliş dönemlerinden itibaren medreselerde özellikle hesap, hikmet ve hendese ile tıp alanlarına dair farklı kitaplar da okutulmaktaydı (Hızlı, 2008).

2. Heyeti İlmiye

Bugünkü astronomi ilmine Müslümanlara tarafından heyet ilmi (kâinatın manzarası ilmi) ve felekler ilmi de denilmiştir. Müslümanlar, Aristo'nun ilim sınıflandırmasına bakarak Astronomiyi çoğunluklu dört riyazî ilmin biri görmüşlerdir. Astronominin amacı yıldızların görünen hareketlerine bakarak tetkik etmek ve aldıkları geometrik şekillere göre karar vermektir (Bilge, 1984).

Medreselerde okutulan dersler akli ve Nakli ilimler olarak farklılık gösterirken, dersler de sınıf veya medrese seviyesine göre farklılık gösterdiği görülmektedir.

Medreselerde ders programı ile ilgili özellikle Osmanlı medreselerinde ders programı ile ilgili genel özelliklere bakacak olursak şu sonuçlara varılabilir.

- İlk dönem Osmanlı Medreselerinde görülen derslerin ve okutulan kitapların Selçuklu geleneğinin izlerini taşıdığı görülmektedir.
- Fatih ve özellikle Kanuni sonrası dönem Osmanlı medreseleri tekrar yapılandırılarak bu yeni durumun devletin sonuna kadar götürdüğü görülmektedir.
- Müderrisler okutulacak derslere ilişkin eserlerin seçiminde büyük ölçüde karar verici konumunda olmuşlardır.
- Medreselerde uzun süre temel derslerin öğrenilmesini kolaylaştırmak adına hazırlık sınıflarına benzer bir program uygulanırken bu programa ait dersler ve kitaplar okutulmuştur.
- Okutulan derslerde, bir dönem içinde çok sayıda sayı da kitap, şerh ve haşiyelerin olması Osmanlı döneminde ciddi bir medrese kültürünün oluştuğunu göstermektedir (Hızlı, 2008).

Medresede Tedris ve Tatil Günleri

Medreselerde haftanın beş günü ders verilirken Salı ve Cuma günleri tatil günüdür. Molla Fenarî öğrencilerin, ders kitaplarını özellikle o dönemde popüler olan eserlerden Teftazani'nin kitaplarını okuyup kopya edilmeleri için pazartesi gününü de ekleyerek tatil günlerini üçe çıkartılmıştır (Bozkurt, 1988). Bazı kaynaklar bu sürenin üç gün olduğunu doğrularken tatil günlerinin salı, perşembe ve cuma günleri olarak belirtmektedir. Fakat bazı müderrislerin otobiyografilerine bakıldığında bu usulün Fatih devrinden itibaren kabul edildiğini ya da haftada üç günlük tatilin azami tatil günleri olduğunu göstermektedir (Baltacı, 1977).

Medreselerde dersler sabah ve ikindi namazı sonrası olmak üzere günlük iki zaman diliminde yapılırdı. Fakat icazete esas olan dersler sabah dersleridir (Bozkurt, 1988). Osmanlı medreselerinde, XV. Yüzyılda bir günde dört ders, XVI. Yüzyılda günde beş ders okutulduğu görülmektedir. İmam Şafii'nin sabah namazından sonra öğlene kadar Kur'an, hadis, kelim ve lisan okuttuğu gibi Fatih dönemi müderrislerinden Efdalzade'nin bir günde dört ders okuttuğu anlaşılmalıdır. Kanuni zamanında medreselerde bir günde beş

ders işlendiği görülmektedir. Ayrıca dersler arasında öğrencilerin ve hocaların ihtiyaçlarını karşılamaları ve ders malzemelerini tedarik etmek için belli bir süre teneffüs yaptıkları görülmektedir (Baltacı, 1977).

Osmanlılarda XVIII. Asırdan Sonra Medreseler

II. Meşrutiyete Kadar Medreseler

Osmanlı Medreselerinin Fatih Sultan Mehmet döneminde altın çağını yaşadığı bilinmektedir. Kanuni Sultan Süleyman döneminde ise bazı ıslahatlar yapılmış ve ikinci bir yenilik yapılarak bu ilim yuvasına yeni bir hareketlilik kazandırılmıştır. Daha sonraki dönemlerde III. Murat (1577), III. Mehmet (1588), I. Ahmet (1609) gibi sultanlar medreseleri düzenlemek için fermanlar çıkartmışlar ve ulemayı uyarmışlardır. Böyle fermanlar ile ıslahat çalışmaları devan etmiş ve I. Mahmut (1750) dönemine kadar devam etmiştir. Fakat ciddi bir düzenleme yapılmadığı da görülmektedir. I. Mahmut'un şeyhülislam Murtaza efendiye gönderdiği bir hattı hümayunda adam kayırmanın, şefaatin ehil olanlar ile olmayanları birbirinden ayırmadığını, akâid ve düzenin bozulmasının dinimizce uygun görülmediğinden, bu yüzden bundan sonra dikkat edilerek hak kazanamayanlara ve ehil olmayanlara medrese ve mülazemetin verilmemesini emretmiştir. Ayrıca “ Allah size emanetleri ehline vermenizi emreder” ayetine uygun davranılmasını istemiştir. I. Mahmut'un bizzat kendisinin yazdığı bu belgenin içeriğinde program ya da metodolojiye ait bir yenilik yer almadığı görülmektedir. III. Selim zamanında dört genelge yayımlanmış ve medreselerin düzenlenmesi arzu edilmiş olsa da sonucun pek başarılı olmadığı görülmüştür. Bu dönemlerde padişahların kendilerinin medreseler ile alakadar olduklarını ve medreselere yeni bir yapılanma kazandırma arzusu içinde oldukları görülmektedir. Daha sonra ki dönemlere bakıldığında ise II. Abdülhamit Han dönemine kadar medreseler ile ilgili belli bir gelişme olmadığı, Abdülhamid han döneminde ise medreselerden askerlik sorumluluğunun kaldırılması dışından bir gelişme yaşanmadığı fark edilmektedir. Ta ki 1908 II. Meşrutiyet dönemine kadar (Özyılmaz, 1993).

II. Meşrutiyetten Sonra Medreseler

Osmanlı toplumunda hızlı değişim dönemi içerisinde II. Meşrutiyetin hızlı bir değişim dönemi getirdiğini görmekteyiz. Meşrutiyet ilan edildikten sonra devlete yapılanmasında büyük bir yenilenmeye gidilmiştir. Bu yenilenmeden eğitim kurumları da etkilenmiş ve Avrupa'dan getirilen eğitim kurumlarında dahi bu dönemde yenilikler yapıldığı görülmüştür. (Özyılmaz,

1993). Bu yenilenme hareketi içerisinde özellikle ulemanın ısrarlı istekleri ile medreselerde de düzenleme ve köklü yenilikleri yapıldığını görmekteyiz Hem medrese hocalarının hem de öğrencilerinin isteklerine kamuoyunun desteği de eklenince talepler ses getirmiş ve ilk iş olarak maddi kaynakların sağlandığı görülmüştür. Hem öğrencilerin kalma yerleri hem de diğer bakım ihtiyaçlarındaki yetersizliklerin görüldüğü ayrıca medrese hocalarının da maaşlarının verilemediği zamanlar olmuştur. Kaynak yetersizliği bakımından pek çok medresenin harap, bitap kaldığı bu nedenle bu medreselerde eğitim faaliyetlerinin durduğu görülmüştür. Bu dönemlerde de öğrencilere yemek yerine kül içinde bırakılmış ve sindirilmesi zor hamur parçacıklarının sunulduğu, içinde hiçbir gıdanın olmadığı kalitesiz yemeklerin verildiği tespit edilmiştir. (Sarıkaya, 1997).

1909 yılında öğrencileri temsil eden bir grup, Evkaf Nezareti'ne başvurarak, bundan böyle imaretlerde yemek yemek istemediklerini, ayrılan ödeneğin naklen harçlık olarak kendilerine verilmesini talep ettikleri bunun üzerine nezaret bünyesinde komisyon kurularak yapılan başvurular araştırılmış ve değerlendirmeler yapılmıştır. Sonunda öğrencilerin şikâyetleri yerinde bulunmuş ve hazırlanan raporlar Evkaf Nezareti tarafından 13 maddelik bir yönetmelik halinde yayımlanmıştır (1910). Fakat öğrencilerin ekonomik hayatının iyileştirilmesine ve belli bir düzene sokulmasına ilişkin bu çalışmalar planlandığı gibi uygulanamamıştır. İstanbul'daki medrese öğrencilerine vaat edilen maaş büyük ölçüde ödenmeye başlanmış olsa da ancak taşra medreseleri ile ilgili vaatler kâğıt üzerinde kaldığı görülmüştür. Ayrıca öğrencilere maaş verilememesi ile birlikte bir başka sorunların yaşandığı görülmüştür. Öğrenciler, medrese hücrelerinde bir odaya toplanarak derslerden daha çok yemek yapma, bulaşık ve çamaşır yıkama gibi tedris dışı işleriyle meşgul olmak durumunda kalmışlardır (Sarıkaya, 1997).

SONUÇ

İslam Dünyasında Selçuklu Devleti'nin kurulmasından önce Sünniler ile Şiiiler arasında mücadele olduğu bilinmektedir. Büyük Selçuklu döneminde medreselerin kuruluşu ile Şii mezhebinin propagandasına karşılık Sünni mezheplerin ihtiyaç duyduğu din adamları, öğretmenler ve yöneticiler yetiştirmemiş, mezhep propagandaları ile medreseler sayesinde etkin mücadele edilmiştir. Selçukluların devamı niteliğindeki Osmanlı Devleti, Selçuklulardan aldıkları mirası en iyi şekilde değerlendirmiştir. Medrese düzeni konusunda onlardan geri kalmayarak medreseleri tarih seyri içinde en mükemmel eğitim öğretim kurumları haline getirdikleri görülmüştür.

Osmanlı Devleti zamanında zaman zaman medreseler inişli çıkışlı bir hayata sahip olmalarına rağmen kendilerinden beklenen görevi yerine getirmişler ve hem devletin hem de toplumun ihtiyaç duyduğu, siyasi, adli ve sosyal hayatın yöneticileri, hâkimleri, hekimleri, öğretmenleri, bilim adamlarını ve diğer uzmanları, yetiştirmek suretiyle topluma hizmet etmişlerdir.

Tabii ki askeri hayat, siyasi hayatı, siyasi hayat da diğer sosyal hayatı, ekonomik hayatı ve eğitim hayatını etkilemesi pek doğaldır. Bu nedenle Osmanlı Devleti'nde doğal sınırlara ulaşılması, sosyal ve ekonomik hayattaki olumsuz durumlar medreselere de yansımış, medreselerde bozulmalar yaşanmaya başlamıştır. Özellikle Kanuni döneminden sonra ki gelişmeler ve sonrasında yaşanan durumlara önlemler alınmaya çalışılsa da köklü bir değişim tam anlamıyla yaşanmamış değişimler sadece tek boyutlu ve kısa bir süreyi kapsamıştır. II. Meşrutiyete kadar neredeyse her padişah döneminde medreselerde düzenlemeler yapılması amacıyla kararlar çıkartılmıştır. Medreselerde bünyesinde bulunduğu Osmanlı Devleti gibi gün geçtikçe güç kaybetmiş, güçlendirmek için yapılan tüm girişimler sonuçsuz kalmıştır. Sonunda Osmanlı Devleti ile aynı zaman diliminde kapatılarak son bulmuştur.

Tartışılması gereken bir noktada şudur. Medreselerin bozulması mı Osmanlı Devleti'nin yıkılışını hızlandırdı yoksa Osmanlı Devleti'nde ki gerilemeler mi medreselerin sonuna sebep oldu?

KAYNAKÇA

- Akyüz, Y. (2009). *Türk Eğitim Tarihi M.Ö. 1000-M.S. 2009*. Ankara: Pegem Akademi Yayınevi.
- Atay, H. (1999). *Osmanlılarda Yüksek Din Eğitimi*. İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Ateş, S. (1963). Medreselerde öğretim ve konular ve metotlar, *Eğitim Hareketleri Dergisi*, 5(7), 98-100.
- Akgündüz, H. (1997). *Klasik Dönem Osmanlı Medrese Sistemi: Amaç-Yapı-İşleyiş*. İstanbul: Ulusal Yayıncılık.
- Atay, H. (1981). Medreselerin gerilemesi. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 24, 15-56.
- Baltacı, C. (2005). *XV-XVI. Asırda Osmanlı Medreseleri*. İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.
- Baltacı, C. (1977). Medrese ve elemanları. *Diyanet Dergisi*, 16(3), 133-141.
- Bilge, M. (1984). *İlk Osmanlı Medreseleri*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Basımevi.
- Çay, M. A. (1984). Anadolu Selçuklularında medreseler. *H. Ü. Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 2(1), 41-60.
- Demircioğlu, İ. H. (2008). Mehmet İpşirli ile medreseler ve ulema üzerine. *Türkiye Araştırma Literatür Dergisi*, 6(12), 451-470.
- Ergün, M. (2007). *Medreseden Mektebe Osmanlı Eğitim Sistemindeki Değişme*. Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Fazlıoğlu, Ş. (2008). Osmanlı medrese müfredatına dair çalışmalar: Nereden nereye?. *Türkiye Araştırmalar Literatür Dergisi*, 6(12),
- Gelişli, Y. (2005). On dokuzuncu yüzyılda Osmanlı Devleti'nin Bağdat ve Yemen vilayetlerinde medreselerin açılma gerekçelerine ilişkin iki belge. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(2), 83-113. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gefad/issue/6756/90849>
- Gül, A. (1997). *Osmanlı Medreselerinde Eğitim Öğretim ve Bunlar Arasında Dar'ul Hadislerin Yeri*. Ankara: Türk Tarih Kurumu, Ankara.
- Güven, İ. (1993). Türkiye Selçuklularında medreseler. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 31(1), 125-146. DOI: https://doi.org/10.1501/Egifak_0000000249
- Günay, D. (1999). Medreseden üniversiteye trajik bir yolculuk. *Mimar ve Mühendis*, 26, 41-49.
- Hazer, D. (2002). Osmanlı medreselerinde Arapça öğretimi ve okutulan ders kitapları, *G.Ü. Çorum İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1(1), 274-293.

- Hızlı, M. (1987). Kuruluşundan Osmanlılara kadar medreseler. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi*, 2(2), 273-281.
- Hızlı, M. (2008). Osmanlı medreselerinde okutulan dersler ve eserler. *U.Ü İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 17(1), 25-46.
- İhsanoğlu, E. (2003). *Osmanlı Medrese Geleneğinin Doğuşu*. Ankara: Türk tarih Kurumu Basım Evi.
- Bozhurt, N. (1988). *İslam Ansiklopedisi*. Ankara: TDV.
- İzgi, C. (1997). *Osmanlı Medreselerinde İlim*. İstanbul: İz Yayıncılık.
- Kazıcı, Z. (1991). *İslam Müesseseleri Tarihi*. İstanbul: M.Ü. İlahiyat Fakültesi Vakfi Yayınları.
- Koroğlu, H. (1999). *Konya ve Anadolu Medreseleri*. Konya: Fen Yayınevi.
- Kütükoğlu, M. (2000). *XX. Asra Erişen İstanbul Medreseleri*. Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Ladi, C. (1970). Medreseler. *İller bankası Dergisi*, 2(4), 371-409.
- Ozyılmaz, Ö. (1993). Medreselerin bozulma sebepleri ve bunların ıslahı yönünde yapılan çalışmalara kısa bir bakış. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 5(5), 133-150.
- Sakaoğlu, N. (2003). *Osmanlı'dan Günümüze Eğitim Tarihi*. İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Sarıkaya, Y. (1997). *Medreseler ve Modernleşme*. İstanbul: İz Yayıncılık.
- Taşın, Ü. (2008). Klasik Dönem Osmanlı Eğitim Kurumları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(3). 343-366.
- Üstüner, A. C. (2002). Medrese. *Türk Dünya Araştırma Dergisi*, 2002, sayı. 138, 9-34.
- Unan, F. (1996). Osmanlı medreselerinde ulemanın sosyal tabanı ve bunun ilmi verim üzerindeki etkisi üzerine bazı düşünceler, *Türk Yurdu*, 101, 20-65.
- Uzunçarşılı, İ. H. (1984). *Osmanlı Devletinin İlmiye Teşkilatı*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Yakupoğlu, K. (2006). *Osmanlı Medrese Eğitimi ve Felsefesi*. İstanbul: Gökkuşbu.
- Zengin, S. (1997). Osmanlı medreselerindeki gerilemenin sebep ve sonuçları üzerine bir değerlendirme. *Vakıflar Dergisi*, 26, 401-409.
- Zorlu, T. (2008). Klasik Osmanlı eğitim sisteminin iki büyük temsilcisi: Fatih ve Süleymaniye medreseleri. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, (12), 611-628. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/talid/issue/43479/530681>

BÖLÜM 15

KİŞİLİK VE GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN SOSYAL GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİNE ETKİSİNİN İNCELENMESİ¹

Dr. Öğr. Üyesi Meryem GÜL²

Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY³

¹ Bu çalışma Meryem GÜL'ün Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından 2019 yılında kabul edilen “Kişilik ve Girişimci Kişilik Özelliklerinin Sosyal Girişimcilik Yönelimine Etkisi Üzerine TR63 Bölgesinde Bir Araştırma: Üniversite Öğrencileri Örneği” isimli doktora tez çalışmasından faydalanılarak oluşturulmuştur.

² Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Düziçi MYO, meryemgul@osmaniye.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3668-6879.

³ Gaziantep Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, hmpaksoy@yahoo.com, ORCID: 0000-0001-7975-1795.

GİRİŞ

Sosyal sorunlara, sosyal vizyon anlayışı ile çözüm bulmayı amaçlayan sosyal girişimcilik anlayışı, günümüzde giderek önem kazanan alanlardan biri olmaya başlamıştır (Eser ve Özdemirci, 2016: 71). Özünde sosyallik ve girişimcilik kavramlarını barındıran sosyal girişimcilik kavramı, sosyal problemleri girişimci bir anlayış ile çözmeyi hedeflemektedir. Sosyal girişimciliğin temel düşüncesi, toplumun sosyal, çevresel ve ekonomik sorunlarına çözüm üretmektir (Akar ve Üstüner, 2017: 97; Boluk ve Mottiar, 2014: 3).

Sosyal girişimcilerin sahip oldukları kişilik özellikleri, faaliyetlerinin başarıya ulaşmasında etkili olmaktadır. Kişilik özellikleri, bireylerin yeteneklerini, tutumlarını, mizacını oluşturan ve doğuştan gelen özellikler olarak ifade edilmektedir. Kişilik özellikleri, sosyal girişimcilerin niyetlerini ve performanslarını belirlemek için kullanılan bir ölçüttür (Nga vd., 2018: 37; Ahmetoğlu vd., 2011:1029). Kişilik özellikleri gibi girişimci kişilik özellikleri de sosyal girişimcilik faaliyetlerinin başarısında etkili olmaktadır. Nga ve Shamuganathan (2010: 263) göre sosyal girişimcilerin, ticari girişimciler gibi yenilikçilik, başarı ihtiyacı, bağımsızlık, risk alma ve belirsizlik toleransı gibi girişimci kişilik özelliklerine sahip olması, sosyal girişimcilik üzerinde pozitif bir etki oluşturmaktadır. Bu pozitif etki, sosyal girişimcilerin, faaliyetlerinin başarılı olmasında hangi kişilik ve girişimci kişilik özelliklerine sahip olması gerektiği konusunu gündeme getirmiştir (Chengalvala ve Rentala, 2017: 406). Buradan hareketle çalışmamızda, potansiyel sosyal girişimci adayları olan üniversite öğrencilerinin sosyal girişimcilik yönelimleri kişilik ve girişimci kişilik özellikleri açısından ele alınmıştır.

1. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

Sosyal girişimcilik, sosyal inovasyon yolu ile hem iş hem de toplum yararına sosyal değer ve etki oluşturan sosyal içerikli bir misyon anlayışı ile girişimcilik disiplinini birleştiren bir kavram olarak önem kazanmaya başlamıştır (Paksoy, vd., 2019: 978). Sosyal girişimcilik, sosyal değişimi katalize etmek ve sosyal ihtiyaçları giderecek fırsatları tanımlamak amacıyla kaynakların yenilikçi bir şekilde bir araya getirilmesini ve kullanılmasını içeren bir süreç olarak görülmektedir (Mair ve Marti, 2006: 37). Sosyal girişimcilik; kar amacı güden ya da kar amacı gütmeyen kuruluşların veya sosyal bir vizyona sahip olan bireylerin sosyal sorunlarının çözümünde farkındalık oluşturmak ve toplumsal fayda sağlamak için gerçekleştirdiği

yaratıcı ve yenilikçi faaliyetler olarak tanımlanmaktadır (Armağan-Erbil ve Şimşek, 2018: 719). Sosyal girişimcilik kavramı, toplumda meydana gelen sosyal sorunları girişimci bir yaklaşımla çözmeyi ifade etmektedir (Akar ve Üstüner, 2017: 97). Sosyal girişimciliğin temel hedefi, toplumun sosyal, çevresel ve ekonomik sorunlarına çözüm bulmaktır (Boluk ve Mottiar, 2014: 3). Sosyal girişimcilik, kar amacı olmayan örgütlerin finansman sağlamak ve toplumsal fayda oluşturmak için yapmış oldukları faaliyetler olarak görülebileceği gibi kar amacı güden örgütlerin sosyal sorumluluk projeleri olarak da görülebilmektedir (Paksoy vd.,2019: 9). Sosyal girişimcilik, sosyal değişimin yaratılmasını ve sosyal girişimler tarafından yönlendirilen bir sosyal misyonun geliştirilmesini amaçlayan bir süreçtir (Irawan vd., 2019: 92).

Sosyal girişimcilik ile ilgili yapılan çalışmalarda sosyal girişimciliğin alt boyutları sosyal vizyon, finansal getiri, inovasyon, sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar olmak üzere beş alt boyutta (Caballero vd., 2013; Nga vd., 2018; Akkan ve Süygün, 2016; Nga ve Shamuganathan, 2010) ele alınmaktadır.

Sosyal girişimciliğin sosyal vizyon boyutu, sosyal girişimciliği diğer girişimcilik türlerinden farklılaştıran temel bir özellik olarak kabul edilmektedir. Sosyal vizyon, çevresel veya sosyal ihtiyaçlara yönelik duygusal bir sorumluluk ve bağlantı hissi olarak ifade edilmektedir. Sosyal vizyon, bireylerin sosyal değişimin bir ajanı olarak fırsatları görebilme yeteneğini teşvik etmekte ve bireylerin hizmet etmiş oldukları paydaş gruplarına karşı hesap verme sorumluluğunu artırarak (Paksoy vd., 2019: 981) umut ve güveninin temelini oluşturmaktadır (Nga vd., 2018: 124-125). Barendsen ve Gardner (2004: 46) göre sosyal vizyon, bir bireyin yaşamının erken dönemlerinde karşılaşılan önemli olaylar ya da tecrübeler yolu ile oluşan sosyal dağılım ve adaleti yeniden inşa etme yönünde güçlü bir ahlaki inanç olarak görülmektedir.

Sosyal girişimciler, toplumsal sorunlara uzun vadeli ve sürdürülebilir çözümler bulabilmek için finansal kaynaklara ihtiyaç duymaktadırlar (Akkan ve Süygün, 2016: 40). Sosyal girişimcilik ile ilgili yapılan tanımlarda, bir dereceye kadar, bir sosyal girişimcinin en azından ekonomik ve sosyal değer yaratma arasında denge kurduğu konusunda göreceli bir fikir birliği bulunmaktadır. Ekonomik değer yaratmak, sosyal değer yaratmak için kısmen gereklidir. Ekonomik sürdürülebilirlik olmadan, işletmeler sosyal değer yaratmak için yeterli kaynak üretemeyebilirler. Bu nedenle, işletmenin misyon beyanında belirtilmiş olsun veya olmasın, sosyal değer yaratmanın kaçınılmaz olarak bir tür ekonomik değer yaratmaya bağlı olduğu söylenebilir (Maniam

vd., 2018: 819). Sosyal girişimciler finansal kaynaklara olan ihtiyaçlarını karşılamak için bazen gelir getirici faaliyetlerde bulunabilmektedirler. Bağışlar, sponsorluk, üyelik aidatları vb. yollarla da sosyal girişimciler finansal ihtiyaçlarını karşılarlar. Sosyal girişimciler, sürdürülebilirlik ve insanlara daha iyi hizmet sunabilmek için finansal getiri sağlamak durumundadırlar (Kırılmaz, 2014: 71).

Sosyal girişimciler, sınırlı kaynaklarla toplum için değişimler oluşturma yönünde güçlü bir motivasyon ile hareket ederek, amaçlarına ulaşmak için yenilikçi çözümler bulmaya çalışmaktadır (Caballero vd., 2013: 8). Sosyal girişimciler, genel olarak düşük gelir gruplarını kapsayan ve ekonomik getirisi az olan pazarlarda faaliyet gösterdiği için bu pazarlarda, hayatta kalması için yenilikçi teknoloji ve süreçleri takip etmesi gerekmektedir (Nga ve Shamuganathan, 2010: 265). Sosyal girişimcilikte, sistemi değiştiren ve tüm toplumu yeni bir yöne doğru hareket etmeye motive eden sosyal sorunlara yenilikçi çözümler bulmak amaçlanmaktadır (Laze, 2020: 80).

İnsanların ve örgütlerin tek bir ekosistemin parçası olduğu bilinci ile hareket etmesi gerektiği düşüncesine dayanan sosyal girişimciliğin sürdürülebilirlik boyutu (Ismail, 2014: 5), sosyal girişimcilerin ellerindeki kaynaklarla sınırlı kalmadan yeni kaynaklar bulma ve böylece sürdürülebilir bir şekilde faaliyetlerine devam etme özelliği olarak ifade edilmektedir. Sosyal girişimciler hedeflerine ulaşabilmek için, sosyal dönüşümlerin genellikle aniden olmadığı bilinciyle hareket ederek sürdürülebilirlik anlayışı ile hareket etmektedir (Akkan ve Süygün, 2016: 41). Sosyal girişimcilerin, sosyal dönüşüm ve değişim yaratmak gibi sosyal bir misyonları bulunmaktadır. Sosyal girişimci, sürdürülebilirliğe güçlü bir şekilde odaklanarak sosyal etkinin rekabetçi ve görünür olmasını ister, sosyo-ekonomik koşullara cevap vermek ve çözümler sunmak ister, sosyal etki için gerekli paydaşları ve kaynakları bir araya getirir (Mthembu ve Barnard, 2019: 157).

Sosyal girişimciliğin son boyutu olan sosyal ağlar, bireyin çevresi ile olumlu bir şekilde resmi veya gayri resmi ilişkileri olarak ifade edilmektedir (Jiao, 2011: 136). Sosyal girişimciler için yüksek sosyal ağ düzeyine sahip olmak hayati öneme sahiptir. Çünkü sosyal girişimciler sosyal ağları sayesinde sosyal girişimlere başlamak için gerekli kaynaklara ulaşma kapasitesine sahip olmaktadır (Madhooshi ve Samimi, 2015: 108). Ayrıca sosyal girişimciler ekip kurma, sorun çözme, insanlarla iletişime geçme gibi sosyal beceri gerektiren faaliyetlere katılmak durumunda olmalarından dolayı

sosyal ağların öneminin büyük olduğu söylenebilir (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1190).

2. KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

Kişilik, bireyi diğer bireylerden ayıran ve onu diğerlerinden farklı kılan ayırıcı özellikler ya da bireyin davranışlarını belirleyen nispeten sabit özellikler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Horzum vd., 2017: 399). Kişilik özellikleri ise, belirli bir zamanda oluşan ve nispeten tutarlı davranış biçimleridir. Kişilik özellikleri bireyi diğerlerinden ayırır ve bireyin gelecekteki davranışlarına ilişkin tahminlerin dayanağını oluşturur (Çiçek ve Aslan, 2020: 139). Literatürde kişiliği açıklamak için pek çok yaklaşımın ileri sürüldüğü görülmektedir. Fakat özellikler yaklaşımına dayanan ve “*Büyük Beş*” olarak da bilinen beş faktörlü kişilik modelinin ön plana çıktığı görülmektedir (Paksoy, vd., 2019: 983). Bu kişilik özellikleri dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal denge ve deneyime açıklık (Dal ve Dal, 2014: 148; Sığırı ve Gürbüz, 2011; Çivitçi ve Arıcıoğlu, 2012: 82; Golberg, 1992) olarak ele alınmaktadır.

Dışadönüklük; konuşkan, girişken, kendine güvenen, insanlarla birlikte olmayı seven ve liderlik gibi kişilik özelliklerini temsil etmektedir (Dal ve Dal 2014: 148; Sığırı ve Gürbüz, 2011: 32). Dışadönüklük kişilik özelliği, aynı zamanda girişimcilik algısı ile ilişkilendirilmiş özellikleri oluşturmaktadır (Zhao vd., 2010: 187). Girişimcilerin dışadönüklük özelliğinin yüksek olması, sosyal ağların gelişimini kolaylaştırmakta ve sonuçta tedarikçiler ve müşterilerle daha güçlü ortaklıkların kurulmasını sağlamaktadır. Bu durum, uzun vadeli ve sağlam temelli girişimciliğin oluşmasında başarı olasılığını artırmaktadır (Ciavarella vd., 2004: 470). Girişimciler çeşitli iç ve dış çevrede yer alan paydaş grupları ile iletişim halinde bulunduğundan dolayı girişimci kişilerin dışadönüklük özelliğinin diğer bireylerden daha yüksek olması gerekmektedir (Zhao ve Seibert, 2006: 260-261). Dışadönüklük özelliği girişimciler için ne kadar önemli ise sosyal girişimciler için de o kadar önemli bir kişilik özelliğidir. Sosyal girişimcilerin problem çözme ve iş birliğine inanan ekipler kurmak gibi yüksek düzeyde sosyal beceriler gerektiren faaliyetlere katılmaları önemlidir. Bu doğrultuda, dışadönük insanların sosyal girişimcilik faaliyetlerinin daha sonraki aşamalarında (sosyal ağlar kurma, satış ve pazarlama faaliyetleri, yeni kaynaklar bulma ve insanlarla iyi kişisel ilişkiler gerektiren faaliyetler vb.) daha fazla sosyal faaliyetlerle ilgilenmeleri ve başarılı olmaları gerekmektedir (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1189-1190).

Uyumluluk; başka insanlarla uyumlu ve geçimli olma, insanlara yardım etme konusunda isteki davranma, diğer insanlar tarafından sempatik karşılanma gibi (Rorthman ve Coetzer, 2003: 69; Sığı ve Gürbüz, 2011: 32) kişilik özelliklerini temsil etmektedir. Girişimciler, örgütsel faaliyetleri ile ilgili karar alırken bireysel kararlar almamakta ve kararlarını çoğunlukla, paydaşlar ve yatırımcılar, çalışanlar, finansörler (bankalar), arkadaşlar ve aile dâhil olmak üzere önemli kişilerle istişare ederek almaktadırlar. Bu bağlamda potansiyel olarak çelişen paydaş beklentileri ve talepleri bulunduğundan, uyumluluk anlayışı; iletişimi kolaylaştırmak, sosyal bağları güçlendirmek ve güvene dayalı ilişkileri beslemek için sosyal gerilimleri azaltabilmekte ve dağıtabilmektedir. Bu durum girişimciler için uyumluluk özelliğinin önemini ortaya çıkarmaktadır (Nga vd., 2018: 127). Sosyal girişimcilerin de girişimciler gibi farklı paydaş grubunun beklentilerini karışılarken uyumluluk özelliğine sahip olmaları büyük önem arz etmektedir. Sosyal girişimcilerin, sosyal sorunlara çözüm bulabilmek için diğer paydaş gruplarıyla empati kurması gerekmektedir. Uyumluluk özelliği, sosyal girişimciliğin yönlendirilmesi, sosyal girişimciliğin sürdürülmesi ve insan kaynaklarının verimli kullanılması için en önemli kişilik özelliklerinden biri olarak görülmektedir (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1190).

Sorumluluk, bireyin hedefe ulaşma derecesi, motivasyon, devamlılık, iradenin bir göstergesi ya da çok çalışabilme yeteneği olarak görülmektedir (Zhao ve Seibert, 2006: 261). Sorumluluk, harekete geçmeden önce düşünme, norm ve kurallara uyma, görevlerini planlama, organize etme ve görevleri öncelik sırasına koyma gibi görev ve amaca yönelik davranışları kolaylaştıran bir iradenin göstergesi olarak kabul edilmektedir (Brandstätter, 2011: 6). Sorumluluk boyutunun ana özellikleri; liderlik, amaç yönelimi, üretkenlik ve kararlılık olarak belirtilmektedir. Girişimcilerde sorumluluk seviyesinin yüksek olması işletmenin uzun vadede hayatta kalmasında önemli bir rol oynamaktadır (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1190). Bu durum girişimcilerin faaliyetlerini yerine getirirken sorumluluk özelliğinin ne derece önemli bir role sahip olduğunu göstermektedir. Girişimciler gibi sosyal girişimcilerin de uzun vadede hayatta kalmasında sorumluluk düzeyinin yüksek olması gerekmektedir.

Deneyime açıklık boyutu; esneklik, merak, duyarlılık, entelektüel, yaratıcı, yeni düşüncelere açık olma ve geleneksel olmayan tutum (Çivitçi ve Arıcıoğlu, 2012: 82) gibi kişilik özelliklerini temsil etmektedir. Deneyime açıklık özelliği, girişimcilerde bulunması gereken önemli kişilik özelliklerinden biri olarak görülmektedir. Yeni bir işletmenin kurulması,

problemlerin çözümünde yenilikçi stratejilerin kullanılması, yeni ürün, iş metotları gerektirmekte ve bu durum da girişimcilerin deneyime açıklık özelliğinin gerekliliğini ortaya koymaktadır (Çetin ve Varoğlu, 2009: 61). Girişimcilerde olduğu gibi sosyal girişimciler için de deneyime açıklık özelliği önemli bir kişilik özelliği olarak görülmektedir. Sosyal girişimcilik, sivil toplum kuruluşları, özel ve kamu örgütlerinin yetersiz kaldığı durumlarda sosyal sorunlara yenilikçi çözümler bulmak amacı ile geleneksel ekonomik bakış açısına karşı çıkan bir yaklaşım sergilemektedir. Bu durumda, sosyal girişimcilerin sıradanlaşmış yöntemleri bir kenara koyarak yenilikçilik için istekli olması ve değişime açık olmasını gerektirmektedir (Paksoy vd., 2019: 986).

Girişimciler için duygusal denge önemli bir kişilik özelliği olarak kabul edilmektedir. Girişimciler, işletme içerisinde büyük bir finansal yatırıma sahiptir, fakat yöneticilere sağlanan finansal güvenceye sahip değillerdir. Bu nedenle ağır iş yükü, finansal risk, yeni bir işletme kurma riski vb. durumlar girişimci üzerinde bir takım psikolojik ve fiziksel strese neden olmaktadır. Bu bakımdan girişimcilerin strese karşı dayanıklı olması ve duygusal dengesini koruması önemlidir (Çetin ve Varoğlu, 2009: 59). Girişimciler gibi sosyal girişimcilerin de duygusal denge düzeylerinin yüksek olması gerekmektedir. Sosyal girişimcilik temelde, insanların sorunlarını çözmeye odaklandığından, bu süreç boyunca, kar odaklı girişimcilere benzer şekilde, yeni bir iş kurma baskısı sosyal girişimciler tarafından da karşılanmaktadır. Sosyal girişimcilerin de girişimciler gibi bu baskıya karşı koyarken duygusal olarak dengeli bir tavır sergilemesi gerekmektedir (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1189).

3. GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik; yeni bir organizasyon oluşturmak, işleri kâr elde etmek için büyütme, fırsatlardan yararlanmak, bir takım ekonomik, sosyal ve psikolojik riskleri kabul ederek süreç içerisinde yeni bir şeyler oluşturma faaliyeti olarak tanımlanmaktadır (Bayrakdar, 2011: 247). Girişimcilik, girişimcinin yeni iş ve firmalar kurduğu bir süreci ya da yeni ve yaratıcı fikirlerin, yeni fırsatların ve kaynakların harekete geçirilmesi ile topluma yeni bir ürün ya da hizmetlerin getirilmesi (Allah ve Nakhaie, 2011: 78) olarak da ifade edilmektedir.

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde girişimcilerde bulunması gereken kişilik özelliklerinden en çok kullanılanların risk alma eğilimi,

belirsizlik toleransı, kontrol odağı, yenilikçilik ve başarı ihtiyacı olduğu (Gürol ve Atsan, 2006; Bozkurt, 2006; Kırılmaz, 2012) görülmüştür.

Girişimci kişiliğin en önemli özelliklerinden biri risk alma eğilimi (Develi vd, 2011:118) olarak görülmektedir. Risk değerlemesi, bilişsel bir süreç sonucunda oluşmaktadır. Bu doğrultuda girişimciler herhangi bir fırsat ile karşı karşıya geldiğinde ilk olarak risk değerlemesi yapmakta ve böylece girişimcilik süreci ortaya çıkmaya başlamaktadır. Sosyal girişimciliğin ortaya çıkma sürecinde de risk değerlemesi yapılmaktadır. Sosyal girişimci, herhangi bir problem ile karşı karşıya kaldığında risk değerlemesi yaparak, mevcut sorunu azaltma ya da sorunu çözme konusunda ne yapması gerektiğini düşünmekte ve kararını bu doğrultuda vermektedir (Kırılmaz, 2012: 135).

Yeni ürünler, yeni üretim teknikleri, yeni pazarlar ve yeni bir iş kurmayı ifade eden girişimciliğin yenilikçilik boyutu, önemli bir girişimci kişilik özelliği olarak görülmektedir (Gürol ve Atsan, 2006: 28). Girişimciliğin yenilikçilik boyutu, girişimcinin karşılaştığı problemlere yenilikçi ve kalıcı çözümler bulması ve işletme fonksiyonlarına yönelik yeni teknikleri uygulaması ile ilgili bir özelliktir (Çetin, 2011: 71). Girişimcilerin kişilik özellikleri ile ilgili yapılan çalışmalarda, girişimcilerin diğer bireylerden daha yüksek düzeyde yenilikçilik özelliğine sahip olduğu görülmüştür (Koh, 1996: 14). Yenilikçilik, girişimcilik başarısında önemli olduğu kadar sosyal girişimcilik faaliyetlerinin başarılı bir şekilde yürütülmesinde de aynı derecede öneme sahiptir. Sosyal girişimcilerin, bir işin rutin yapılışından farklı olarak, yeni yöntemler bulması ve bu yöntemleri uygulamaya koyabilmesini içeren yenilikçilik özelliği, sosyal girişimcilerin yeni kaynaklara ulaşmasını kolaylaştırmaktadır (Kümbül-Güler, 2008: 209). Bu doğrultuda yenilikçilik özelliği girişimciler için ne kadar hayati bir öneme sahip ise sosyal girişimciler için de aynı derecede öneme sahiptir.

Girişimcilerin en çok öne sürülen karakteristiği olarak görülen başarı ihtiyacı duyma özelliği; bireyin önemli başarılarla ulaşma, beceriye hâkim olma, zorlayıcı hedeflere ulaşma arzusu, başarıya ya da başarı motivasyonuna duyulan ihtiyaç (Yan, 2010: 3; Kerr vd., 2017: 17) olarak tanımlanmaktadır. Girişimcilik ile ilgili yapılan araştırmalarda, başarıma ihtiyacının girişimci kişilik özelliğine sahip olan bireylerde daha fazla olduğu görülmüştür. (Beattie, 2016: 15). Sosyal girişimcilerin de mücadele etme ve bir işi başarıma konusunda azimli olduğu varsayımından hareketle, girişimciler gibi yüksek başarı ihtiyacına sahip olacağı varsayılmaktadır (Kümbül-Güler, 2008: 209). Sosyal girişimcilerin sosyal sorunlara çözüm bulma ve sosyal değişimi

sağlayarak sosyal vizyonunu gerçekleştirerek başarıya ulaşmasında yüksek başarı ihtiyacının önemli olduğu kabul edilmektedir (Kırılmaz, 2012: 133).

Kontrol odağı, bireyin hayatındaki ödülleri ve cezaları hakkındaki algılarını ve bir bireyin kendi kaderini kontrol edip edemeyeceği genel bir inanca işaret etmektedir (Yan, 2010: 3). Kontrol odağının iç ve dış kontrol odağı olmak üzere iki alt boyutu bulunmaktadır. İç kontrol odağı olan bireyler, yaşam çıktılarının, sıkı çalışma gibi kendi eylemlerinin sonucu olduğuna inanmakta ve yaşamındaki olayları kontrol edebildiklerini düşünmektedirler (Özbek, 2018: 88). Dışsal kontrol odağı olan bireyler ise yaşadıkları olayların şans ya da kader gibi dışsal faktörlerin sonucu olduğuna inanmaktadır (Bamikole ve Jayeoba, 2012: 76; Kerr vd., 2017: 15). Yapılan çalışmalarda kontrol odağının önemli bir girişimci kişilik özeliği olduğu görülmüştür. Bu noktada girişimci bireylerin kontrol odağı düzeylerinin yüksek olması önemli bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Girişimcilerin eylemlerini dış etkenlere bırakmak yerine, olayları kendi kontrolleri altında tutmak istemelerinden dolayı iç kontrol odağının girişimcilikte önemli bir özellik olarak yer aldığı görülmektedir (Koh, 1996: 14). Sosyal girişimcilerin de sosyal amaçlara ulaşmak için yapmış olduğu faaliyetlerde başarı ya da başarısızlığını kendisine bağladığı varsayımından hareketle iç kontrol odağının yüksek olması gerekmektedir.

Sürekli olarak çok sayıda bilinmeyen kaynaktan alınan yeni ve bazen çelişen bilgileri kullanarak alınan kararlar, belirsizlikle başa çıkma yeteneğini gerektirdiğinden girişimciler, çalıştıkları ortamdaki belirsizlik ve değişen durumlara karşı yüksek bir toleransa sahiptirler (Koh, 1996: 15; Gürol ve Atsan, 2006: 30). Belirsizliğe karşı toleransı yüksek olan girişimciler risk alarak işlerini sürdürmekte, bilgiye önem vermekte ve ipuçlarını yorumlamaktadır (Bozkurt, 2006: 100). Belirsizlik toleransı yüksek olan bir girişimci, zorluklarla mücadele etmekte ve belirsiz durumların üstesinden gelmeye çalışmaktadır. Girişimciler, belirsiz bir ortamda faaliyet gösterdikleri için belirsizliğe tolerans düzeylerinin diğer bireylere göre daha yüksek olması gerekmektedir (Koh, 1996: 15). Aynı doğrultuda, sosyal girişimcilerin de hesaplı bir şekilde ve orta düzeyde risk almaları, işletmelerin sürdürülebilirliği için önemli görüldüğünden, sosyal girişimcilerin belirsizlikten kaçınma düzeylerinin orta düzeyde olacağı varsayılmaktadır (Kümbül-Güler, 2008: 207).

4. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

4.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu araştırmanın amacı, kişilik ve girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimine etkisini tespit etmektir. Çalışmada, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (İİBF) lisans öğrencilerinin girişimcilik ve sosyal girişimcilik faaliyetinde bulunma konusu ile ilgili olarak eğitilmiş olmaları ve bu konularda daha fazla motive olabilecekleri anlayışı ile (Bull, 2008: 269) İİBF lisans öğrencileri ana kütle olarak belirlenmiştir. TR63 bölgesinde (Hatay, Kahramanmaraş ve Osmaniye) yer alan üç devlet üniversitesindeki (Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi ve Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi) İİBF'nin İşletme ve İktisat Bölümlerindeki 2., 3. ve 4. sınıflarında öğrenim gören 3.926 öğrenci çalışmanın kapsamını oluşturmaktadır.

4.2. Örneklem

Araştırmada 2018-2019 Eğitim ve Öğretim Yılı Güz Döneminde, TR63 bölgesinde (Hatay, Kahramanmaraş ve Osmaniye) yer alan üç devlet üniversitesindeki İİBF'nin İşletme ve İktisat Bölümlerindeki 2., 3. ve 4. sınıflarında öğrenim gören toplam 1.200 öğrenciye anket uygulanmış, ancak 133 anket eksik ve hatalı olarak doldurulduğundan dolayı bu anketler analize eklenmemiştir. Bu nedenle, çalışmanın örneklemini 1.067 öğrenciden oluşmaktadır. Örneklemin ana kütle temsil etme oranı %27,17'dir. Çalışmaya katılan öğrencilerin 653'ü (%61,2) kadın öğrenci iken, 414'ü (%38,8) erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Çalışmaya katılan öğrencilerin 274'ü (%25,7) 18-20 yaş arasında, 687 öğrenci (%64,4) 21-23 yaş arasında ve 106 öğrencinin yaşının (%9,9) 24 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Öğrencilerinin ailelerinin aylık ortalama geliri incelendiğinde 313 (%29,3) öğrencinin ailesinin aylık ortalama geliri 1.600 TL ve aşağısında, 433 (%40,6) öğrencinin 1.601-3.000 TL arasında, 199 (%18,7) öğrencinin 3.001-4.500 TL arasında ve 122 (%11,4) öğrencinin ailesinin aylık gelirinin 4.501 TL ve üzerinde olduğu görülmüştür. Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi'nden 318 (%29,8) öğrenci, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi'nden 322 (%30,2) öğrenci ve Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi'nden 476 (%40,0) öğrenci araştırmaya katılmıştır. Araştırmaya, İşletme Bölümünden 591 (%55,4) öğrenci ve İktisat Bölümünden 476 (%44,6) öğrenci katılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin 292'si (%27,4) ikinci sınıf, 416'sı (%39,0) üçüncü sınıf ve 359'u (%33,6) dördüncü sınıf öğrencisidir.

4.3. Araştırmada Veri Toplama Yöntemi ve Kullanılan Ölçekler

Araştırmada, kolayda örneklem yöntemi kullanılarak ve gönüllülük esasına dayalı olarak ulaşılabilen katılımcılardan anket yöntemiyle veri toplanmıştır. Çalışma kapsamında kullanılan anket formu dört bölümden oluşmaktadır. Anket formunun ilk bölümünde, katılımcıların cinsiyet, yaş, bölüm, sınıf, fakülte ve ailelerinin aylık gelir düzeyi gibi bilgileri içeren kişisel bilgi formuna yer verilmiştir. Anket formunun ikinci bölümünde, Goldberg (1992) tarafından geliştirilen ve dışadönüklük (6 madde), uyumluluk (7 madde), sorumluluk (7 madde), deneyime açıklık (6 madde) ve duygusal denge (6 madde) olmak üzere beş alt boyutlu “*Beş Faktör Kişilik Özellikleri Ölçeği*” kullanılmıştır. Anket formunun üçüncü bölümünde, Koh (1996) tarafından geliştirilen ve Bozkurt (2005) tarafından Türkçe ’ye uyarlanan ve risk alma eğilimi (7 madde), yenilikçilik (3 madde), başarı ihtiyacı (8 madde), kontrol odağı (8 madde) ve belirsizlik toleransı (8 madde) olmak üzere beş alt boyutlu “*Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği*” kullanılmıştır. Anket formunun dördüncü bölümünde ise Nga ve Shamuganatgan (2010) tarafından geliştirilen ve sosyal vizyon (8 madde), finansal getiri (6 madde), inovasyon (8 madde), sürdürülebilirlik (6 madde) ve sosyal ağlar (5 madde) alt olmak üzere beş alt boyutlu “*Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği*” kullanılmıştır.

5. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde analiz sonuçları yer almaktadır. Araştırma kapsamında kullanılan “Beş Faktör Kişilik Özellikleri Ölçeği”, “Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği” ve “Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği” ile ilgili faktör analizi sonuçları ve Cronbach α katsayıları Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi Sonuçları

Kişilik Özellikleri, Girişimci Kişilik Özellikleri ve Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeklerine İlişkin Faktörler		Soru Sayısı	Faktör Yükleri	Cronbach α	Öz Değer	Varyans %	Açıklanan Varyans	K-M-O Değeri
Kişilik Özellikleri	Dışadönüklük	5	,665- ,811	,864	8,636	15,002	59,492	0,918
	Uyumluluk	5	,608- ,729	,771	2,141	13,070		
	Sorumluluk	7	,561- ,779	,861	1,769	12,320		
	Deneyime Açıklık	6	,472- ,750	,802	1,516	10,811		
	Duygusal Denge	3	,734- ,830	,762	1,405	8,289		
Girişimci Kişilik Özellikleri	Risk Alma Eğilimi	5	,501- ,676	,649	5,309	16,825	53,304	0,870
	Yenilikçilik	3	,548- ,718	,624	1,975	9,912		
	Başarı İhtiyacı	3	,598- ,776	,636	1,540	9,083		
	Kontrol Odağı	4	,503- ,818	,610	1,275	8,967		
	Belirsizlik Toleransı	6	,609- ,749	,834	1,096	8,518		
Sosyal Girişimcilik Yönelimi	Sosyal Vizyon	8	,543- ,710	,848	8,085	15,936	57,962	0,921
	Finansal Getiri	6	,580- ,771	,791	2,510	12,851		
	İnovasyon	2	,692- ,807	,648	2,220	11,502		
	Sürdürülebilirlik	6	,491- ,752	,850	1,188	11,149		
	Sosyal Ağlar	4	,689- ,855	,873	1,067	6,523		

Tablo 1’de kişilik özellikleri, girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yönelimi ölçeklerinin güvenilirlik ve yapı geçerliliği ile ilgili analiz sonuçları yer almaktadır. Araştırma kapsamında kişilik özellikleri ölçeğinden 6 soru (6, 9, 13, 27, 28 ve 29), girişimci kişilik özellikleri ölçeğinden 13 soru (1, 5, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 27 ve 34) ve sosyal girişimcilik yönelimi ölçeğinden 7 soru (15, 18, 19, 20, 21,22 ve 33) güvenilirlik değerlerini azaltma ve/veya faktör yüklerinin düşük olması gibi nedenlerle ölçekten çıkarılmış ve faktör analizi yeniden yapılmıştır. Örneklem yeterliliğini test etmek için uygulanan KMO değerlerinin kişilik özellikleri

için 0,918; girişimci kişilik özellikleri için 0,870 ve sosyal girişimcilik yönelimi için 0,921 olması ve Barlett Küresellik testinin üç ölçek için de anlamlı çıkması (,000) veri setinin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Toplam varyansın kişilik özellikleri ölçeğinin 5 alt boyutu ile %59,492'sini açıkladığı; girişimci kişilik özellikleri ölçeğinin 5 alt boyutu ile %53,304'ünü açıkladığı ve sosyal girişimcilik yönelimi ölçeğinin 5 alt boyutu ile %57,962'sini açıkladığı görülmüştür. Bu sonuçlara göre araştırmada kullanılan üç ölçeğin güçlü bir faktör yapısına sahip olduğu kabul edilebilir. Kişilik özellikleri ölçeği için faktör yüklerinin 0,472-0,830 arasında; girişimci kişilik özellikleri ölçeği için faktör yüklerinin 0,501-0,818 arasında ve sosyal girişimcilik yönelimi ölçeği için faktör yüklerinin 0,491-0,855 arasında değişmesi her üç ölçeğe ait maddelerin içinde bulunduğu yapı ile uyum sağladığını göstermektedir. Araştırmada kullanılan ölçeklerin boyutlarına ilişkin Cronbach α katsayılarının 0,60-0,80 arasında bir değer alması (Liu vd., 2005: 295) ölçeklerin güvenilirliğinin sağlandığını göstermektedir.

Katılımcıların kişilik özellikleri, girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yönelimi düzeylerinin ölçülmesi için faydalanılan ölçeklere ait betimleyici istatistikler Tablo. 2'de yer almaktadır.

Tablo 2: Ölçeklere Ait Betimleyici İstatistikler

Kişilik Özellikleri, Girişimci Kişilik Özellikleri ve Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeklerine İlişkin Faktörler		N	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık	Baskılık
Kişilik Özellikleri	Dışadönüklük	1067	3,96	,851	-,850	,510
	Uyumluluk	1067	4,22	,702	-1,155	2,071
	Sorumluluk	1067	4,13	,703	-,973	1,576
	Deneyime Açıklık	1067	4,07	,677	-,811	,994
	Duygusal Denge	1067	3,64	1,047	-,568	-,357
Girişimci Kişilik Özellikleri	Risk Alma Eğilimi	1067	3,67	,665	-,466	,764
	Yenilikçilik	1067	3,67	,738	-,482	,585
	Başarı İhtiyacı	1067	4,16	,754	-1,284	2,463
	Kontrol Odağı	1067	3,01	,857	,022	-,416
	Belirsizlik Toleransı	1067	3,95	,696	-,726	,836
Sosyal Girişimcilik Yönelimi	Sosyal Vizyon	1067	3,71	,645	-,416	,837
	Finansal Getiri	1067	3,61	,795	-,388	,180
	İnovasyon	1067	3,83	,840	-,646	,535
	Sürdürülebilirlik	1067	4,10	,648	-,941	2,120
	Sosyal Ağlar	1067	4,38	,716	-1,508	2,932

Tablo 2'deki sonuçlar değerlendirildiğinde, aritmetik ortalamanın kişilik özellikleri ölçeğinin dışadönüklük boyutu için $3,96 \pm ,851$; uyumluluk boyutu için $4,22 \pm ,702$; sorumluluk boyutu için $4,13 \pm ,703$; deneyime açıklık

boyutu için $4,07 \pm ,677$ ve duygusal denge boyutu için $3,64 \pm ,1,047$ olduğu tespit edilmiştir. Girişimci kişilik özellikleri ölçeğinin risk alma eğilimi boyutu için $3,67 \pm ,655$; yenilikçilik boyutu için $3,67 \pm ,738$; başarı ihtiyacı boyutu için $4,16 \pm ,754$; kontrol odağı boyutu için $3,01 \pm ,857$ ve belirsizlik toleransı boyutu için $3,95 \pm ,696$ olduğu görülmüştür. Sosyal girişimcilik yönelimi ölçeğinin sosyal vizyon boyutu için $3,71 \pm ,645$; finansal getiri boyutu için $3,61 \pm ,795$; inovasyon boyutu için $3,83 \pm ,840$; sürdürülebilirlik boyutu için $4,10 \pm ,648$ ve sosyal ağlar boyutu için $4,38 \pm ,716$ olduğu tespit edilmiştir. Ölçeklerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 3 sınırları aralığında olduğu ve verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilmektedir (Albayrak, 2006: 52; Kalaycı, 2010: 209).

Tablo 3'te kişilik özellikleri, girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını tespit etmek için yapılan korelasyon analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 3: Korelasyon Analizi

Değişkenler		Dışadönüklük	Uyumluluk	Sorumluluk	Deneyime Açıklık	Duygusal Denge	Risk Alma Eğilimi	Yenilikçilik	Başarı İhtiyacı	Kontrol Odağı	Belirsizlik Toleransı	Kişilik Özellikleri	Girişimci Kişilik Özellikleri
Sosyal Vizyon	r	,448*	,280*	,470*	,475*	,226*	,410*	,432*	,244*	,166*	,544*		
	p	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		
Finansal Getiri	r	,192*	,107*	,239*	,203*	,096*	,248*	,130**	,108*	,323*	,221*		
	p	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		
İnovasyon	r	,449*	,315*	,366*	,417*	,231*	,317*	,355**	,242*	,022	,451*		
	p	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		
Sürdürülebilirlik	r	,466*	,457*	,569*	,524*	,228*	,399*	,357**	,395*	,038	,582*		
	p	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		
Sosyal Ağlar	r	,340*	,528*	,470*	,438*	,171*	,285*	,221**	,458*	-,061*	,451*		
	p	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		
Sosyal Girişimcilik Yönelimi	r											,658**	,663*
	p											,000	,000

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

Tablo 3'te yer alan korelasyon analizi sonuçları değerlendirildiğinde sosyal vizyon ile dışadönüklük (.448**), sorumluluk (.470**), deneyime açıklık (.475**), risk alma eğilimi (.410**), yenilikçilik (.432**) ve belirsizlik toleransı (.544**) arasında orta düzeyde ve pozitif yönlü; sosyal vizyon ile uyumluluk (.280**), duygusal denge (.226**), başarı ihtiyacı (.244**), ve kontrol odağı (.166**), arasında düşük düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Finansal getiri ile kontrol odağı (.323**) arasında orta düzeyde ve pozitif yönlü; finansal getiri ile dışadönüklük (.192**), uyumluluk (.107**), sorumluluk (.239**), deneyime açıklık (.203**), duygusal denge (.096**), risk alma eğilimi (.248**), yenilikçilik (.130**), başarı ihtiyacı (.108**) ve belirsizlik toleransı (.221**) arasında düşük düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. İnovasyon ile dışadönüklük (.449**), uyumluluk (.315**), sorumluluk (.366**), deneyime açıklık (.417**), risk alma eğilimi (.317**), belirsizlik toleransı (.451**) ve yenilikçilik (.355**) arasında orta düzeyde ve pozitif yönlü; inovasyon ile duygusal denge (.231**) ve başarı ihtiyacı (.242**) arasında düşük düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Sürdürülebilirlik ile dışadönüklük (.466**), uyumluluk (.457**), sorumluluk (.569**), deneyime açıklık (.524**), risk alma eğilimi (.399**), yenilikçilik (.357**), başarı ihtiyacı (.395**) ve belirsizlik toleransı (.582**) arasında orta düzeyde ve pozitif yönlü; sürdürülebilirlik ile duygusal denge (.228**) arasında düşük düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Sosyal ağlar ile dışadönüklük (.340**), uyumluluk (.528**), sorumluluk (.470**), deneyime açıklık (.438**), başarı ihtiyacı (.458**) ve belirsizlik toleransı (.451**) arasında orta düzeyde ve pozitif yönlü; sosyal ağlar ile duygusal denge (.171**), risk alma eğilimi (.285**) ve yenilikçilik (.221**) arasında düşük düzeyde ve pozitif yönlü; sosyal ağlar ile kontrol odağı (-.061*) arasında düşük düzeyde ve negatif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Son olarak sosyal girişimcilik yönelimi ile kişilik özellikleri (.658**) ve girişimci kişilik özellikleri (.663**) arasında orta düzeyde ve pozitif yönlü ilişkinin olduğu görülmektedir.

Kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk, deneyime açıklık ve duygusal dengenin sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutları üzerindeki etkisini tespit etmek için yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4: Kişilik Özelliklerinin Sosyal Girişimcilik Yönelimine Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Anova		Model Özeti		Etkiler		
		F	Sig. F	R	R ²	β	t	Sig.
Sosyal Vizyon	Dışadönüklük	102,287	,000	,570	,325	,226	7,318	,000** *
	Uyumluluk					-,072	-2,290	,022*
	Sorumluluk					,275	8,284	,000** *
	Deneyime Açıklık					,231	6,950	,000** *
	Duygusal Denge					,024	,849	,396
Finansal Getiri	Dışadönüklük	16,658	,000	,270	,073	-,092	2,535	,011*
	Uyumluluk					-,072	-1,967	,049*
	Sorumluluk					,191	4,923	,000** *
	Deneyime Açıklık					,082	2,094	,037*
	Duygusal Denge					,005	,163	,870
İnovasyon	Dışadönüklük	75,731	,000	,513	,263	,278	8,608	,000** *
	Uyumluluk					-,048	1,462	,144
	Sorumluluk					,104	3,006	,003** *
	Deneyime Açıklık					,173	4,974	,000** *
	Duygusal Denge					,055	1,885	,060
Sürdürülebilirlik	Dışadönüklük	156,392	,000	,651	,424	,158	5,541	,000** *
	Uyumluluk					,134	4,605	,000** *
	Sorumluluk					,321	10,468	,000** *
	Deneyime Açıklık					,222	7,213	,000** *
	Duygusal Denge					-,039	-1,540	,124
Sosyal Ağlar	Dışadönüklük	117,704	,000	,597	,357	,024	,790	,430
	Uyumluluk					,357	11,628	,000** *
	Sorumluluk					,195	6,030	,000** *
	Deneyime Açıklık					,191	5,874	,000** *
	Duygusal Denge					-,087	-3,204	,001**

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

Tablo 4'te yer alan birinci bölümde; kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan dışadönüklük ($\beta=,226$; $p=,000$), sorumluluk ($\beta=,275$; $p=,000$) ve deneyime açıklığın ($\beta=,231$; $p=,000$) sosyal vizyon üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu, uyumluluğun ($\beta=-,072$;

$p=,022$) sosyal vizyon üzerindeki etkisinin anlamlı ve negatif yönlü olduğu, ancak duygusal dengenin ($\beta=,024$; $p=,396$) sosyal vizyon üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Tablo 4'te yer alan ikinci bölümde; kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan dışadönüklük ($\beta=,092$; $p=,011$), sorumluluk ($\beta=,191$; $p=,000$) ve deneyime açıklığın ($\beta=,082$; $p=,037$) finansal getiri üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu; uyumluluğun ($\beta=-,072$; $p=,049$) finansal getiri üzerindeki etkisinin anlamlı ve negatif yönlü olduğu, ancak duygusal dengenin ($\beta=,005$; $p=,870$) finansal getiri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Tablo 4'te yer alan üçüncü bölümde; kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan dışadönüklük ($\beta=,278$; $p=,000$), sorumluluk ($\beta=,104$; $p=,003$) ve deneyime açıklığın ($\beta=,173$; $p=,000$) inovasyon üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu; ancak uyumluluk ($\beta=,048$; $p=,144$) ve duygusal dengenin ($\beta=,055$; $p=,060$) inovasyon üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Tablo 4'te yer alan dördüncü bölümde; kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan dışadönüklük ($\beta=,158$; $p=,000$), uyumluluk ($\beta=,134$; $p=,000$), sorumluluk ($\beta=,321$; $p=,000$) ve deneyime açıklığın ($\beta=,222$; $p=,000$) sürdürülebilirlik üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu, ancak duygusal dengenin ($\beta=-,039$; $p=,124$) sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Tablo 4'te yer alan beşinci bölümde; kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan uyumluluk ($\beta=,357$; $p=,000$), sorumluluk ($\beta=,195$; $p=,000$) ve deneyime açıklığın ($\beta=,191$; $p=,000$) sosyal ağlar üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu, duygusal dengenin ($\beta=-,087$; $p=,001$) sosyal ağlar üzerindeki etkisinin anlamlı ve negatif yönlü olduğu, ancak dışadönüklüğün ($\beta=,024$; $p=,430$) sosyal ağlar üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan risk alma eğilimi, yenilikçilik, başarı ihtiyacı, kontrol odağı ve belirsizlik toleransının sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutları üzerindeki etkisini tespit etmek için yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5: Girişimci Kişilik Özelliklerinin Sosyal Girişimcilik Yönelimine Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Anova		Model Özeti		Etkiler		
		F	Sig. F	R	R ²	β	t	Sig.
Sosyal Vizyon	Risk Alma Eğilimi	120,972	,000	,603	,363	,135	4,656	,000** *
	Yenilikçilik					,175	6,093	,000** *
	Başarı İhtiyacı					,019	,715	,475
	Kontrol Odağı					,124	5,024	,000** *
	Belirsizlik Toleransı					,380	11,890	,000** *
Finansal Getiri	Risk Alma Eğilimi	43,123	,000	,411	,196	,162	4,870	,000** *
	Yenilikçilik					-,045	-1,368	,172
	Başarı İhtiyacı					,006	,188	,851
	Kontrol Odağı					,311	10,998	,000** *
	Belirsizlik Toleransı					,152	4,162	,000** *
İnovasyon	Risk Alma Eğilimi	65,812	,000	,487	,237	,084	2,658	,008** *
	Yenilikçilik					,163	5,161	,000** *
	Başarı İhtiyacı					,067	2,283	,023* *
	Kontrol Odağı					-,014	-,504	,614
	Belirsizlik Toleransı					,303	8,654	,000** *
Sürdürülebilirlik	Risk Alma Eğilimi	133,577	,000	,622	,396	,111	3,911	,000** *
	Yenilikçilik					,072	2,553	,011* *
	Başarı İhtiyacı					,185	7,041	,000** *
	Kontrol Odağı					,005	,226	,822
	Belirsizlik Toleransı					,417	13,307	,000** *
Sosyal Ağlar	Risk Alma Eğilimi	92,638	,000	,551	,304	,055	1,803	,072
	Yenilikçilik					,000	,000	1,000
	Başarı İhtiyacı					,328	11,722	,000** *
	Kontrol Odağı					-,081	-3,132	,002** *
	Belirsizlik Toleransı					,295	8,838	,000** *

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

Tablo 5'te yer alan birinci bölümde; girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan risk alma eğilimi ($\beta=,135$; $p=,000$), yenilikçilik ($\beta=,175$; $p=,000$), kontrol odağı ($\beta=,124$; $p=,000$) ve belirsizlik toleransının ($\beta=,380$; $p=,000$) sosyal vizyon üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu, ancak başarı ihtiyacının ($\beta=,019$; $p=,475$) sosyal vizyon üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Tablo 5'te yer alan ikinci bölümde; girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan risk alma eğilimi ($\beta=,162$; $p=,000$), kontrol odağı ($\beta=,311$; $p=,000$) ve belirsizlik toleransının ($\beta=,152$; $p=,000$) finansal getiri üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu, ancak yenilikçilik ($\beta=-,045$; $p=,172$) ve başarı ihtiyacının ($\beta=,006$; $p=,851$) finansal getiri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Tablo 5'te yer alan üçüncü bölümde; girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan risk alma eğilimi ($\beta=,084$; $p=,008$), yenilikçilik ($\beta=,163$; $p=,000$), başarı ihtiyacı ($\beta=,067$; $p=,023$) ve belirsizlik toleransının ($\beta=,303$; $p=,000$) inovasyon üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu, ancak kontrol odağının ($\beta=-,014$; $p=,614$) inovasyon üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Tablo 5'te yer alan dördüncü bölümde; girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan risk alma eğilimi ($\beta=,111$; $p=,000$), yenilikçilik ($\beta=,072$; $p=,011$), başarı ihtiyacı ($\beta=,185$; $p=,000$) ve belirsizlik toleransının ($\beta=,417$; $p=,000$) sürdürülebilirlik üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu, ancak kontrol odağının ($\beta=,005$; $p=,822$) sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Tablo 5'te yer alan beşinci bölümde; girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan başarı ihtiyacı ($\beta=,328$; $p=,000$) ve belirsizlik toleransının ($\beta=,295$; $p=,000$) sosyal ağlar üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu, kontrol odağının ($\beta=-,081$; $p=,002$) sosyal ağlar üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlü olduğu, ancak risk alma eğilimi ($\beta=,055$; $p=,072$) ve yenilikçiliğin ($\beta=,000$; $p=1,000$) sosyal ağlar üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

SONUÇ

Günümüzde sosyal girişimcilik faaliyetleri giderek önemi artan bir çalışma alanı haline gelmeye başlamıştır. Özellikle sağlık, çevre, toplum ve eğitim gibi alanlarda başarılı sosyal girişimcilik uygulamalarının hayata geçmesi ile birlikte sosyal girişimcilik konusu dikkatleri üzerine çekmeye başlamıştır. Bu durum araştırmacıları, sosyal girişimcilerin hangi kişilik ve

girişimci kişilik özelliklerine sahip olduğu konusunda çalışmalar yapmaya yönlendirmiştir. Sosyal girişimcilerin, hangi kişilik ve girişimci kişilik özelliklerine sahip olduğunun tespit edilmesi ile geleceğin sosyal girişimci adaylarının yetiştirilmesi ve sosyal girişimcilik faaliyetlerinin toplum genelinde yayılması da sağlanabilecektir. Özellikle üniversite öğrencileri, geleceğin potansiyel sosyal girişimci adayları olarak görülmekte ve üniversite öğrencilerinin sosyal girişimcilik teorilerine ve yükseköğrenim kurumlarındaki uygulamalara katılması ile sosyal girişimciliğe bakış açısı değişebilmekte ve öğrencilerin örgün eğitimin ardından sosyal girişimciliği kariyer tercihi olarak seçmelerine yardımcı olabileceği varsayılmaktadır.

Bu araştırmanın amacı, kişilik ve girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimine etkisini tespit etmektir. Elde edilen bulgulara göre kişilik özelliğinin alt boyutunu oluşturan dışadönüklüğün sosyal vizyon, finansal getiri, inovasyon ve sürdürülebilirlik üzerinde; uyumluluğun sosyal vizyon, finansal getiri, sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar üzerinde; sorumluluğun sosyal vizyon, finansal getiri, inovasyon, sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar üzerinde; deneyime açıklığın sosyal vizyon, finansal getiri, inovasyon, sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar üzerinde; duygusal dengenin yalnızca sosyal ağlar üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca yapılan analizler sonucunda girişimci kişilik özelliğinin alt boyutunu oluşturan risk alma eğiliminin sosyal vizyon, finansal getiri, inovasyon ve sürdürülebilirlik üzerinde; yenilikçiliğin sosyal vizyon, inovasyon ve sürdürülebilirlik üzerinde; başarı ihtiyacının inovasyon, sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar üzerinde; kontrol odağının sosyal vizyon, finansal getiri ve sosyal ağlar üzerinde; belirsizlik toleransının sosyal vizyon, finansal getiri, inovasyon, sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

- Ahmetoğlu, G., Leutner, F. & Chamorro-Premuzic, T.(2011). EQ-nomics: Understanding the relationship between individual differences in Trait Emotional Intelligence and entrepreneurship, *Personality and Individual Differences*, 51(8): 1028-1033.
- Akar, H. & Ustuner, M. (2017). Mediation Role of Self-Efficacy Perceptions in the Relationship between Emotional Intelligence Levels and Social Entrepreneurship Traits of Pre-Service Teachers, *Journal of Education and Future* ,(12): 95-115
- Akkan, E. & Süygün, M. S.(2016). Lisans Öğrencilerinin Özyeterlik Alguları Ve Başarma Güdülerinin Sosyal Girişimcilik Eğilimlerine Etkilerinin İncelenmesi, *AKÜ İİBF Dergisi*, 18(2):35-63.
- Albayrak, A. S. (2006). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 1. Baskı, Ankara, Asil Yayın Dağıtım.
- Allah, M. A. & Nakhaie, H. (2011). Entrepreneurship and Risk- Taking, 2011 International Conference on E-business, *Management and Economics IPEDR*, 25: 77-79.
- Armağan-Erbil, B. & Şimşek, S.(2018). İlkokul 4. Sınıf Öğrencileri İçin Bir Ölçek Geliştirme Çalışması: Sosyal Girişimcilik Niyetleri Ölçeği, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(59):710-718.
- Bamikole, F. O. & Jayeoba, F. I. (2012). Locus of Control, Gender and Entrepreneurial Ability, *British Journal of Arts and Social Sciences ISSN: 2046-9578*, 11(1):74-85.
- Barendsen,L., & Gardner, H. (2004). Is the Social Entrepreneur a New Type of Leader? <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/itl.100> :43-50.
- Bayrakdar, S. (2011). Avrupa Birliği Mesleki Eğitim Programlarında Girişimcilik Eğitimlerinin Ekonomik Kalkınmadaki Önemi, *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(1): 245-264.
- Beattie, S. (2016). Which Entrepreneurial Traits are the Most Critical in Determining Success?, *Otago Management Graduate Review*: 13-20.
- Boluk, K. A. & Mottiar, Z. (2014) Motivations of Social Entrepreneurs: Blurring the Social Contribution and Profits Dichotomy. *Social Enterprise Journal*, 10(1) : 53-68.
- Bozkurt, Ö. (2005). *Girişimci Kişilik Özellikleri ve Sakarya Üniversitesi Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi,

- Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Organizasyon Ana Bilim Dalı, Sakarya.
- Bozkurt, Ö. (2006). Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi, *Araştırma Makaleleri*: 93-111.
- Bull, M. (2008). Challenging Tensions: Critical, Theoretical And Empirical Perspectives On Social Enterprise, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 14(5): 268-275.
- Brandstätter, H. (2011). Personality Aspects Of Entrepreneurship: A Look At Five Meta-Analyses, *Personality and Individual Differences*, 51: 222–230.
- Caballero, S. Fuchs, R. M. & Priale, M. A. (2013). The influence of personality traits on social enterprise start-up: the case of Peruvian social entrepreneurs, *4th EMES International Research Conference on Social Enterprise - Liege*: 1-18.
- Ciavarella, M., A., Buchholtz, A., K., Riordan, C., M., Gatewood, R. D. & Stokes, G., S. (2004). The Big Five and venture survival: Is there a linkage?, *Journal of Business Venturing*: 465-483.
- Chengalvala, S. & Rentala, S. (2017). Intentions Towards Social Entrepreneurship Among University Students In India, *International Journal of Research*, 5(6): 406-413.
- Çetin, F. (2011). Örgüt İçi Girişimcilikte Öz Yeterlilik Algısı ve Kontrol Odağının Rolü, *Business and Economics Research Journal*, 2(3): 69-85.
- Çetin, F. & Varoğlu, A., K. (2009). Özellikler Bağlamında Girişimcinin Beş Faktör Kişilik Örüntüsü, *Savunma Bilimleri Dergisi*, 8(2): 51-66.
- Çiçek, İ. & Aslan, A.E. (2020). Kişilik ve Beş Faktör Kişilik Özellikleri: Kuramsal Bir Çerçeve, *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 10(1): 137-147.
- Çivitçi, N. & Arıcıoğlu, A. (2012). Beş Faktör Kuramına Dayalı Kişilik Özellikleri, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23: 78 - 96.
- Dal, N. E. & Dal, V. (2014). Kişilik Özellikleri ve Sosyal Ağ Sitesi Kullanım Alışkanlıkları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Mehmet Akif Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11); 144-162.
- Develi, E. I., Şahin, B. E. & Sevimli, Y. (2011). Entrepreneurship And Importance Of Personality On Entrepreneurship: A Research On Trainees Of Entrepreneurship Education Program. *International Journal Of Business And Management Studies*, 3(1):115-124.

- Eser, G. & Özdemirci, A. (2016). Personality Characteristics And Business Philosophy: An Entrepreneurship Experiment, *European Journal of Business and Social Sciences*, 4(11):70 -87.
- Goldberg, L. R. (1992). The development of markers for the Big-Five factor structure. *Psychological Assessment*, 4, <https://ipip.ori.org/>: 26-42.
- Gürol, Y. & Atsan, N. (2006). Entrepreneurial Characteristics Amongst University Students., *Education Training*, 48(1): 25-38.
- Horzum, M.B., Ayas, T. & Padır, M.A. (2017). Beş Faktör Kişilik Ölçeğinin Türk Kültürüne Uyarlanması, *Journal of Education*, 7(2), 398-408.
- Irawan, A., Suryanto, S. & Mashud, M. (2019). The Dimensions Of Social Entrepreneurship, *Journal of Economics Business and Political Researches*, 4(8):91-100.
- Irengün, O. & Arıkboğa, Ş. (2015). The Effect of Personality Traits On Social Entrepreneurship Intentions: A Field Research, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 195: 1186 -1195.
- Ismail, N. B., Osman, A. A. & Zain, Z. M. (2014). The Influence Of Personality Traits On Social Entrepreneurial Value Creation, *2nd Asean Entrepreneurship Conference*: 1-8.
- Jiao, H. (2011). A Conceptual Model for Social Entrepreneurship Directed Toward Social Impact on Society, *Social Enterprise Journal*, 7(2): 130-149.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 5.Baskı, Ankara, Asil Yayın Dağıtım.
- Kerr, S., P., Kerr, W., R. & Xu, T. (2017). Personality Traits of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature, https://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/18-047_b0074a64-5428-479b-8c83-16f2a0e97eb6.pdf: 1-52.
- Kırılmaz, S. (2012). *Sosyal Girişimciliğin Başarı Faktörlerinin Girişimci Kişilik ve Dönüştürücü Liderlik Bağlamında Araştırılması*, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Kırılmaz, K. S. (2014). Sosyal Girişimcilik Boyutlarına Kuramsal Bir Bakış, *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(2) :55-74.
- Koh, H. C.(1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics A study of Hong Kong MBA Students, *Journal of Managerial Psychology*, 11(3): 12-25.
- Kümbül-Güler, B. (2008). *Sosyal Girişimciliği Etkileyen Faktörlerin Analizi*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Doktora Tezi.

- Laze, J. (2020). Development Of Social Enterprises And Their Impact On Society: Albania Case, *Proceedings of the Third EBOR Conference*: 77-104.
- Liu, C., Marchewka, J., T., Lu, J. & Yu, C.,S. (2005). Beyond Concern-A Privacy-Trust-Behavioral İntention Model Of Electronic Commerce, *Information & Management*, 42: 289-304.
- Madhooshi, M. & Samimi, M. H. J. (2015). Social Entrepreneurship & Social Capital: A Theoretical Analysis, *American Journal of Economics, Finance and Management*, 1(3): 102-112.
- Mair, J. & Martı, I. (2006). Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight, *Journal of World Business*, 41: 36-44.
- Maniam, B.,Engel, J. & Subramaniam, G. (2018). Examining the Significance and Impact of Social Entrepreneurship, *International Journal of Engineering & Technology*, 7(4.38): 818-824.
- Mthembu, A. & Barnard, B.(2019). Social Entrepreneurship: Objectives, Innovation Implementation and Impact on Entrepreneurship, *Expert Journal of Business and Management*, 7(1):147-177.
- Nga, H. K.J. & Shamuganathan, G. (2010). The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start Up Intentions, *Journal of Business Ethics*, 95: 259–282.
- Nga, J. K. H., Priale, M. A., Darmohraj, A., Moschetti, M., Fuchs, R. M. & Saenz, M. (2018). Personality Traits And Social Entrepreneurship Dimensions In Peru And Argentina, *COMPENDIUM, ISSN Online 1390-9894*, 5(11): 120 - 144.
- Özbezek, B.D. (2018). *Kontrol Odağı ve Duygusal Zekânın Liderlik Etme Motivasyonuna Etkisi Üzerine TRC1 Bölgesinde Bir Araştırma: Üniversite Öğrencileri Örneği*, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Paksoy, H.M., Özbezek, B.D. & Gül, M. (2019). Kişilik Özellikleri ve Sosyal Sorumluluk Bilincinin Sosyal Girişimcilik Özelliklerine Etkileri Üzerine Bir Araştırma, *Turkish Studies - Social Sciences*, 14(3): 973-1006.
- Rothmann, S. & Coetzer, E. P. (2003). The Big Five Personality Dimensions and Job Performance, *SA Journal Of Industrial Psychology*,29 (1): 68-74.

- Sığrı, Ü. & Gürbüz, S. (2011). Akademik Başarı ve Kişilik İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma, *Savunma Bilimleri Dergisi*,10(1): 30-48.
- Yan, J. (2010). The Impact of Entrepreneurial Personality Traits on Perception of New Venture Opportunity, *New England Journal of Entrepreneurship*, 13(2): 1-16.
- Zhao, H. & Seibert, S. E. (2006). The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status: A Meta-Analytical Review, *Journal of Applied Psychology*, 91(2): 259–271.
- Zhao, H., Seibert, S. E. & Lumpkin, G. T. (2010). The Relationship of Personality to Entrepreneurial Intentions and Performance: A Meta-Analytic Review, *Journal of Management*, 36: 381-404.

BÖLÜM 16

EKO TASARIM, EKO TASARIM ARAÇLARI, EKO TASARIM UYGULAMALARI VE TEKSTİLDE EKO TASARIM

Dr. Nezahat ÇETİN¹

¹ Serbest Araştırmacı, cetinnezahat@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-6843-1849

GİRİŞ

Dünyamız her geçen gün daha fazla çevre sorunuyla karşı karşıya kalmaktadır. Kullandığımız birçok hammadde, bileşen malzeme, araç, ürün vb. dolaylı veya dolaysız olarak çevremize zarar veren atıklar, etkiler oluşturmaktadır. Birçok sanayi dalı, birçok farklı sektör, değişik oranlarda hava, su ve toprağa verilen atıklar ve etkilerden dolayı çevre kirlenmesine sebep olmaktadır. Hava, toprak, su veya besin zinciri yoluyla yaratılan bu çevre kirliliğinin, insan, bitki, hayvan ve diğer canlıları olumsuz olarak etkilediği bilinmektedir. Dünya Sağlık Örgütü tarafından yapılan bir araştırmaya göre; çevresel riskler artık dünyanın en tehlikeli hastalıklarının ve yaralanmalarının 100'den fazlasına katkıda bulunmakta ve yılda 12,6 milyon insanı öldürmektedir. Bu oran, neredeyse tüm ölümlerin dörtte biri veya %23'ü anlamına gelmektedir (Nabil, 2021. s.2). Atmosfere verilen sera gazlarının artması, iklim değişiklikleri, atık malzemelerin artışı, tehlikeli ve zararlı kimyasalların kullanımı, toprak kaybı, su kaynaklarının azalması veya kirlenmesi, dolaylı veya dolaysız çevre riskleri yaratmakta ve bu durumun bütün canlılar ve gezegen için bir tehdit oluşturduğu belirtilmektedir. Bu tehditlerin bertaraf edilmesi, geleceğimiz ve gelecek nesillerin yaşam ihtiyaçlarının sağlanması açısından bir gereklilik oluşturmaktadır.

Günümüzde birçok endüstri dalının çevre açısından zararlı, olumsuz etkileri olduğu bilinmektedir. Tekstil ve giyim endüstrisi de çevre kirliliğinin sorumlularından olan sektörlerdendir denilebilir. Diğer sektörlerle karşılaştırıldığında; örneğin Bilişim Teknolojileri sektörü ve ilgili altyapı ve iletişim ağlarının küresel karbon emisyonlarının %4'üne katkıda bulunduğu tahmin edilmekteyken, buna karşın tekstillerin küresel karbon emisyonlarının yaklaşık %10'undan sorumlu olduğu belirtilmektedir (Salo, Suikkanen ve Nissinen, 2020, s. 2655).

Tekstil ürünleri, hayatlarının her aşamasında muazzam bir ekolojik ayak izine sahiptir. Her zamankinden daha fazla giysi üretilip, tüketilip, atıldıkça, tekstil endüstrisinin izlediği, mevcut doğrusal üretim modeli, gezegenimiz üzerinde (kaynakları, çevresi ve iklimi) büyük bir baskı oluşturmaktadır. Tekstil ve moda sektörü, baş döndürücü bir hızla artmaya devam etmektedir. 2000 ve 2015 yılları arasında, Avrupa Birliği genelinde her yıl, giysi ve tekstil ürünlerine 527,9 milyar € harcanmasıyla, dünyada üretilen giysi miktarı iki katına çıkmış bulunmaktadır. Bu tüketim hızı yavaşlamadıkça, gezegenimiz bu hızlı moda akımının kurbanı olacak gibi görünmektedir. Giysilerin daha dayanıklı olması, daha uzun süre kullanılması, yeniden kullanımı ve onarılmasının kolay olması ve zararlı malzemelerin

kullanılmaması, tekstil sektörünün çevre üzerindeki etkilerini önemli ölçüde azaltacaktır (Botta ve Cabral, 2021). Buradan, ürün yaşam döngülerinin dikkate alınarak, her adımın titizlikle incelenmesi, çevreyi olumsuz olarak etkileyebilecek hammaddelerin, bileşen malzemelerin, süreçlerin, sistemlerin ve faaliyetlerin öncelikle değerlendirilmesi gerektiği söylenebilir.

Ürünlerin en önemli yaşam döngüsü aşamalarından birisi, tasarım aşaması olarak belirtilmektedir. Burada ürünü daha iyi tasarlamamanın çok önemli bir yeri bulunmaktadır. Bunun nedeni; ürünün çevresel etkilerinin %80'e varan kısmının, tasarım aşamasında belirlenmesidir (Botta ve Cabral, 2021). Ürünün bütün aşamalarında kullanılacak malzemelerin ve ürünü üretmede kullanılacak sistemlerin, süreçlerin, uygulamaların en başta çevreci felsefede tasarlanması gerekmektedir.

Endüstriyel ürünlerin tasarlanıp üretilmeleri için, üretim süreçlerinin, sistemlerinin ve teknolojilerinin daha çevreci olmalarına çalışılmakta ve çeşitli tasarım modelleri planlanmaktadır (Özen, ve İşmal, 2021). Çevreye Duyarlı Tasarım (Design for environment-DfE) yaklaşımı bunlardan birisidir. Bu yaklaşım, aynı zamanda Eko tasarım veya Yeşil Tasarım olarak da bilinmektedir (İşmal, ve Yıldırım, 2011). Eko tasarım; ekolojik ve ekonomik gereklilikleri dengeleyerek, çevresel boyutların ürün geliştirme sürecine entegrasyonu olarak tanımlanmaktadır. Eko tasarım, ürün yaşam döngüsü boyunca, mümkün olan en düşük çevresel etkiyi yaratan ürünler için çabalayarak, ürün geliştirme sürecinin tüm aşamalarında, çevresel boyutları göz önünde bulundurmaktır (European Environment Agency, 2001).

Çevreye duyarlı ürünler tasarlamak, üretmek konularıyla ilgili çalışmalar yapılmakta, öngörüler ve gereklilikler ortaya konmaktadır. Eko tasarım yaklaşımları, çeşitli endüstriyel sektörler tarafından geliştirilmiştir. Örneğin elektronik sektörü, yaygın olarak “Yeşil Elektronik” olarak adlandırılan bir temiz üretim konseptleri yelpazesi geliştirmiştir. Bu yaklaşımda, Eko verimlilik yerine “Eko değer” yaratmanın önemli olduğu vurgulanmaktadır. Eko değer terimi; bir ürünün sahiplik maliyetlerinin çevresel yüküne oranı olarak tanımlanmaktadır. Eko tasarım için önemli olan, düşük eko yüküne sahip yüksek tüketici değeri olan ürünler yaratmaktır (Koehler, 2013). Çevreye zararı en az düzeyde veya hiç olmayan ürünler üretmek, yüksek kalitede, dayanıklı, kullanım ömrünü gerçek anlamda sağlayan ürünleri tüketiciye, kullanıcıya sağlamak, sektörler için önemli hedeflerdir denilebilir.

Şirketler, uzun vadede sürdürülebilir bir başarı arayışında olduklarından, ürün, süreç, sistem, üretim tasarımı giderek daha önemli hale

gelmektedir. Bunun nedeni; bir ürünün sadece mevcut sistemlerde nasıl üretileceği, dağıtılacağı, kullanılacağı ve imha edileceği konusundaki iyileştirmeler değil, aynı zamanda çevresel uyumlulukları da kapsayan, tümüyle yeni sistemlere yönelik dönüşümlerde yapılacak iyileştirmelerin ele alınmasıdır. Eko tasarım, ürün ve süreç geliştirmede çevresel hususların sistematik entegrasyonuna odaklanmak için genelleştirilebilir, yeniden tasarlanabilir (Salo, ve diğerleri, 2020). Bir ürünün tasarımında sadece fiziksel özellikleri değil, aynı zamanda üretilme, paketleme, dağıtılma, kullanılma, geri dönüşüm, geri kazanım ve bertaraf edilme yöntemleri de belirlenmektedir (Koehler, 2013). Ürün tasarımının en başta çevreye vereceği olumsuz etkilerin hesaba katılarak yapılması, ürünle ilgili bütün süreçlerin göz önüne getirilmesi, ürünün bütün yönleriyle değerlendirilmesi, eko tasarımın önceliklerinden sayılabilir. Bunun sağlanması için gezegenimizdeki her insanın, her kuruluşun, her yapının eko tasarımı yaşayan bir unsura dönüştürme çabasında olması gerekmektedir.

Yaşadığımız coğrafyadan dünyanın diğer coğrafyalarına üretim yapan tüm sektörler tarafından, çevreye duyarlı yaklaşımların benimsenmesi ve bazı önlemlerin alınması, geleceğimiz açısından elzem niteliktedir. Bu bağlamda, üretim süreçlerinin her adımında, öncesinde ve sonrasında, doğayı düşünerek hareket etmeleri, ortaya çıkan ürünlerin, etkilerin, bütün insanlığa vereceği zararların, minimuma indirmeye çalışmalarının yapılması gerekmektedir. Bunu dikkate alan firmalar, kuruluşlar, şirketler geleceği daha çabuk yakalamış, yarınlara çevre güvenliğini daha erken sağlamış olacaklardır. Şirketlerin kendi iç dinamikleriyle konuyu ele almaları, mevzuat ve zorlayıcı kuralları, sürece katkı olarak değerlendirmeleri, sorunun anlaşılmasına ve çözüme katkı sunacaktır.

Çevresel kriterlerin dahil edilmesi ve çevresel sorumluluğun raporlanması ile bir şirketin sosyal imajı, marka imajı da iyileştirilmektedir. Eko tasarımı temel alan şirketler, genel olarak rakiplerinden daha yenilikçi ve girişimci olmakta ve personel motivasyonu da artmaktadır. Çevresel iletişim ve pazarlama, müşterilerin ve tüketicilerin çevresel bilgi ve farkındalıklarını geliştirebilir, çözümün bir parçası olmalarını sağlayabilir. Çevre için Tasarım (DfE) veya eko tasarım, son yıllarda sürdürülebilir üretime katkısını arttırmaktadır. Ürün tasarımı, yaşam döngüsü çevresel etkilerine katkı açısından önemli bir yaşam döngüsü aşamasıdır (Mengual ve diğerleri, 2014). Bundan dolayı ürün tasarımında eko tasarım stratejilerini uygulamanın, ürünün çevreye dost olarak yaşam döngüsüne başlamasını sağlayacaktır. Ürün ve yaşam döngüsü tasarımında eko tasarımın uygulanması; geliştirilmiş bazı

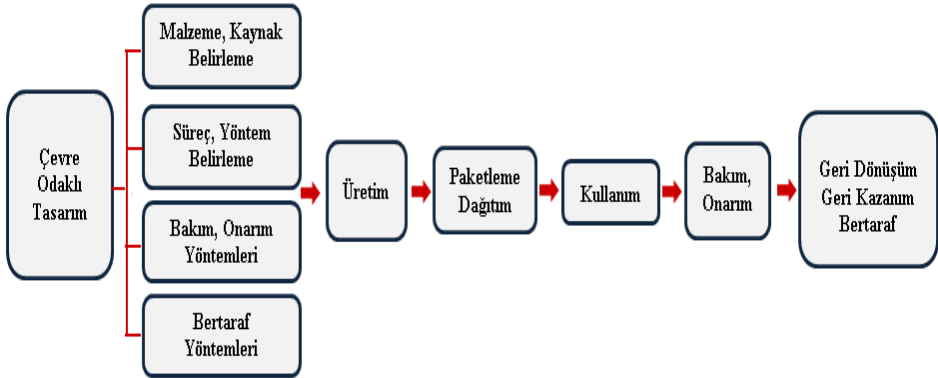
eko tasarım stratejilerinden, yaklaşımlarından yararlanarak, eko tasarım ilkelerini gözeterek, eko tasarım yöntem ve araçlarını belirleyip, uygulayarak ve sonuçların tespitinde, standartlardan, laboratuvarlardan, üçüncü taraf bağımsız kuruluşlardan faydalanarak yapılabilir.

Bu çalışma, eko tasarımın gezegenimiz ve canlılar için olan önemini ortaya konması konusunda farkındalık yaratmak, örnek uygulamalara dikkat çekmek ve teorik bir inceleme oluşturmak amacıyla yapılmıştır. Araştırmada doküman incelemesi yöntemi uygulanmış, ilgili literatür taramaları yapılarak, veriler elde edilmiştir. Çalışma; literatür taraması, analiz ve bulguların ortaya konulması aşamalarından oluşmaktadır. Eko tasarım kavramı, eko tasarım araçları, eko tasarımın faydaları, eko tasarım uygulamaları ve tekstilde eko tasarım konularıyla ilgili araştırmalar yapılmış, veriler toplanarak, analiz edilmiştir.

1. EKO TASARIM

1.1.Eko Tasarım Kavramı

Eko tasarım; ürünün tüm yaşam döngüsü boyunca, çevresel performansını iyileştirmek amacıyla, çevresel boyutların ürün tasarımına entegrasyonu olarak tanımlanmaktadır(2009/125/EC Yönetmeliği, 2009). Eko tasarımla ilgili olarak, birçok ülkede bazı standartlar, bazı kurallar, bazı stratejiler uygulamaya konulmaktadır. Uluslararası Standardizasyon Örgütü(ISO-International Organization for Standardization); 167 ülkenin ulusal standartlar kuruluşlarının üyelerinden oluşan, bağımsız, uluslararası bir sivil toplum kuruluşudur. ISO'nun yayınladığı "ISO 14006:2020 Environmental management systems-Guidelines for incorporating ecodesign" standardında eko tasarım kavramı; **bir ürünün yaşam döngüsü boyunca olumsuz çevresel etkilerini azaltmak amacıyla, tasarım ve geliştirmede, çevresel hususları dikkate alan, sistematik bir yaklaşım olarak tanımlanmaktadır** (ISO 14006). Eko tasarımın amacı; bir ürünün hammadde ve satın alınan bileşenlerin tedarik edilmesinden, tasarım, üretim, dağıtım, kullanım ve kullanım ömrü sonunda elden çıkarılmasına(geri dönüşüm, geri kazanım ve bertarafı) kadar olan tüm yaşam döngüsü aşamalarında, belirli çevresel etkilerini en aza indirmek veya önlemektir (Clark, Adams, ve Charter, 1999-2002). Çevre odaklı tasarım yaklaşımı Şekil 1'de verilmektedir.



Şekil 1: Çevre Odaklı Tasarım Yaklaşımı.

Eko tasarım, kısaca çevreye daha az zarar veren, çevreye duyarlı ürünlerin tasarımını ifade etmektedir. Ürünlerin tüm yaşam döngüsü boyunca çevresel etkilerini özel olarak dikkate alarak, ürünler tasarlamaya yönelik bir yaklaşımdır. Eko tasarım, aynı zamanda bir ürünün estetik ve fonksiyonel özelliklerini de arttırmaktadır (Aishwariya ve Greeshma, 2019). Eko tasarımın ürünün birçok özelliğine katkı sunmasının yanı sıra tüketici de oluşturduğu çevre algısı da dikkat çekmektedir. Bu algı, çevreyle ilgili daha geniş çerçevede bir yaklaşımı öngörmektedir.

Eko tasarım; küresel bir çevre duyarlılığı yaklaşımıdır ve çevreyle ilgili zararları en aza indirmeyi, mümkünse önlemeyi hedeflemektedir. Eko tasarım yaklaşımı; küresel bir yaklaşımın “çok adımlı” ve “çok kriterli” parçası olarak adlandırılmaktadır (Aishwariya ve Greeshma, 2019).

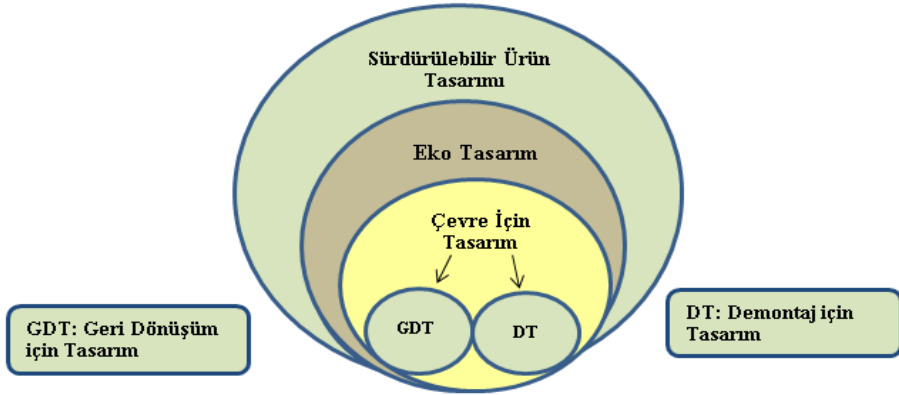
Çevre için tasarım (DfE), yeşil tasarım ve sürdürülebilir tasarım veya sadece eko tasarım gibi terimlerin biraz farklı anlamları bulunmaktadır (Niinimäki, 2006, s. 67). Bu terimlerin anlamları ve aralarındaki yakınlıklar ile incelikler aşağıda verilmiştir.

Eko Tasarım: Bir ürünle ilişkili çevresel etkiyi, hammaddeden üretime, dağıtımdan kullanıma ve kullanımdan ömrünün sonuna kadar olan, tüm ömrü boyunca dikkate alan bir tasarım sürecidir. Eko tasarım, çevresel etkiyi azaltmayı ve aynı zamanda ürünün içerik, estetik ve işlevsel yönlerini iyileştirmeyi amaçlamaktadır. Aynı zamanda kişisel, sosyal ve etik ihtiyaçların dikkate alınmasını da içermektedir (Niinimäki, 2006, s. 67). Eko tasarımın daha çok ürün ve ürün yaşam döngüsüyle ilgili olduğu söylenebilir.

Çevre için Tasarım (DfE): Ürünün tüm ömrü ile ilgili çevre, sağlık ve güvenlik konularının analizidir. Buradaki fikir, ürünün üretimi, kullanımı, dağıtımı ve bertarafı veya yeniden kullanımı sırasında, kaynak tükenmesini

ve israfı azaltmaktır. DfE, eko tasarım ile eşanlamlıdır, ancak aynı zamanda “Geri dönüşüm için tasarım” veya “Demontaj için Tasarım” gibi bir ürünün belirli çevresel faydalarına da atıfta bulunabilmektedir. Bu durumda DfE, eko tasarımın bir alt kavramıdır (Niinimäki, 2006, s. 67). Çevre için tasarımın özel olarak kullanıldığında, daha çok kaynakların kullanımı ve yerine konmasını, önceliğe aldığı söylenebilir.

Sürdürülebilir Ürün Tasarımı: Ürünlerin sosyal ve ekonomik refaha katkıda bulunduğu, çevre üzerinde ihmal edilebilir etkileri olduğu ve sürdürülebilir bir kaynak temelinde üretilebildiği, bir tasarım ve uygulama felsefesidir. Bu, eko terimlerin en geniş kavramıdır (Niinimäki, 2006, s. 67) (Şekil 2). Yaklaşım biçimine göre çevreyle ilgili bütün kavramları içine aldığı söylenebilir.



Şekil 2: Eko Tasarım Kavramlarına Bütünsel Bir Bakış Açısı(Poulidikou, 2012).

1.2.Eko Tasarım İlkeleri

Eko tasarımın bazı ilkeleri bulunmaktadır. Bunlar:

- **Hammaddeler, Bileşenler:** Ekolojik, yeniden kullanılabilir, geri dönüştürülebilir ve çevre için toksik olmayan, geri kazanılabilir olmalıdır.
- **Teknolojiler:** Çevre dostu teknolojiler seçilmelidir. Üretim için az enerji, az malzeme ve az yakıt tüketimi gerektiren teknolojilerin seçilmesi önemlidir.
- **Ürün Özellikleri:** Ürünlerin boyutları ve şekli, optimum, işlevsel ve estetik fonksiyonlara uygun olmalıdır.
- **Ürün Rengi:** Kullanıcılara ve çevreye zarar vermeyen renk çeşitleri belirlenmelidir (Aishwariya ve Greeshma, 2019). Örneğin; tekstilde beyaz ve açık renklerin sağlanması, daha az boya, daha az

kimyasal kullanımından dolayı diğer renklere oranla, çevreye daha az zarar verdiği belirtilebilir.

- **Malzeme ve Aksesuarlar:** Kalite veya fiyat oranına tabi olan malzeme ve aksesuarlar kullanılmalıdır (Aishwariya ve Greeshma, 2019). Kaliteli malzeme ve aksesuar kullanımı, ürünün kullanım ömrüne önemli katkı sağlayacaktır. İşlevini, yapması gerektiği süre içinde yapamayan malzeme ve aksesuarlar, ürünün zamanından önce atık, çöp olmasına neden olacaktır. WRAP tarafından gerçekleştirilen araştırmalara göre; bir giysinin kullanım süresinin 9 ay uzatılması, karbon, su ve atık ayak izlerini %20 ila %30 oranında azaltmaktadır (Botta ve Cabral, 2021).
- **Süreçler:** Ürün meydana getirme, birleştirme, üretme tipleri, çevreyi dikkate alarak tasarlanmalıdır. Etkin ve verimli süreçler, üretimde verimliliğin ve kalitenin artmasını sağlayacaktır.
- **Sistemler:** Ürün tasarlama, üretim, paketleme, dağıtım, geri dönüşüm, geri kazanım, bertaraf gibi süreçlerde verimli, etkili sistem ve metotların kullanılması, önemli görülmektedir.(Şekil 3).



Şekil 3: Eko Tasarım İlkeleri

1.3.Eko Tasarımın Faydaları

Eko tasarımın birçok faydası bulunmaktadır. Yüksek düzeyde bir çevre kalitesi, işlevsellik, işletimde güvenilirlik, dayanıklılık ve tamir edilebilirlik gibi faktörler açısından, ürünün kalitesini yükseltmektedir. Bir tasarımcı, çevresel yönleri dikkate alırken, tasarımdaki önemli bir geçerlilik, dayanıklı ürünler yaratmaktır. Bir ürünü iyi test etmek ve ürünün en zayıf noktası kadar dayandığını unutmamak çok önemlidir. Ayrıca, tasarım klasik olmalı ve çok moda olmamalıdır. Bir ürünü onarmak, yeniden kullanmak ve hatta ürünü daha sonra geri dönüştürülebilecek parçalara ayırmanın, mümkün olduğu şekilde tasarlamak, en önde gelen konulardan birisidir (Niinimäki, 2006, s. 73). Örneğin; bir giysinin birleştirme şeklinin kolay sökülebilir olması, onun

onarımını, parça değiştirilebilirliğini olumlu etkileyecektir. Bu şekildeki bir tasarım, ürünün daha uzun süre kullanımını sağlayacak, ürünün hemen çöpe gidip, atık haline dönüşmesini engelleyecektir. Ayrıca geri dönüşüme ve geri kazanıma kolaylık sağlayacaktır.

Eko tasarımın sağladığı faydaların, ürün maliyetlerine kıyasla çok daha yüksek olması gerekmektedir. Yeşil olmayan endüstrinin yani çevre duyarlılığına sahip olmayan endüstrinin yeşil endüstriye(çevreye duyarlı endüstri) dönüştürülmesi durumunda aşağıdaki ekonomik faydalar sağlanmaktadır (Nabil, 2021).

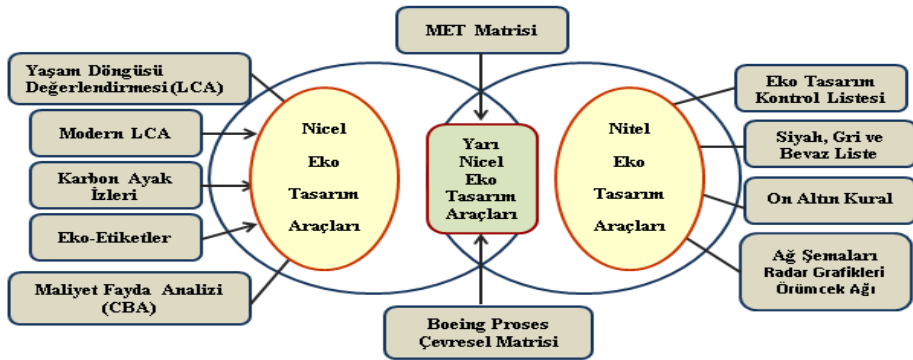
- Çevreye duyarlı ünlü markalar, fabrika ortamına ve çalışma koşullarına büyük önem vermektedir. Bu durum, fabrika ortamlarının ve çalışma koşullarının iyileştirilmesini sağlamaktadır.
- Tüketiciler, çevreye duyarlı fabrikalarda üretilen ürünleri, satın almayı tercih etmektedir. Üretkenlik artırılmakta ve marka imajı yaratılmaktadır.
- Yeşil bir fabrika kurmakla birlikte, geleneksel bir fabrikadan %30 ile %40 daha yüksek yatırım sağlanabilmektedir. Elektrik ve su gibi kamu hizmetlerinin maliyetini azaltmada, uzun vadede para tasarrufu sağlanabilmektedir.
- Çevre dostu veya yeşil teknolojinin benimsenmesi, başlangıçta büyük yatırımlar gerektirmektedir, ancak bu tür bir girişim, rekabet gücünü arttırmaya yardımcı olabilir. Tüketiciler, çevre dostu ürünler için genellikle %10 ile %15 daha yüksek fiyatlar sunmaktadır (Nabil, 2021). Tüketicilerin çevre konusunda bilinçlenmesi, bu kapsamda üretilen ürünlere olan ilgiyi arttırmaktadır.

2. EKO TASARIM ARAÇLARI

Eko tasarıma uygun ürün, süreç, sistem geliştirme aşamasında, çevresel etkilerin tasarım sürecine dahil edilebilmesi için uzman sistemlerle entegre hale getirilmiş, bir çok farklı araç geliştirilmiştir. Eko tasarım araçları olarak adlandırılan bu araçlar, belirli bir sektörden ziyade daha geniş kapsamlı olarak, farklı alanlarda faaliyet gösteren, birçok sektörü kapsamakta ve birçok ürün yelpazesine hitap etmektedir(Top, Özdemir ve Şahin, 2020). Bu araçlar, tasarımcıların çevresel yönleri, ürün geliştirme süreçlerine, entegre etmelerine yardımcı olmaktadır (Salo ve diğerleri, 2020).

Eko tasarım araçları genel olarak üç kategoride sınıflandırılabilir. Bunlar; **nicel**, **yarı nicel** ve **nitel** araçlardır. Nicel eko tasarım araçlarına örnek olarak; Yaşam Döngüsü Değerlendirmesi (LCA), Modern LCA, Karbon Ayak

İzleri, Eko Etiketler ve Maliyet Fayda Analizi (CBA) gibi araçlar verilebilir. Yarı nicel (yarı kantitatif) eko tasarım araçlarına örnek olarak; MET Matrisi, Boeing Proses Çevresel Matrisi gibi araçlar verilebilir. Nitel eko tasarım araçları; Eko Tasarım Kontrol Listesi, Matrisler, Beyaz, Gri ve Siyah Liste, Kontrol Listeleri, Yönergeler, Stratejiler, On Altın Kural ve Ağ Şemaları(Radar Grafikleri, Örümcek Ağı vb.) gibi araçlardır (You ve diğerleri, 2012)(Salo ve diğerleri, 2020). Yaşam Döngüsü Değerlendirmesi, nicel araç kategorisinde, en sık kullanılan yöntemler arasındadır (Poulikidou, 2012, s. 9).



Şekil 4: Nitel, Nicel ve Yarı Nicel Olarak Sınıflandırılmış Eko Tasarım Araçları.

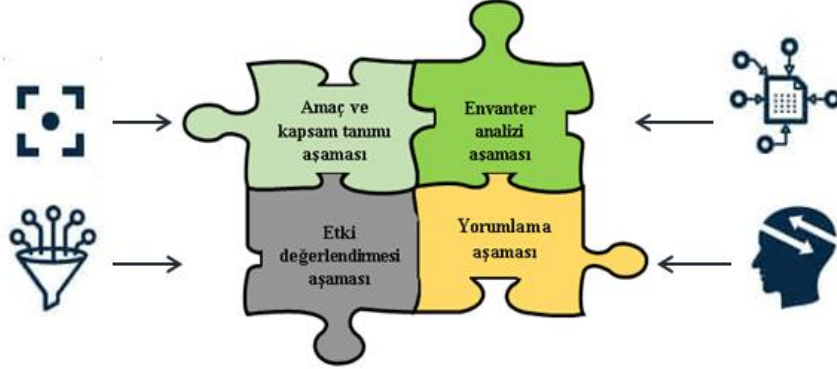
Üretim şirketleri, farklı eko tasarım araçları ve yöntemleri kullanmaktadır. Masui (2009), Japon üreticilerin, ürünlerinin çevresel yönlerini değerlendirmek için genellikle kontrol listelerini ve LCA'yi kullandıklarını bildirmektedir (You ve diğerleri, 2012, s. 965).

“Eco-Innovation Motivations And Ecodesign Tool Implementation in Companies in The Nordic Textile And Information Technology Sectors” (2020) adlı çalışmada; İskandinav tekstil ve BT şirketlerinin özellikle kullandığı eko tasarım araçlarının; Tekstil sektöründe Type 1 eko etiketi, Bilgi Teknoloji şirketlerinde ise LCA, Eko Tasarım Kontrol Listesi, Beyaz, Gri ve Siyah Liste, Karbon Ayak İzi olduğu tespit edilmiştir.

2.1. Yaşam Döngüsü Analizi (LCA)

Yaşam Döngüsü Analizi (LCA), eko tasarım araçlarından birisidir. Hammaddeden başlayarak ürünlerin üretilmesi, kullanımı, dağıtımını, onarımı ve bertarafına kadar olan, bütün çevre ve kaynak tüketimi üzerindeki etkiyi değerlendirmek için kullanılan yöntem, Yaşam Döngüsü Değerlendirmesi olarak bilinmektedir (Aishwariya ve Greeshma 2019). Yaşam Döngüsü

Analizi(LCA), ISO 14040 standardında; **“Bir ürün sisteminin girdilerinin, çıktılarının ve muhtemel çevresel etkilerinin bu ürün sisteminin hayatı boyunca toplanması ve değerlendirilmesidir.”** olarak tanımlanmaktadır. Bir LCA çalışmasında; Amaç ve Kapsam Tanımı Aşaması, Envanter Analizi Aşaması, Etki Değerlendirmesi Aşaması ve Yorumlama Aşaması olarak dört aşama bulunmaktadır(ISO 14040). Bu aşamaların, birbirini tamamladığı ve birbiriyle sürekli bir iletişim halinde olduğu söylenebilir (Şekil 5).



Şekil 5: Yaşam Döngüsü Analizi(LCA)'nın Aşamaları.

LCA yönteminin kullanıldığı *“Plastik Bir Su Isıtıcının Eko-Tasarım Stratejisine Göre Yaşam Döngüsü Analizi”*(2020) adlı çalışmada; su ısıtıcısını meydana getiren bileşenlerin ağırlığı, üretildikleri malzeme ve üretim şekli belirlenerek, toplam LCA değeri ve CO₂ salınım miktarı elde edilmiştir. Revize edilen su ısıtıcı tasarımının, LCA uygulaması yinelenerek, elde edilen sonuçlar karşılaştırılmıştır. İşlem sonucunda; yaklaşık %20 oranında bir iyileştirme sağlandığı tespit edilmiştir(Top, Özdemir ve Şahin, 2020).

2.2.Karbon Ayak İzi

Karbon Ayak İzi; “Her Şeyin Karbon Ayak İzi” kitabının yazarı Profesör Mike Berners-Lee'ye göre, **“bir ürünün üretilebilmesi veya bir faaliyetin yapılabilmesi için gerçekleşmesi gereken tüm sera gazı emisyonlarının toplamı”** olarak belirtilmektedir (Mulvaney, 2022). Karbon ayak izi, Çevresel ayak izi(Ekolojik ayak izi), Ürün karbon ayak izi, Kurumsal karbon ayak izi olarak belirtilen, farklı adlarda ve ölçümlerde ayak izi değerlendirmeleri bulunmaktadır. Karbon ayak iziyle ilgili olarak, tekstil sektöründen örnek verecek olursak; geri dönüştürülmüş malzemelerle bir ton iplik üretiminde yalnızca 2,1 kg CO₂ ortaya çıkarılırken, bir ton polyester iplik

üretiminde; 9,25 kg CO₂ ortaya çıkarılarak, sera gazı emisyonlarına katkıda bulunmaktadır.(Şekil 6) (Alex P, 2017).



Şekil 6: Polyester, Pamuk ve Geri Dönüştürülmüş İplik Sera Gazı Emisyonları(Alex P, 2017).

2.3. Matris Yöntemleri

Bir ürünün çevresel performansının hızlı bir şekilde tahmin edilmesini ve değerlendirilmesini sağlamak ve eko tasarım sürecine yardımcı olmak için geliştirilmiş, farklı matris yöntemleri bulunmaktadır. Matris yöntemleri, genellikle niteliktir ancak aynı zamanda bir çeşit ağırlıklandırma veya derecelendirme de içermektedir (Poulidou, 2012, s. 29). Matris yöntemlerine örnek olarak; MECO, MET, Çevresel hedeflerin konuşlandırılması(EOD), Çevresel Etki Değerlendirme LCA matrisi verilebilir. MET matrisi, bir ürünün yaşam döngüsünün her aşamasında çevresel etkiyi özetlemek için kullanılabilen bir araçtır (Knight ve Jenkins, 2009,) (Tablo 1).

Tablo 1: MET (Malzeme(M), Enerji (E) ve Toksik Emisyonları (T)) Matrisi

		Malzeme	Enerji Kullanımı	Toksik Malzemeler, Emisyonlar, Atık
Hammadde/kaynakların çıkarılması				
Üretim				
Paketleme ve Dağıtım				
Kullanım	Bakım			
	Tamir edilebilirlik			
	Parça değiştirilebilirlik			
Yaşam Sonu	Geri kazanım			
	Geri dönüşüm			
	Bertaraf			

2.4.On Altın Kural

On Altın Kural, şirketlerde ve akademide kullanılan, bir dizi çevresel tasarım kılavuzunun sentezi olarak geliştirilen, genelleştirilmiş bir kılavuzlar kümesidir(Luttropp ve Lagerstedt, 2006, s. 1407). On altın kural, eko tasarım önerilerinin özetine dayanan, on genel yönergeden oluşmaktadır. Önerilen yönergelerin, ürün geliştirme sürecinin, hedef ve özellikler aşamasında, önceden uygulanması amaçlanmıştır (Poulidikou, 2012, s. 19). On Altın Kural geneldir ve üründe doğrudan yararlı olması için özelleştirilmelidir (Luttropp ve Lagerstedt, 2006).

Tablo 2 : On Altın Kural'ın Genel Bir Versiyonu(Luttropp ve Lagerstedt, 2006).

ON ALTIN KURAL	
Bir	Zehirli maddeler kullanmayın, gerekli ama zehirli ise kapalı döngülerden yararlanın.
İki	Geliştirilmiş hazırlık işlemleri sayesinde üretim aşamasında ve nakliyede enerji ve kaynak tüketimini en aza indirin.
Üç	Ürünlerdeki ağırlığı en aza indirmek için yapısal özellikler ve yüksek kaliteli malzemeler kullanın(Bu tür seçimler gerekli olan esneklik, darbe dayanımı veya diğer işlevsel öncelikleri etkilemiyorsa).
Dört	Kullanım aşamasında enerji ve kaynak tüketimini en aza indirin, özellikle en önemli yönleri kullanım aşaması olan ürünler için.
Beş	Onarım ve iyileştirmeyi teşvik edin, özellikle sisteme bağlı ürünler için.
Altı	Uzun ömrü teşvik edin, özellikle kullanım aşaması dışında önemli çevresel etkileri olan ürünler için
Yedi	Ürünleri kir, korozyon ve aşınmadan korumak için daha iyi malzemelere, yüzey işlemlerine veya yapısal düzenlemelere yatırım yapın, böylece daha az bakım ve daha uzun bir ürün ömrü sağlayın.
Sekiz	Erişim yeteneği, etiketleme, modüller, kırılma noktaları ve kılavuzlar aracılığıyla iyileştirme, onarım ve geri dönüşümü önceden düzenleyin.
Dokuz	Az sayıda, basit, geri dönüştürülmüş, karıştırılmamış ve alaşimsız malzeme kullanarak iyileştirme, onarım ve geri dönüşümü teşvik edin.
On	Kullanım ömrü senaryosuna göre, mümkün olduğunca az bağlantı elemanı, vidalar, yapıstırıcılar, kaynak, çitçitli geçmeler, geometrik kilitleme vb. kullanın.

2.5.Beyaz, Gri ve Siyah Liste

Eko tasarımı uygulayan şirketler için ortak bir başlangıç, şirket ürünlerinde kullanılan malzemeler için beyaz, gri ve siyah kontrol listeleri geliştirmektir. Tipik olarak **Beyaz listeler**, kullanılması gereken (zararsız veya çok az zararlı) materyalleri içermektedir. **Gri listeler**, geçerli bir sebep varsa kullanılabilir veya sınırlı olarak kullanılması gereken materyalleri, **Siyah listeler** ise yasaklanmış materyalleri içermektedir. Bu tür araçların tipik temsilcileri, Volvo'nun Beyaz, Gri ve Siyah listeleridir (Luttropp ve Lagerstedt, 2006, s. 1399). Volvo Group, eko tasarım için kendi kılavuzlarını ve kontrol listelerini oluşturan şirketler arasındadır (Poulidikou, 2012, s. 23).

2.6.Eko Etiketler

Eko etiketleme, dünya çapında uygulanan, gönüllü bir çevresel performans belgelendirme ve etiketleme yöntemidir. Bir eko etiket, belirli bir kategoride, çevresel olarak tercih edilebilir olduğu kanıtlanmış, ürün veya hizmetleri tanımlamaktadır. Gereksinimler ve ürün kategorileri, farklılık gösterebilmektedir ancak tüm standartlar, enerji, hava kalitesi, toksisite, su kullanımı, geri dönüştürülebilirlik, doğal kaynakların kullanımı ve diğer ilgili alanları içerebilen, birden çok çevre ve sağlık sorununu ele almaktadır(Global Ecolabelling Network, t.y.) (Şekil7).



Şekil 7: Eko Etiket Örnekleri

2.7.Eko Tasarım Kontrol Listeleri

Nitel araçlar arasında, bir ürünün tüm yaşam döngüsü boyunca çevresel etkilerinin hızlı bir şekilde değerlendirilmesi ve dikkate alınması için kontrol listeleri tercih edilmektedir. En yaygın kontrol listelerinden biri, bir ürünün ihtiyaç analizinden, geri kazanım ve imha aşamasına kadar olan, tüm yaşam döngüsünü kapsayan Eko Tasarım Kontrol Listesi'dir. Bu liste; bir ürünün çevresel yönlerini değerlendirmek için ele alınması gereken temel soruları sağlamakta ve tüm yaşam döngüsünün her bir aşaması için birkaç tasarım çözümü sunmaktadır(You ve diğerleri, 2012, s. 965-966). Kontrol listesi, çevresel performansın yanı sıra ürünün işlevsel yönlerinin değerlendirildiği, bir dizi sorudan oluşmaktadır. Ürün geliştirme sürecinin erken safhalarında uygulanması amaçlanmaktadır, ancak bazı sorular, ürünün tüm tasarım ve üretim yönleri tanımlandığında elde edilebilecek, daha ayrıntılı bilgiler gerektirmektedir(Poulikidou, 2012, s. 22)(Tablo 3).

Tablo 3: Eko Tasarım Kontrol Listesi Örneği(Knight ve Jenkins, 2009, s. 554).

Yaşam Döngüsü Aşamaları	Tasarım Kriterleri/ Özellikler	E	H	Yorumlar
Ürün/Sistem tasarımı	- Basitlik - Kaynak azaltma			
Hammmadde Malzeme Tedariği	- Geri dönüştürülmüş veya yenilenebilir malzemeleri belirtme - Zararlı, toksik maddelerden kaçınmak			
Üretim Dağıtım	- Üretim için tasarım - Minimum enerji kullanımı için tasarım - Kirliliğin en aza indirilmesi için tasarım - Atıkların en aza indirilmesi için tasarım - Zararlı maddelerin kullanımının azaltılması için tasarım			
Paketleme	- Yeniden kullanılabilir ambalajlar için tasarım			
Kullanım	- Enerji tasarrufu için tasarım - Kirliliğin en aza indirilmesi için tasarım - Atıkların en aza indirilmesi için tasarım - Zararlı, toksik malzemelerin kullanımının azaltılması için tasarım - Sarf malzemelerinin kullanımının azaltılması - İyileştirme için tasarım			
Yaşam Sonu	- Malzeme geri kazanımı için tasarım - Bileşen geri kazanımı için tasarım - Demontaj için tasarım - Geri Kazanım için tasarım - Ayrılabilirlik için tasarım - Atığın geri kazanımı ve yeniden kullanımı için tasarım			

3. EKO TASARIM UYGULAMALARI

Eko tasarım uygulamaları başta Avrupa Birliğinin mevzuat çalışmaları olmak üzere bir çok farklı kuruluş tarafından yapılmaktadır. Avrupa Birliği, ürünler veya sektörler için çevresel kurallar belirlemede, bir çok yönerge, yönetmelik, mutabakat, strateji gibi mevzuat çalışmasına sahip bulunmaktadır. En yararlı örneklerden biri, enerji ile ilgili ürünlere ilişkin gereksinimlere yönelik yapılan çalışmalardır. Avrupa Birliği'nin 21 Ekim 2009 tarihli ve 2009/125/EC sayılı "Enerji İle İlgili Ürünler İçin Eko-Tasarım Gerekliklerinin Belirlenmesi İçin Bir Çerçeve Oluşturulması"(ErP Yönetmeliği) olarak adlandırılan çerçeve bir Yönetmeliği bulunmaktadır. Bu Yönetmeliğin kapsamı; enerji ile ilgili bütün ürünleri kapsayacak şekilde genişletilmiştir(2009/125/EC Yönetmeliği). Diğer taraftan, Uluslararası Standardizasyon Örgütü(ISO); çevresel yönleri, çevreyle ilgili duyarlılıkları, ürün tasarımı ve geliştirme süreçlerine entegre etmek için sistematik bir prosedürün ana hatlarını çizen, teknik bir rapor olan ISO/TR 14062:2002

standardını yayınlamıştır. Kılavuz durumundaki bu belge, çevre yönetimine ilişkin bir standart olan ISO 14040 standart serisine aittir ve eko tasarımdaki en iyi uygulamaları belirlemektedir(Koehler, 2013, s. 55).

AB eko tasarım uygulamalarını daha geniş alana yaymak için gıda, yem ve ilaçlar dışında AB pazarındaki hemen hemen her türlü fiziksel mal için geçerli olacak bir Yönetmelik önerisini devreye sokmaktadır. Bu amaçla, **Sürdürülebilir Ürünler için Eko Tasarım Yönetmeliği Önerisi** ve **Sürdürülebilir ve Döngüsel Tekstiller için AB Stratejisini** 30 Mart 2022'de yayınlamıştır.

Sürdürülebilir Ürünler için Eko Tasarım Yönetmeliği Önerisi, eko tasarım çerçevesini enerji ile ilgili ürünlerin çok ötesine taşımaktadır. Bu Öneride; eko tasarım yaklaşımı, çok geniş bir ürün yelpazesine uygulanarak ve çok çeşitli olarak hedeflenen ürün gerekliliklerinin belirlenmesi sağlanarak, ürünlerin en zararlı çevresel etkilerinin ele alınması amaçlanmaktadır. Bu nedenle, Döngüsel Ekonomi Eylem Planında; listelenen sürdürülebilirlik ve döngüsellik yönlerine dayalı olarak, eko tasarım gereksinimlerinin belirlenmesi için bir çerçeve ortaya konmaktadır. Listelenen eko tasarım gereklilikleri; ürün dayanıklılığı, yeniden kullanılabilirlik, iyileştirilebilirlik ve onarılabilirlik, ürünlerde endişe verici maddelerin varlığı, ürün enerji ve kaynak verimliliği, ürünlerin geri dönüştürülmüş içeriği, ürünün yeniden üretimi, yüksek kaliteli geri dönüşüm, ürünlerin karbon ve çevresel ayak izlerinin azaltılmasıdır(European Commission(142 final), 2022)(Şekil 8).



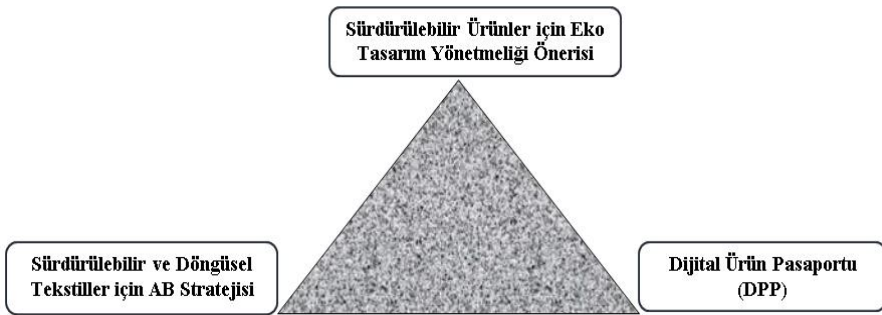
Şekil 8: Eko Tasarım Gereklilikleri

Sürdürülebilir ve Döngüsel Tekstiller için AB Stratejisi, tekstil sektörünün geçişi için tutarlı bir çerçeve ve vizyon yaratmayı amaçlamaktadır. Bu strateji sayesinde; 2030 yılına kadar AB pazarına sunulan tekstil ürünleri, uzun ömürlü ve geri dönüştürülebilir, büyük ölçüde geri dönüştürülmüş

elyaftan yapılmış, tehlikeli madde içermeyen, sosyal haklara ve çevreye duyarlı olarak üretilmiş ürünler haline gelecektir. Rekabetçi, dayanıklı ve yenilikçi bir tekstil sektöründe üreticiler, atık haline geldikleri zamanlar da dahil olmak üzere, değer zinciri boyunca ürünlerinin sorumluluğunu üstleneceklerdir. Tekstillerin yakılması ve düzenli depolanması minimuma indirilirken, yenilikçi, elyaftan elyafa geri dönüşüm için yeterli kapasitelerle yönlendirilen, döngüsel tekstil eko sistemi gelişecektir (European Commission(141 final), 2022).

Eko tasarımı sağlamada, yalnızca enerji verimliliğine değil, aynı zamanda dayanıklılık, tamir edilebilirlik, geri dönüştürülebilirlik ve diğer döngüsel ekonomi özelliklerine odaklanan ürün gerekliliklerinin de dikkate alınması gerekmektedir (Sinkevicius, 2022). Bu durum, ürünlerin daha uzun süre dayanmasını, daha az bozulmasını ve daha kolay onarılmasını, daha kolay geri dönüştürülmesini, daha kolay geri kazanılmasını sağlamakla ilgilidir.

Eko tasarımın sağlanmasında diğer bir husus, tüketicilerin, raflardaki ürünlerin etkileri hakkında daha fazla şey bilmesini sağlamaktır. Bunun uygulanabilir olması, tüketicilerin daha sürdürülebilir seçimler yapmasını sağlayacaktır. **Dijital Ürün Pasaportları**, bir kural haline gelmeli ve ürünler için, örneğin tamir edilebilirlik, bakım kolaylığı, geri dönüştürülebilirlik puanlarına göre etiketleme imkanı da sunulmalıdır(Sinkevicius, 2022). Bu tür bir bilgilendirme; ürünle ilgili bilgi akışının sağlanması; ürünün kullanımı, bakımı, ömür sonu işlemleri(geri kazanılabilirlik, geri dönüştürülebilirlik, bertaraf gibi) gibi konuların bilgilendirmesinin ve puanlamasının yapılması anlamına gelmektedir(Şekil 9).



Şekil 9: Eko Tasarım İçin Temel Öneriler.

Eko tasarımın uygulanmasından bahsederken, atık yönetimi, israftan kaçınma, atığın kaynak olarak kullanılması, satılmayan tüketim mallarının kullanılmadan çöpe dönüşmesinin engellenmesi, konularının da çözülmesi gerekmektedir. Bu konunun iki şekilde ele alınacağı belirtilmektedir. Bunlardan **ilki, şirketlerin neyi, neden attıkları hakkında bilgi yayınlamaya mecbur bırakılması, ikincisi ise belirli ürün veya ürün grupları için imha uygulamasının tamamen yasaklanmasıdır** (Sinkevicius, 2022). Ürünlerin akıbetiyle ilgili bilgilerin belirli yerlerde toplanması sağlanarak, bazı ileri iyileştirme, geri kazanım, geri dönüşüm teknikleri uygulanabilir. Bunun mevzuatla zorunlu haline getirilmesi, eko tasarım için elzem niteliktedir denilebilir.

Eko tasarım farklı ürün türlerine uygulanmış ve belirli sektörler için birkaç kılavuz geliştirilmiştir. Bunlara örnek olarak; şehir mobilyaları (sokak lambası, çöp kutusu, tezgah), ev ürünleri (ev aletleri), elektrikli ve elektronik cihazlar ve ambalajlama sektörleri verilebilir (Mengual, ve diğerleri, 2014). Her sektör kendi yaklaşımları ve kendi ürünlerinin türü ve kendi ihtiyaçları doğrultusunda, farklı adımlar belirleyebilmektedir. Tekstil ve hazır giyim sektörünün de ürünlerine ve ihtiyaçlarına göre bir yol haritası uygulaması gerekmektedir.

Eko tasarımın uygulandığı örnek sektörlerden biri olan Elektronik endüstrisi "**Uygulamalı Eko-Tasarım**" kavramını geliştirmiştir (Koehler, 2013, s. 55). Bu eko tasarım yaklaşımı; Yaşam döngüsü değerlendirme yöntemlerini(LCA), Çevresel kıyaslama yöntemlerini ve Yasal uyum planlarını içermektedir. Yeşil elektronik tasarımındaki öncüler, genel yaşam döngüsü etkilerini gözden geçirmenin ötesinde, her yeni ürünün **özel yaşam döngüsü analizi** gerektirdiğini belirtmektedir. Tasarım kararları alırken, teknoloji tasarımcılarını destekleyenler; **tasarım kuralları, kontrol listeleri ve standartlardır**. Atık Çerçeve Direktifi 2008/98/EC, atık önlemenin yeniden kullanım, geri dönüşüm, diğer geri kazanımlar, enerji geri kazanımına göre öncelikli olduğu, atık yönetim stratejileri hiyerarşisini ve bertarafını belirtmektedir. Bu nedenle, yeni ürünlerin geliştiricileri, Genişletilmiş Üretici Sorumluluğuna (EPR) sahiptir. Avrupa ikiz yönergeleri WEEE ve ROHS, Elektrikli ve Elektronik Ekipman(EEE) üreticilerine EPR ilkesini dayatmaktadır (Koehler, 2013, s. 55). Elektronik sektörü eko tasarımında odak alanlar aşağıdaki hususları kapsamaktadır.

- Avrupa RoHS direktifi tarafından, belirli tehlikeli maddelerin EEE'den aşamalı olarak kaldırılması gerektiği belirtilmektedir. Belirtilen tehlikeli maddeler; kurşun (Pb), civa (Hg), kadmiyum

(Cd), altı değerlikli krom (Cr6+), polibromlu bifeniller (PBB) ve polibromlu difenileter (PBDE) dir. Bu Düzenleme, yalnızca AB üye ülkelerinde yasal olarak bağlayıcı olmasına rağmen **elektronik sektörü üzerinde küresel bir etkiye sahiptir**(Koehler, 2013, s. 55). Tekstil sektöründe de bu şekilde yapılacak bazı mevzuatların küresel etki gösterecek şekilde düzenlenmesi, tekstil eko tasarımına katkıyı arttıracaktır.

- ErP Yönetmeliği, kullanım aşamasına odaklanmaktadır ve Geri Dönüşüm için tasarıma yönelik tam bir ürün yaşam döngüsü perspektifinden yoksundur.
- Geri dönüşüm için tasarım (DfR), Avrupa WEEE yönergesi tarafından EPR ilkesi aracılığıyla dolaylı olarak teşvik edilmektedir (Koehler, 2013, s. 55).

4. TEKSTİLDE EKO TASARIM

Tekstil ve tekstil ürünleri için zorunlu eko tasarım gereklilikleri, tekstil sektörünün çevresel etkilerini azaltmak ve sektörü döngüsel hale getirmek için önemli bir araçtır (Ecos, 2021). Tekstil ve hazır giyim sektöründe eko tasarım, öncelikle elyaf üretimi ve tekstil üretiminin değer zinciri boyunca çevresel etkilerinin incelenmesiyle başlamaktadır. Her biri, sürdürülebilirliğin farklı yönlerini gösteren adil ticaret etiketlerinin yanı sıra çeşitli eko etiketleme şemaları bulunmaktadır. Tekstil sektörü, başta çevre yönetimi konuları olmak üzere üretim süreçlerinde oluşan çevre kirliliğini önlemeye yönelik çaba sarf etmektedir. Öncelikle boya, ağartıcı, tuz gibi kimyasalların azaltılmasına, atık suyun arıtılması kadar suyun daha verimli kullanılmasına özen gösterilmektedir. Diğer taraftan, hazır giyim endüstrisi, "Yeşil Tekstiller" için tüketici talebine giderek daha fazla yanıt vermektedir. Yeşil tekstiller için tasarım, tedarik zincirini yeşillendirmeye yani zararlı maddeler kullanan üretim adımlarının ortadan kaldırılmasına ve hammadde seçimine odaklanmaktadır (Koehler, 2013, s. 55). Üretim adımlarının, süreçlerinin, sistemlerinin, kullanılan hammadde, bileşen malzeme ve yan ürünlerin ve ürün kullanım, bakım, tamir, geri kazanım, geri dönüşüm ve bertaraf hususlarının en başta çevreci olarak tasarlanmasının, eko tasarım için önemli faaliyetler olduğu söylenmektedir. Bu kapsamda; Tekstil endüstrisine eko tasarımı yerleştirmek için bazı uygulamaların, dönüşümlerin yapılması gerekmektedir(Nabil, 2021). Bunlar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

Çevre dostu tekstil için yeşil elyafların üretiminin sağlanması: Çevreye zararı olmayan veya çok az bir zararla üretilen, sürdürülebilir

liflerin, elyafların kullanılması ve geliştirilmesi gerekmektedir. Bu liflerden bazıları; Muz lifi, Isırgan otu kumaşı Bisüs veya deniz ipeği lifi, Lotus çiçeği kumaşı, Balık derisi, Kitin, Bambu lifi, Süt proteini olan Kazein lifi ve Ananas ipeği (pina)dir(Aishwariya ve Greeshma, 2019). Bu liflere örnekler, Şekil 10’da sırasıyla verilmiştir.



Şekil 10: Sürdürülebilir veya Çevre Dostu Liflerden Bazıları

Tekstil endüstrisindeki yeşil teknolojilerin kullanılması: Çevresel sürdürülebilirliği sağlayabilen, çevre dostu veya yeşil üretim, azaltma ve geri dönüşüm gibi faaliyetleri içermektedir (Nabil, 2021). Toksik etkilerden arınmış süreçler, üretim sistemleri, teknolojiler, enerji kullanımı konularının uygun eko tasarım araçlarıyla ilişkilendirilerek, en baştan yapılandırılması gerekmektedir.

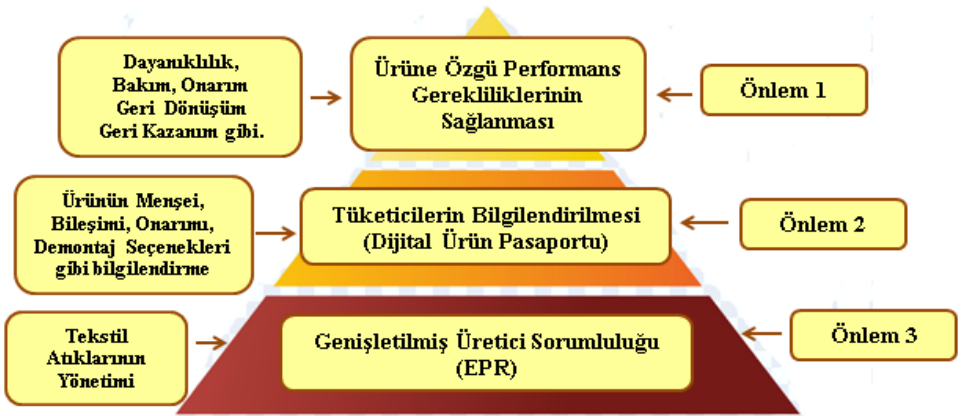
Tekstil endüstrilerinin çevreci hale getirilmesi: Toprak veya doğal su kaynakları için ciddi bir sorun olan tekstil boyama endüstrileri için yüksek miktarda suya ihtiyaç duyulmaktadır. Örneğin; bir tişörtü üretmede kullanılan 2.700 litre su ile yeraltı suyu seviyesinin tüketilmesine neden olmaktadır. 2015 yılında, tekstil ve hazır giyim endüstrisinde 79 milyar m³ su kullanılmıştır. Boyama işleminde tekstil endüstrileri, boyalar, sodyum sülfat, sodyum klorür, sodyum hidroksit ve eser miktarda diğer tuzları içeren devasa toksik atık üretmektedir. Bu tür atık suları işleyebilecek ve yeniden kullanılabilir suya dönüştürebilecek bir teknolojinin uygulanması elzemdir. Böylece, tekstil endüstrisi, boyama işleminde aynı suyu tekrar tekrar kullanma avantajına sahip olacak, ayrıca boyama için kullanılan tuz yeniden kullanılabilir veya piyasada satılabilir duruma gelecektir(Nabil, 2021). Zararlı kimyasalların, boyaların kullanımının azaltılması, suların, toprağın, havanın, canlıların korunmasını sağlayacaktır.

Tekstil geri dönüşümünün artması: Tamamen veya kısmen geri dönüştürülmüş liflerden oluşan ürünler, artan atık sorununu etkili bir şekilde ele almanın yararlı ve kullanılan işlenmemiş lif miktarını sınırlayarak, çevreye verilen olumsuz etkileri sınırlamanın en doğrudan yoludur (Nabil, 2021). Geri dönüştürme için gerekli olan adımların atılması, tesislerin kurulması, konuyla ilgili bir sistem hiyerarşisinin oluşturulması gerekmektedir.

Tüketiciler, kullanıcılar, yüksek kaliteli tekstillerden, yeniden kullanım ve onarım için yaygın olarak bulunan hizmetlerden daha uzun süre yararlanmak istemektedir. Ayrıca geri dönüşümün uygulanabilir hale getirilmesi ve atık sorununun çözülmesini istemektedirler. Hızlı modayı modadan çıkarmak için hem bir istek hem de bir ihtiyaç bulunmaktadır (Sinkevicius, 2022). Tekstil ve giyim endüstrisinde alınabilecek önlemler üç geniş başlık altında toplanabilir. Bunlar:

- Tekstilin dayanıklılığını, tamir edilebilirliğini, geri dönüştürülebilirliğini, elyaftan elyafa geri dönüştürülebilirliğini, geri kazanılabilirliği arttırmak gibi ürüne özgü performans gerekliliklerinin sağlanmasıdır.
- Ürünlerin değer zinciri boyunca tüketicilere daha iyi bilginin verilmesidir. **Dijital Ürün Pasaportunun** burada devreye girmesi gerekmektedir (Sinkevicius, 2022). DPP, Avrupa Komisyonu tarafından ürünlerin bildirim gerekliliklerini yapılandıracak “ürüne özel bir veri seti” olarak tanımlanmıştır. DPP; bir ürünün menşei, bileşimi, onarımı ve demontaj seçeneklerinin yanı sıra çeşitli bileşenlerin nasıl geri dönüştürülebileceği hakkında bilgi sağlayabilir (Generation Climate Europe (GCE), 2022). Bu sayede, tüketicilerin, daha akılcı seçimler yapması ve giyilmeyen veya kullanım ömrünü sağlamayan, kısa sürede atıl duruma dönüşen ürünlerden uzak durması sağlanarak, gereksiz tüketimin önüne geçilecektir. Ayrıca ürün kalitesinin artırılması konusunda baskı unsuru da olabilir.
- Üçüncü önlem grubu ise ürünlerinin yarattığı atıkların sorumluluğunu almak zorunda olan üreticiler için olandır. Piller, ambalajlar, elektronikler için üretici sorumluluğu genişletilmiştir, ancak tekstil için de bu şekilde bir **Genişletilmiş Üretici Sorumluluğuna** ihtiyaç vardır. Bu şekilde yapılacak değişiklikler, tekstil atıklarının ayrı toplanmasını desteklemeye, yeniden kullanım için daha fazla hazırlık yapmaya, geri dönüşümü arttırmaya ve en önemlisi, en başından döngüsellik içeren farklı bir tasarım yaklaşımına yol

açmalıdır. Garanti süresi sona erdikten hemen sonra bozulan veya onarımı çok zor olan ürünler, az sayıda yıkamadan sonra yırtılan kumaşlar gibi kalitesizlik ve işlevselsizlik durumları, tüketicileri sıkıntıya sokmaktadır (Sinkevicius, 2022). Mukavemetleri (kopma, yırtılma, sürtünme gibi) düşük olan, az sayıda kullanımda, gerekli olan kullanım ömrünü sağlamayan kumaşlar, haslıkları (renk, ter, ışık, yıkama haslıkları gibi) düşük olan, az sayıda yıkamadan veya az sayıda kullanımdan sonra hemen renkleri solan giysiler, sadece kullanıcıya problem olmamakta en büyük zararı çevreye vermektedir. Yeterli bir kullanım ömrü performansı sağlamayan, bakım, onarım kolaylığı bulunmayan, geri dönüştürülebilirliği olmayan ürünler, üretimin ziyan olmasına, atık sorununun artmasına, gereksiz atıkların oluşmasına neden olmaktadır. Bir ürün tam kullanım ömrü sağlamadan yani işlevsel amacına ulaşmadan çöpe gitmekte, değersizleşmektedir. Bunların önlenmesi, çevreye duyarlılık ve sürdürülebilirlik yaklaşımına yani eko tasarıma katkı sağlayacaktır. Üründe kullanılan hammaddeden, ürünün üretimi, ambalajlanması ve dağıtımı, kullanımı, geri kazanım, geri dönüşüm ve bertarafına kadar olan ürün yaşam döngüsünde kaliteyi her aşamaya yerleştirmek, ürünlerin performansını ve çevreye olan olumsuz etkisini de yok edecektir. Kalitenin ürün ve üretimin her aşamasında yaşanır olması, eko tasarımın faaliyetlerimizin odak noktası olmasına ve etkili bir yaklaşım sağlanmasına katkı sağlayacaktır.



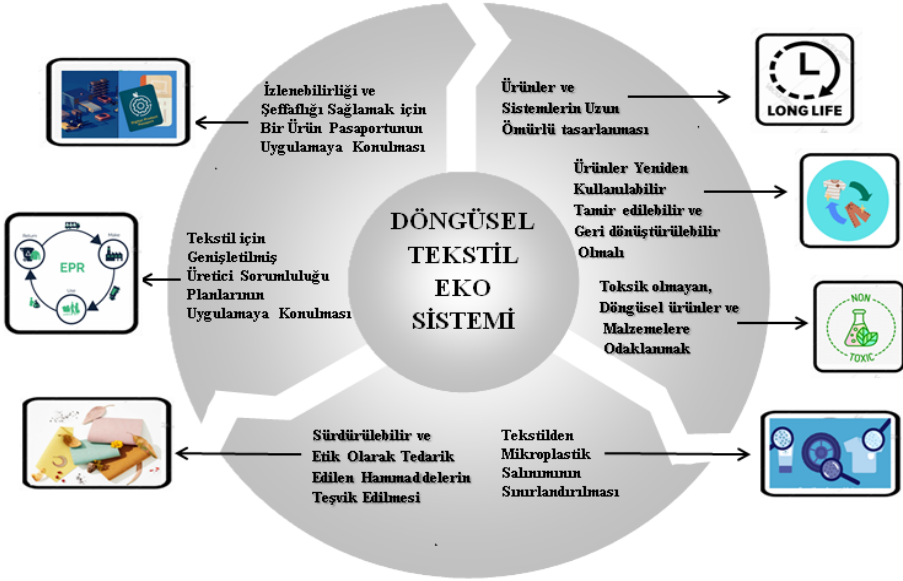
Şekil 11: Tekstil ve giyim endüstrisinde alınabilecek önlemler.

Çevre bilincinin gelişmesiyle birlikte kullanıcılar, tüketiciler, doğal kaynakların yok olmaması, ürünlerin çok çabuk çöpe dönüşmemesi gerektiği düşüncesine sahip olmaktadır. Tekstil, giysi, aksesuar, yardımcı malzeme vb. tasarımlarına başlarken, geri kazanım ve geri dönüşüm olanaklarının en baştan tasarıma dahil edilmesinin ve sürecin eko tasarım odaklı olarak ilerlemesinin önemli olduğu, artık daha çok bilinmektedir. Tekstilde eko tasarımın uygulanması, hem çevremiz için elzem bir fayda sağlarken hem de sağlıkla ilgili alanlarda kullanılabilir, giyilebilir tıbbi giysiler tasarlayıp üretmenin ilerlemesine de fayda sağlayacaktır.

Birçok ülkede atık malzemelerde geri dönüşüm kullanılarak, doğaya katkı sunulmaktadır. Hindistandaki bilinen bir marka olan **Pinatex**, ananas yapraklarından moda, aksesuar ve ayakkabı üretmektedir. Geleneksel pamuk yerine organik pamuk kullanılmakta ve yaklaşık 1,8 milyon plastik şişe geri dönüştürülmektedir. Hindistan'daki bir diğer popüler marka olan **Upasana**, hint fesleğeni, sandal ağacı ve neem ağacı gibi şifalı ayurvedik bitkilerle harmanlanmış organik pamuk kullanmaktadır. Bu liflerden üretilen giysiler sadece tıbbi etki vermekle kalmamakta, aynı zamanda ayırt edici renkler de vermektedir. **Levi's "Her Damla Değerlidir"** mottosuyla, daha az su gerektiren, yeni yüzeyler oluşturarak, üretim sırasında kullanılan suyu geri dönüştürmektedir (Aishwariya ve Greeshma, 2019). Tıbbi bitkiler olarak adlandırılan şifalı bitkilerde, örneğin ısırgan otu gibi tekstil hammaddesi olarak, seri bir üretim için nasıl yararlanılacağına araştırılması, deneylerinin yapılması, kısıtlarının belirlenmesi, önemli doğal kaynaklar sağlayabilir.

ECOS (Environmental Coalition on Standards), tekstil ürünleri için minimum gereklilikleri belirlerken, aşağıda belirtilen ilkelerin izlenmesini tavsiye etmektedir:

- Ürünleri ve sistemleri daha uzun kullanım ömrü için tasarlamak,
- Ürünleri yeniden kullanılabilir, onarılabilir ve geri dönüştürülebilir hale getirmek,
- Zehirsiz, döngüsel ürünlere ve malzemelere odaklanmak,
- Tekstilden mikroplastik salınımını sınırlamak,
- Sürdürülebilir ve etik olarak tedarik edilen hammaddeleri teşvik etmek,
- Tekstiller için Genişletilmiş Üretici Sorumluluğunu uygulamak,
- İzlenebilirliği ve şeffaflığı sağlamak için bir ürün pasaportunu uygulamak şeklinde belirtilmektedir.(Botta ve Cabral, 2021).



Şekil 12: Döngüsel Tekstil Eko Sisteminin Gereklilikleri

SONUÇ VE TARTIŞMA

Eko tasarım, gezegenimiz ve geleceğimiz için yapacağımız işlerde, üreteceğimiz ürünlerde, önceliğe almamız gereken bir kavramdır. Bugün ve gelecekte, eko tasarımın hayatımızın her alanında karşı karşıya kalacağımız, deyim yerindeyse bir arada yaşamamız gereken bir kavram olacağı ön görülmektedir. Eko tasarım, artık herkes için bir yaşam tarzı olmak zorunda ve bunun uygulanabilirliğinin öğrenilmesi de bir gereklilik olarak düşünülmektedir. Ayrıca çevreyi korumaya ve Brundtland Raporu'ndaki tanımda da belirtildiği gibi gelecek nesillerin yaşam imkanlarını ortadan kaldırmadan, tüketim şeklimize yön vermeyi de gerektirmektedir (Brundtland Commission, 1987). Bunların yapılabilmesi için her sektör, farklı kademelerde uygulamalar, sistemler geliştirmiştir. Temel bir çerçeve çizilmesi ve bunun uygulanabilirliği için gerekli adımların atılması, öncelikle yapılması gerekenlerdendir denilebilir.

Ürün çevresel etkilerinin %80'inin tasarım aşamasında belirlendiği göz önüne alındığında, **sağlam teknik standartlarla desteklenen tekstiller için zorunlu minimum eko tasarım gereksinimleri**, tekstil sektörünün döngüsellğe doğru dönüşümünü başlatmak için önemli bir adım olacaktır. Etkili bir eko tasarım uygulaması için malzeme verimliliğini artırmaya (dayanıklılık, yeniden kullanılabilirlik, tamir edilebilirlik, geri dönüştürülebilirlik), tehlikeli kimyasalların varlığını önlemeye ve

mikroplastik salınımlarını sınırlamaya odaklanılması ve belirli kriterleri karşılayan piyasa ürünlerine izin verilmesi gerektiği belirtilmektedir (Ecos, 2021). Eko tasarımın bakış açılarının ürün geliştirme süreçleriyle bütünleştirilmesi ve tüm kararların ve eylemlerin sürdürülebilir yaklaşımlar ve uyumlu iş vizyonlarında birleştirilmesi gerekmektedir(Ghezzeo, t.y.) Ürün yaşam döngüsüyle ilgili bütün süreçlerde, eko tasarım uygulamalarının hayata geçirilmesi gerekliliği bulunmaktadır.

Eko tasarımın uygulanmasında birçok yöntem, sistem, araç kullanılmaktadır. Bunlara örnek olarak; Yaşam Döngüsü Analizi, MET Matrisi, MECO Matrisi, Karbon Ayak İzi, Eko Tasarım Kontrol Listeleri, Kılavuzlar, Yönergeler, On Altın Kural, Beyaz, Gri ve Siyah Liste, Eko Etiketler verilebilir. Farklı sektörlerde farklı ihtiyaçlara ve farklı amaçlara göre farklı eko tasarım araçları kullanılmaktadır. Tekstil ve giyim sektöründe, genelde eko etiketlerin kullanıldığı belirtilmektedir. Eko tasarımda örnek bir sektör olarak belirtilen elektronik sektöründe de LCA, Karbon Ayak İzi gibi birçok eko tasarım aracı kullanılmaktadır. Elektronik sektöründe, eko tasarımla ilgili mevzuat çerçevesi oluşturulmuştur. Tekstil sektöründe de böyle bir çalışmaya ihtiyaç duyulduğu belirtilmektedir.

Bu çalışmada; eko tasarım kavramı, eko tasarım araçları, eko tasarımın faydaları, eko tasarım uygulamaları ve tekstilde eko tasarımın uygulanması ile ilgili literatür taramaları yapılmış, analizlerden sonra, bazı sonuçlara ulaşılmıştır. Çalışmada, elektronik sektörünün eko tasarım konusunda bir hayli yol aldığı, tekstil sektörünün de uygulamalarını ilerletebilmesi için bazı mevzuat gerekliliklerinin uygulamaya konulması gerektiği belirlenmiştir. Avrupa Birliği'nin konuyla ilgili olarak; **Eko Tasarım Yönetmeliği Önerisi** ve **Sürdürülebilir ve Döngüsel Tekstiller için AB Stratejisini** yayınladığı, ayrıca **Dijital Ürün Pasaportunun** uygulamaya konulması ve tekstil sektöründe atık yönetimi sorunlarının giderilmesi, üreticilerin kendi atıklarının sorumluluğunu alması gerektiği tespit edilmiştir(Sinkevicius, 2022). Bununla ilgili olarak; birçok sektörde, **Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu** uygulaması bulunmaktadır. Tekstil sektörünün de bu şekilde bir üretici sorumluluğunun genişletilmesine ihtiyacı bulunduğu belirtilmektedir. Ayrıca atık yönetimi ve ürün gerekliliklerinin sağlanması konularının da dikkate alınması gerektiği belirtilmektedir.

Tekstil ürünlerinin kullanım ömrünün arttırılması, dayanıklılığının(renk haslıklarının, sürtünme, yırtılma, kopma mukavemetlerinin) arttırılması, boncuklanma, tüylenme gibi olumsuz görünümünün azaltılması, toksik etkilerin azaltıldığı boya ve terbiye işlemlerinin yapılandırılması, su

kullanımının optimize edilmesi, yeniden kullanılabilirliğin sistemlere yerleştirilmesi, kullanım, bakım, onarım talimatlarının bilgilendirmelerinin yapılması, yardımcı malzemelerin değiştirilebilirliklerinin sağlanması, demontajın kolaylaştırılması, geri dönüşüm, geri kazanım imkanlarının sağlanması ve ürünün nihai bertarafının çevreye en az zararla yapılması, uygulamalarının oluşturulması gerekmektedir.

Eko tasarımın bir kurumda, bir şirkette uygulanabilmesi için öncelikli olarak, eko tasarım yaklaşımının ortaya konulması gerektiği ifade edilmektedir. Ayrıca kurum veya şirketlerin ürünlerinin yaşam döngüsünde var olan bütün adımlarla ilgili olan birimleri, eko tasarım yaklaşımının içine alması gerektiği belirtilmektedir. Bunun için farklı eko tasarım araçları ve problem çözme tekniklerinden faydalanılabilir. Nitel, nicel ve yarı nicel eko tasarım araçlarından, birkaçı bir arada kullanılarak, daha faydalı bir uygulama sağlanabilir. Bir işletmede eko tasarım sisteminin uygulanmasıyla ilgili bazı öneriler geliştirilmiştir. Bunlar;

- Eko tasarımı uygulamada kullanılacak bir yol haritasının yapılması,
- İşletmede her birimden personelin katılacağı bir Beyin Fırtınası Tekniğinin uygulanarak, eko tasarımla ilgili sorunların ve çözüm önerilerinin belirlenmesi,
- Ürün tasarımı ve geliştirme aşamasında Kontrol Listeleri, Kılavuzlar, On Altın Kural, Matrisler gibi eko tasarım araçlarından yararlanılması,
- Üretim, paketleme, dağıtım, geri dönüşüm, geri kazanım ve bertaraf aşamalarıyla ilgili olarak; LCA, karbon ayak izi, eko etiketler gibi eko tasarım araçlarından yararlanılması, ayrıca bu eko tasarım araçlarından uygun olanların, tüketiciler ve kullanıcılarla bir iletişim aracı olarak kullanılması,
- Tüketicilerin, ürünün kullanımı, bakımı, onarımı, parça değişikliği, geri dönüştürülebilirlik durumu, bertaraf şekli gibi konularda gerekli bilgilendirilmelerinin yapılması,
- Sorunların çözümünde, Neden-Sonuç Analizi, Balık Kılıçığı Diyagramı gibi problem çözme tekniklerinden yararlanılması,
- Ürün tasarımında uygulanan eko tasarım gerekliliklerinin, prototip uygulaması yapılarak, seri üretimde karşılaşılabilecek sorunlara çözüm aranması,

- Elde edilen sonuçların raporlanarak, değerlendirilmesi, gerekli kontrollerin yapılarak düzeltmelerin hayata geçirilmesi ve yorumlamaların yapılması şeklindedir.

Sonuç olarak; son yıllarda yaşanan çevre olaylarından da anlaşılacağı üzere, evrenimiz, gezegenimiz ve insanlığımız, eko tasarımla ilgili en küçük adımlara bile, muhtaç gibi görünmektedir. Bu nedenle, Eko Tasarım, bir yaşam felsefesi olarak düşünölmeli, faydaların insanlığa, canlılara, gezegene ve bütün evrene getirisi değerlendirilmeli, bunun için yeterli bir çaba gösterilmelidir.

KAYNAKÇA

- Aishwariya, S. ve Greeshma, S. (2019, Aralık). Eco-Design: Focal Point of Sustainable Textiles. *Fibre 2 Fashion*. Erişim adresi: <https://www.fibre2fashion.com/industry-article/8491/eco-design-focal-point-of-sustainable-textiles>
- Alex P. (2017, 11 Ekim). Sustainability: How Small Brands Are Putting Global Giants To Shame. Erişim adresi: <https://medium.com/@triathlonalex/sustainability-how-small-brands-are-putting-global-giants-to-shame-741b7165264d>
- Botta, V. ve Cabral, I. (2021, Nisan). Durable, repairable and mainstream how ecodesign can make our textiles circular. ECOS. Brüksel: Belçika. Erişim adresi: https://ecostandard.org/news_events/ecos-report-durable-repairable-and-mainstream/
- Brundtland Commission. (1987). Brundtland Report Publication by World Commission on Environment and Development. Erişim adresi: <https://www.britannica.com/topic/Brundtland-Report>
- Clark, T., Adams, G. ve Charter, M. (1999-2002). Smart Eco Design Eco Design Check List For Electronic Manufacturers “System Integrators”, and Suppliers of Components and Sub-assemblies Version:2. Erişim adresi: <https://studylib.net/doc/7344083/eco-design-checklists---the-centre-for-sustainable-design>
- Ecos, (2021, 19 Nisan). Ecodesign requirements for textiles are a crucial step towards stopping fast fashion. Erişim adresi: https://ecostandard.org/news_events/ecos-report-durable-repairable-and-mainstream/
- European Commission (142 final). (2022, 30 Mart). Proposal for a Regulation Of The European Parliament And Of The Council establishing a framework for setting ecodesign requirements for sustainable products and repealing Directive 2009/125/EC (Text with EEA relevance). Brüksel. 2022/0095 (COD).
- European Commission(141 final). (2022, 30 Mart). Communication From The Commission to The European Parliament, The Council, The European Economic And Social Committee And The Committee Of The Regions EU Strategy for Sustainable and Circular Textiles. Brüksel. Erişim adresi: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52022DC0141>

- European Environment Agency(EEA). (2001). Eco-Design. Erişim adresi: <https://www.eea.europa.eu/help/glossary/eea-glossary/eco-design>
- Generation Climate Europe (GCE). (2022, 19 Ekim). Digital Product Passport: what is it and what does it imply for the textile industry? Articles, Circular Economy. Erişim adresi: <https://gceurope.org/digital-product-passport-what-is-it-and-what-does-it-imply-for-the-textile-industry/>
- Ghezzi, P. (t.y.) Ecodesign in the Textile Sector Unit 09: Ecodesign approaches in textile products. Erişim adresi: http://www.ecosign-project.eu/wp-content/uploads/2018/09/TEXTILE_UNIT09_EN_lecture.pdf
- Global Ecolabelling Network, (t.y.). What is Ecolabelling?. Erişim adresi: <https://globalecolabelling.net/about/what-is-ecolabelling/>
- Haksa İplik. (t.y.). Haksa Tekstil İplik Sanatı. Erişim adresi: <https://haksatekstil.com.tr/haksa-iplik/>
- ISO 14006:2020 (En) Environmental Management Systems-Guidelines for Incorporating Ecodesign. Erişim adresi: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:14006:ed-2:v1:en>
- ISO 14040:2006 Environmental Management-Life Cycle Assessment - Principles and Framework. Erişim adresi: <https://www.iso.org/standard/37456.html>
- İşmal, E. Ö. ve Yıldırım, L. (2011). Tekstil tasarımında çevre dostu yaklaşımlar. *Akdeniz Sanat Dergisi*. 4(8). 0 – 0. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akdenizsanat/issue/27655/291482>
- Knight, P. ve Jenkins, J. O. (2009). Adopting and applying eco-design techniques: a practitioners perspective. *Journal of Cleaner Production*. 17 (2009), 549–558. doi:10.1016/j.jclepro.2008.10.002
- Koehler, A. R. (2013, Ekim). Challenges for eco-design of emerging technologies: The case of electronic textiles. *Materials and Design*. 51(2013), 51-60. DOI: 10.1016/j.matdes.2013.04.012
- Luttrupp, C. ve Lagerstedt, J. (2006). EcoDesign and The Ten Golden Rules: Generic advice for merging environmental aspects into product development. *Journal of Cleaner Production*. 14(2006), 1396-1408. doi:10.1016/j.jclepro.2005.11.022
- Masui, K. (2009). Current status of environmentally conscious design among Japanese manufacturers. *International Journal of Automation Technology*. 3, 19-25. doi:10.20965/ijat.2009.p0019

- Mathur, K. (2020, 20 Mayıs). New Developments In Fibers, Yarns & Fabrics. Erişim adresi: <https://www.textileworld.com/textile-world/features/2020/05/new-developments-in-fibers-yarns-fabrics/>
- Mengual, E. S., Inédit, Lozano, R. G., Farreny, R., Solà, J. O., Gasol, C. M. ve Rieradevall, J.(2014, Ocak). Chapter 1 Introduction to the Eco-Design Methodology and the Role of Product Carbon Footprint. 1, 1-24. Springer Editors: Subramanian Senthilkannan Muthu. doi: 10.1007/978-981-4560-41-2_1
- Nabil, B. (2021, 12 Mayıs). Green technology in textile industries. *Journal of Textile Science & Fashion Technology(JTSFT)*. 8(2), 1-6. DOI: 10.33552/JTSFT.2021.08.000684 Erişim adresi: <https://irispublishers.com/jtsft/fulltext/green-technology-in-textile-industries.ID.000684.php>
- Niinimäki, K. (2006). Ecodesign and Textiles. *Research Journal of Textile and Apparel*. 10(3), 67-75. doi:10.1108/RJTA-10-03-2006-B009
- Özen, Ö. ve İşmal, E., Ö.(2021). Tekstil tasarımına ekolojik bir yaklaşım: Lyocell Üzerine doğal boyama ve eko baskı. *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*. 26, 111-132. doi: 10.17484/yedi.863763
- Poulidikidou, S. (2012). Matrix ecocheck- Literature review Methods and tools for environmentally friendly product design and development Identification of their relevance to the vehicle design context. US AB, Stockholm. KTH: Royal Institute of Technology. Erişim adresi: <http://www.divaportal.org/smash/get/diva2:550522/FULLTEXT01.pdf>
- Salo, H. H., Suikkanen J. ve Nissinen, A. (2020, 7 Haziran). Eco-innovation motivations and ecodesign tool implementation in companies in the Nordic textile and information technology sectors. *Business Strategy and The Environment*. 2020(29), 2654-2667. Erişim adresi: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/bse.2527>
- Sinkevicius, V. (2022, 30 Mart). European Commission – Speech(Check Against Delivery) Press statement by Commissioner Sinkevicius on the adoption Circular Economy package (Ecodesign for Sustainable Products and Textiles). Brüksel. SPEECH/22/2196.
- Top, N., Özdemir, V. ve Şahin, İ. (2020). Plastik Bir Su Isıtıcının Eko-Tasarım Stratejisine Göre Yaşam Döngüsü Analizi. *Selçuk Teknik Dergisi*. 19(3), 104- 119. Erişim adresi: <http://sutod.selcuk.edu.tr/sutod/article/view/536/736>

You, H., Suh, S. ve Masoudi, A. (2012, Eylül). Characterization of eco-design checklists. *Journal of the Korean Society for Precision Engineering*. 29(9), 964-970. DOI: 10.7736/KSPE.2012.29.9.964

2009/125/EC Yönetmeliği. (2009, 31 Ekim). Directive 2009/125/EC of The European Parliament And of The Council of 21 October 2009 establishing a framework for the setting of ecodesign requirements for energy-related products (recast)(Text with EEA relevance). L285/10- Erişim adresi: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009L0125&from=EN>

BÖLÜM 17

ULUSLARARASI SORUMLULUK VE TERÖRİSTLERİN GERİ İADESİ¹

Dr. Yasin ÖZTÜRK²

¹ Bu çalışma 9-11 Aralık 2022 tarihinde gerçekleştirilen 2. Uluslararası Hitit Güvenlik Çalışmaları Kongresi'nde özet metin bildiri olarak sunulmuştur.

² Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, Uluslararası Hukuk Anabilim Dalı, Tokat, yasin.ozturk@gop.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4518-3862

GİRİŞ

Suçlu iadesi meselesi küreselleşmenin ortaya çıkardığı uluslararası suç konusunun bir sonucu olarak uluslararası hukukun konusu haline gelmiştir. Bu açıdan devletlerarası hukuki meselelerde adli yardımlaşma ilkesinin gereği olarak kabul görmüştür. Suçlu iadesi meselesinin kendi içerisinde iki boyutu bulunmaktadır. Bunlar suçlunun geri verilmesi süreci ve suçlunun iade talebidir. Burada suçlu olarak ifade edilen kişi, “*gerek iadeyi talebeden tarafın ve gerek kendisinden iade talep edilen tarafın kanunlarınca en aşağı bir sene müddetle hürriyeti selbedici mahiyette olan bir cezayı veya emniyet tedbirini veya daha ağır bir cezayı mucip filleri*”³, işleyen kişi olarak tanımlanmıştır. Uluslararası ceza hukukunun da konusu olan, suçluların iadesi meselesi ilk kez, 1791 tarihli Fransız emirnamesinde bahsedilmiş ve bir antlaşma örneği olarak yine Fransa’nın 1828’de yaptığı bir antlaşmada konu olmuştur⁴.

11 Eylül sonrası ise, terör suçlarının uluslararası nitelik kazanması ile suçlu iadesi konusundan farklı olarak terör suçlularının iadesi meselesi ortaya çıkmıştır. Bu ayrım iki ve çok taraflı akdedilen suçlu iadesi temalı uluslararası antlaşmalarda kendisini göstermektedir. Ancak suçlu iadesi meselesinin özü uluslararası antlaşmalar ile düzenlenmiş olsa da, devletlerarası ilişkilerde bir yaptırım aracı olarak kullanılarak politik bir yapıya evrilmesinin önüne geçilmemiştir.

Bu çalışma, suçlu iadesi meselesinin uluslararası hukuk boyutunu ele alırken, uluslararası iki veya çok taraflı antlaşmalarda suçlu iadesinin ele alınış biçimi, istisnaları, engelleri, terör suçluları ile ilgili düzenlemelerin adı suçluların iadesi ile farkları ve suçlu iadesi konusunun uluslararası ilişkilerde ifade ettiği anlamı ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaçlar çerçevesinde, çalışmanın birinci bölümünde, suçlu iadesi meselesinin ulusal ve uluslararası mevzuatlar kaynaklı hukuki dayanakları ele alınacak, böylece hem uluslararası düzenlemelerde hem de bazı ulusal düzenlemelerdeki örnekler gösterilerek geri iadesinin hukuki zemini sunulacaktır. İkinci bölümde, suçlu iadesinin uluslararası hukuk boyutuna öncelik vermeyi, böylece devletler taraf oldukları uluslararası antlaşmalar ve düzenlemeler nezdinde suçlu iadesi konusundaki görev ve sorumlulukları gösterilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç

³ Avrupa Konseyi, Suçluların İadesine Dair Avrupa Sözleşmesi, <http://hukuk.emu.edu.tr/Documents/yayinlar/suclularin-iadesine.pdf> (Erişim: 27.12.2022)

⁴ Saeed Bagheri, “Uluslararası Hukukta Suçluların ve İadesi Suçluları Kovuşturma Yükümlülüğü”, *AÜHFD*, C. 62 S.1, 2013, ss. 2.

doğrultusunda yine uluslararası hukuk düzenlemelerinde suçlu iadesinin istisnaları ve gerekçeleri ortaya konulacak ve devletlerarası ilişkilerde güç ve çıkar eksenli politik bir yapıya evrilmesine zemin hazırlayan uluslararası hukuk kaynakları gösterilecektir. Üçüncü bölümde ise, suçlu iadesi meselesinin terör suçluları ile olan ilişkisinin analizi yapılmaya çalışacaktır.

1. GERİ VERMENİN HUKUKİ DAYANAKLARI

Suçlu iadesi, talep eden devletin kanunlarınca suç olarak tanımlanan fiili işleyip, başka bir devlete kaçan gerçek kişinin suçun işlendiği devletin resmi yetkilileri tarafından, suçlunun bulunduğu devletten, işlediği suçla ilgili olarak yargılanması veya hükmün uygulanması maksadıyla devletlerarası antlaşmada düzenlenmiş ilkeler ekseninde iadesinin talep edilmesi şeklinde tanımlanabilir⁵. Suçluların iadesi meselesinin hukuki dayanakları, hem meselenin iki veya daha fazla devlet arasında ortaya çıkan bir konu olmasından kaynaklı uluslararası hukuk hem de devletlerin egemenlik hakları dahilinde yer alan yargılama haklarının esnetilmesi veya öznel olarak ortadan kaldırılması sonucunu doğurduğu için iç hukuk-ulusal hukuk düzenlemeleridir. Devletler taraf oldukları ikili veya çok taraflı sözleşmeler veya mevcut ulusal hukuk düzenlemelerine dayanarak bir başka devletten suçlu iadesi talebinde bulunabilirler ya da devletler kendilerine gelen iade taleplerini kabul veya reddedebilirler. Bu açıdan devletler suçlu iadesi meselesindeki almış oldukları veya alacakları kararların meşruiyetlerini ulusal veya uluslararası hukuk düzenlemeleri ile sağlamaktadırlar.

1.1. Uluslararası Sözleşmeler

Suçlu iadesi meselesinin hukuki dayanaklarından ilk uluslararası hukuki düzenlemelerdir. Tarihselliği uzunca bir geçmişe dayanan suçlu iadesi meselesi ilk olarak, MÖ. 1280'de Mısır ile Hititliler arasında yapılan bir antlaşmayla uygulanmıştır. Önceleri çoğunlukla siyasi ve dini suçlarla ilgili olarak işleyen iade süreci günümüzde çok farklı suçları da kapsamaktadır⁶. Yine MÖ. 400-100 arası dönemde Roma İmparatorluğunda işleyen geri verme konusu, Roma'nın Suriye'de iki ülke arasındaki savaşın sona erdirilmesi antlaşması çerçevesinde Hannibal'in geri verme talebiyle somut olarak karşımıza çıkmıştır. 17. yy'de siyasi ve dini suçluların geri verilmesi üzerinden yürüyen süreç, özellikle 20. yy. ortalarına kadar çoğunlukla

⁵ Kayıhan İçel, "Suçluların Geri Verilmesi Üzerinde Bir İnceleme", *İÜHFİM*, C. 30, S. 3-4, 1964. ss .693.

⁶ Manuel R. Garcia-Mora, *The Present Status Of Political Offenses in The Law Of Extradition And Asylum*, University Of Pittsburgh Law Review, Vol. 14, 1952, pp.374-375.

devletlerarası ikili antlaşmalar üzerinden işleyen iade meselesi bu dönem itibari ile uluslararası çok taraflı antlaşmalarla da düzenlenmeye başlanmıştır⁷. Bu bağlamda ilk uluslararası hukuk pratiği, 1802’de İngiltere, Fransa, İspanya ve Hollanda arasında imzalanmış fakat taraf sayısının sınırlı oluşu nedeniyle genel bir anlaşma niteliğini taşımayan ve savaşlar nedeniyle aslında hiç uygulanamayan Treaty of Amiens md. XX’de⁸ düzenlenmiştir. Kronolojik olarak, Peru, Paraguay, Bolivya, Şili ve Brezilya arasında 1889’da Montevideo’da imzalanan “Uluslararası Ceza Hukuku Anlaşması” da geri verme hukukunun birleştirilmesi ile ilgili bazı kurallara yer vermiştir. Milletlerarası ceza hukuku birliği 1910’da, Milletlerarası hukukçular komisyonu 1912’de, Milletlerarası Adli Polis Komisyonu 1948’de suçluların geri verme tip veya genel andlaşması şeklinde çalışmalarında bulunmuşlardır.

20. yy.de geri verme konusunu düzenleyen ilk çok taraflı düzenleme, 1937’de Milletler Cemiyeti tarafından kabul edilen Uluslararası Ceza Mahkemesi Oluşturulmasına İlişkin Cenevre Sözleşmesi’dir. Takiben 1957’de Paris’te akdedilen, modern uluslararası hukuk yönüyle en kapsayıcı düzenleme olan, Avrupa Konseyi tarafından hazırlanmış olan Suçluların İadesine Dair Avrupa Sözleşmesi ve yine 1998’de yürürlüğe giren UCM Roma Statüsü’dür.

Türkiye’nin 1959’da taraf olduğu bu uluslararası düzenleme taraf devletlere geniş çerçevede hak ve yükümlülükler düzenlemektedir. SİDAS’a göre taraf devletler,

“1) Gerek iadeyi talebeden tarafın ve gerek kendisinden iade talep edilen tarafın kanunlarınca en aşağı bir sene müddetle hürriyeti selbedici mahiyette olan bir cezayı veya emniyet tedbirini veya daha ağır bir cezayı mucip filler suçunun iadesini istilzam eder. İadeyi talebeden tarafın ülkesinde bir cezaya mahkumiyet hükmü veya bir mevkûfiyet kararı verilmişse, verilen ceza en aşağı dört aylık olmalıdır.

2) İade talebi, iadeyi talebeden taraf ve kendisinden iade talep edilen tarafın kanunlarınca hürriyeti selbedici bir ceza veya mevkûfiyet kararı ile cezalandırılan müteaddit hareketlere taallük etmekle beraber bunlardan bazıları ceza müddetlerine ait şarta uymuyorsa, kendisinden iade talep edilen taraf bu sonuncu suçlar için dahi iade etmek ihtiyarını haiz olacaktır.

⁷Woods Jr, Robert Herbert, “Extradition:Evaluating The Development, Uses and Overall Effectiveness Of The System”, *Regent University Law Review*, Vol. 3:43, 1993. ss. 45-46.

⁸ Bkz. The Treaty of Amiens, http://www.napoleon-series.org/research/government/diplomatic/c_amiens.html (Erişim. 27.12.2022)

3) İşbu maddenin birinci fıkrasında mevzubahis kanunsuz hareketlerden bazıları için suçluların iadesine mevzuatı cevaz vermeyen her Âkid Taraf bu hareketleri, kendisi bakımından, sözleşmenin tatbik sahası dışında bırakılabilir.

4) Bu maddenin üçüncü paragrafında mezkûr haktan istifade etmek isteyen her Âkid Taraf suçluların iadesine cevaz veren veya vermeyen kanuni hükümleri tasrih etmek suretiyle ya iade kabil edilen kanuna aykırı fiillerin veya iade kabul edilmeyen kanuna aykırı fiillerin listesini, tasdik veya iltihak vesikasını tevdi ettiği sırada Avrupa Konseyi Genel Sekreterlerine tebliğ edecektir.

5) Âkid Taraflardan birinin mevzuatınca, daha sonra başka kanunsuz fiillerin de iadesine cevaz verilmemesi halinde bu taraf keyfiyeti Konsey Genel Sekreterine bildirecek, Genel Sekreter de bunu diğer imza sahiplerine tebliğ edecektir. Bu bildirme, Genel Sekreter tarafından alındığı tarihten itibaren üç ay sonra hüküm ifade edecektir⁹”, şeklinde düzenlenen şartlar sağlandığında suçluların iadesi yapmak zorunda bırakılmışlardır.

Buna ek olarak sözleşme, iadenin istisnaları, iade talep ve gönderme usulü, zaman aşımı, diğer durumların yürütülmesi gibi birçok konuda da düzenleme yapmıştır.

Yine kapsamlı bir diğer uluslararası düzenleme, Uluslararası Ceza Mahkemesi Roma Statüsü'dür. 1998'de yürürlüğe giren bu düzenlemeye 124 devlet taraftır. Ancak Türkiye, Roma Statüsüne taraf değildir. Roma Statüsü, geri verme ile ilgili olarak taraf devletlere iade konusuyla ilgili sorumluluklar yüklemiştir¹⁰. Benzer şekilde, İşkence ve Diğer Zalimane Gayri İnsani veya Küçültücü Muamele ve Cezaya Karşı BM Sözleşmesi, md. 3¹¹'de de taraf devletlere geri verme konusuyla ilgili sorumluluklar yüklenmiştir.

1.1. Ulusal Hukuk Dayanakları

Devletlerin iç hukuk kuralları geri verme meselesi ile ilgili olarak da düzenlemeler içermektedir. İç hukuk düzenlemeleri çoğunlukla devletlerin taraf oldukları uluslararası hukuk pratikleri ile uyumlu işlemektedir. Geri verme konusuna ilişkin olarak ilk iç hukuk düzenlemesini yapan devlet 1833'te Belçika olmuştur¹². Bu bağlamda örnek olarak Türk hukukuna

⁹ Suçluların İadesine Dair Avrupa Sözleşmesi, <http://hukuk.emu.edu.tr/Documents/yayinlar/suclularin-iadesine.pdf> (Erişim. 27.12.2022)

¹⁰ Bkz. Rome Statute of the International Criminal Court <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/rome-statute-international-criminal-court> (Erişim. 28.12.2022)

¹¹ İşkence ve Diğer Zalimane Gayri İnsani veya Küçültücü Muamele ve Cezaya Karşı BM Sözleşmesi, <https://www.ombudsman.gov.tr/contents/files/25703--Iskence-ve-Diger-Zalimane,-Gayriinsani-veya-Kucultucu-Muamele-veya-Cezaya-Karsi-Sozlesme.pdf> (Erişim. 28.12.2022)

¹² Berat Duman, “Türk Hukukunda Veri Verme Kurumu ve Hukuku”, TAAD, Yıl:7, Sayı:24, Ocak 2016, ss. 674.

bakarsak, Türk Ceza Kanunu md. 18’de geri verme konusu ayrıntılı bir biçimde düzenlenmiştir. Md. 18’e göre,

“Yabancı bir ülkede işlenen veya işlendiği iddia edilen bir suç nedeniyle hakkında ceza “soruşturması ya da” kovuşturması başlatılan veya mahkûmiyet kararı verilmiş olan bir yabancı, talep üzerine, “soruşturma ya da” kovuşturmanın yapılabilmesi veya hükmedilen cezanın infazı amacıyla geri verilebilir. Ancak, geri verme talebine esas teşkil eden fiil;

1. a) *Türk Kanunlarına göre suç değilse,*
- b) *Düşünce suçu veya siyasi ya da askeri suç niteliğinde ise,*
- c) *Türkiye Devletinin güvenliğine karşı, Türkiye Devletinin veya bir Türk vatandaşının ya da Türk Kanunlarına göre kurulmuş bir tüzel kişinin zararına işlenmişse,*
- d) *Türkiye'nin yargılama yetkisine giren bir suç ise,*
- e) *Zamanaşımına veya affa uğramış ise, geri verme talebi kabul edilmez.*

(2) Uluslararası Ceza Divanına taraf olmanın gerektirdiği yükümlülükler hariç olmak üzere, vatandaş suç sebebiyle yabancı bir ülkeye verilemez.

(3) Kişinin, talep eden devlete geri verilmesi halinde ırkı, dini, vatandaşlığı, belli bir sosyal gruba mensubiyeti veya siyasi görüşleri nedeniyle “soruşturulacağına ya da” kovuşturulacağına veya cezalandırılacağına ya da işkence ve kötü muameleye maruz kalacağına dair kuvvetli şüphe sebepleri varsa, talep kabul edilmez.

(4) Kişinin bulunduğu yer ağır ceza mahkemesi, geri verme talebi hakkında bu madde ve Türkiye'nin taraf olduğu ilgili uluslararası sözleşme hükümlerine göre karar verir. Bu karara karşı temyiz yoluna başvurulabilir.

(5) Mahkeme geri verme talebinin kabul edilebilir olduğuna karar verirse, bu kararın yerine getirilip getirilmemesi Bakanlar Kurulunun takdirine bağlıdır.

(6) Geri verilmesi istenen kişi hakkında koruma tedbirlerine başvurulmasına, Türkiye'nin taraf olduğu ilgili uluslararası sözleşme hükümlerine göre karar verilebilir.

(7) Geri verme talebinin kabul edilebilir olduğuna karar verilmesi halinde, ayrıca (Değişik ibare: 6545 - 18.6.2014 / m.57) “Ceza Muhakemesi Kanunu” hükümlerine göre tutuklama kararı verilebilir veya diğer koruma tedbirlerine başvurulabilir.

(8) Geri verme halinde, kişi ancak geri verme kararına dayanak teşkil eden suçlardan dolayı yargılanabilir veya mahkûm olduğu ceza infaz edilebilir.¹³”

¹³ Bkz. 5237 Sayılı Türk Ceza Kanunu, md.18(2).

şeklinde düzenlenmiştir. Ancak buradaki temel husus, bu kanun Türkiye örneğinde de görüldüğü üzere, yalnızca egemen devlete gelen geri verme taleplerini düzenlemektedir. Başka bir devlete yapılan iade ile ilgili düzenlemeler, öncelikle varsa iki devletin de taraf olduğu uluslararası çok taraflı düzenlemeler, yoksa iki devletin kendi aralarında yaptıkları ikili düzenlemeler bu da yoksa iade talep edilen devletin iç hukuk düzenlemeleri ekseninde yürütülmektedir.

2. GERİ VERMENİN ULUSLARARASI HUKUK BOYUTU VE İSTİSNALARI

Geri verme ile ilgili olarak, uluslararası hukukta daha evvelde bahsedildiği üzere iki unsur bulunmaktadır. Bunlardan ilk uluslararası çok taraflı ikincisi ise devletlerarası ikili düzenlemelerdir. Bu bağlamda, ilk olarak, uluslararası çok taraflı düzenlemelere bakıldığında, 13.12.1957'de ilk kapsamlı uluslararası düzenleme olan ve Türkiye'nin de 1959'da taraf olduğu SİDAS, taraf devletlere geniş çerçevede hak ve yükümlülükler tanımlamıştır. SİDAS'a göre taraf devletler,

“1) Gerek iadeyi talebeden tarafın ve gerek kendisinden iade talep edilen tarafın kanunlarınca en aşağı bir sene müddetle hürriyeti selbedici mahiyette olan bir cezayı veya emniyet tedbirini veya daha ağır bir cezayı mucip fiiller suçlunun iadesini istilzam eder. İadeyi talebeden tarafın ülkesinde bir cezaya mahkumiyet hükmü veya bir mevküfiyet kararı verilmişse, verilen ceza en aşağı dört aylık olmalıdır.

2) İade talebi, iadeyi talebeden taraf ve kendisinden iade talep edilen tarafın kanunlarınca hürriyeti selbedici bir ceza veya mevküfiyet kararı ile cezalandırılan müteaddit hareketlere taallük etmekle beraber bunlardan bazıları ceza müddetlerine ait şarta uymuyorsa, kendisinden iade talep edilen taraf bu sonuncu suçlar için dahi iade etmek ihtiyarını haiz olacaktır.

3) İşbu maddenin birinci fıkrasında mevzubahis kanunsuz hareketlerden bazıları için suçluların iadesine mevzuatı cevaz vermeyen her Âkid Taraf bu hareketleri, kendisi bakımından, sözleşmenin tatbik sahası dışında bırakılabilir.

4) Bu maddenin üçüncü paragrafında mezkûr haktan istifade etmek isteyen her Âkid Taraf suçluların iadesine cevaz veren veya vermeyen kanuni hükümleri tasrih etmek suretiyle ya iade kabil edilen kanuna aykırı fiillerin veya iade kabul edilmeyen kanuna aykırı fiillerin listesini, tasdik veya iltihak vesikasını tevdi ettiği sırada Avrupa Konseyi Genel Sekreterlerine tebliğ edecektir.

5) Âkid Taraflardan birinin mevzuatınca, daha sonra başka kanunsuz fiillerin de iadesine cevaz verilmemesi halinde bu taraf keyfiyeti Konsey Genel Sekreterine bildirecek, Genel Sekreter de bunu diğer imza sahiplerine tebliğ edecektir. Bu bildirme, Genel Sekreter tarafından alındığı tarihten itibaren üç ay

sonra hüküm ifade edecektir¹⁴”, şeklinde düzenlenen şartlar sağlandığında suçluların iadesi yapmak zorunda bırakılmışlardır.

Ancak yine SİDAS’a göre, siyasi, askeri, mali nitelikli suçluların iadesi, aynı suçtan ötürü talep edilen devlette soruşturma/kovuşturma yapılması, ölüm cezası, zamanaşımı, gibi durumlar geri verme kurumunun istisnaları olarak belirlenmiştir.

Yine kapsamlı bir diğer uluslararası düzenleme, Uluslararası Ceza Mahkemesi Roma Statüsü’dür. 1998’de yürürlüğe giren bu düzenlemeye 124 devlet taraftır. Ancak Türkiye, Roma Statüsüne taraf değildir. Roma Statüsü geri verme ile ilgili olarak taraf devletlere iade konusuyla ilgili sorumluluklar yüklemiştir¹⁵. Bu bağlamda, Roma Statüsü md. 89’a göre,

“1. Mahkeme, 91. maddede belirtilen şekilde, bir şahsın tutuklanmasını veya Mahkeme’ye teslim edilmesini, talebini destekleyici malzemeyle birlikte, söz konusu şahsın bulunabileceği yerdeki ilgili Devletten isteyebilir ve bu devletin söz konusu şahsı tutuklaması ve teslim etmesi için devlete işbirliği talebinde bulunabilir. Bu bölümün hükümleri ve ulusal mevzuatları gereğince taraf devletler tutuklama ve teslim etme taleplerine uyarlar.

2. Teslim olması istenen şahıs, 20. maddede öngörülen “aynı eylem nedeniyle birden fazla yargılama yapılamaz” ilkesine dayanarak bir ulusal mahkemeye itiraz ederse, teslim konusunda talepte bulunulan devlet, derhal Mahkeme’ye davanın kabul edilebilirliği hakkında bir kararı olup olmadığı hususunu sorar. Şayet dava, Mahkeme tarafından kabul edilebilir bulunursa, talepte bulunulan ülke, ilgili talebin yerine getirilmesi cihetine gider. Kabul edilebilirlik kararı askıda iken, talepte bulunulan devlet, Mahkeme kabul edilebilirlik konusundaki kararını verinceye kadar, söz konusu şahsın teslim edilmesi talebini yerine getirmeyi erteleyebilir.

3.a) Bir taraf devlet, kendi ulusal usul kuralları çerçevesinde, başka bir devlet tarafından Mahkeme’ye teslim edilmekte olan bir şahsın kendi toprakları üzerinden transit geçişine, bu transit geçişin teslim etmeyi tehlikeye sokması veya geciktirmesi durumları hariç olmak üzere, izin verir.

b) Mahkeme’nin transit geçiş ile ilgili talebi 87. maddeye uygun olarak iletilir. Transit geçiş talebi aşağıdaki hususları içerir: (i) geçiş yapacak kişinin tanımı; (ii) dava konusu hakkında özet bilgi ve hukuki nitelendirmesi; ve (iii) tutuklama veya teslim etme emri;

c) Geçiş yapan şahıs, transit geçiş süresince gözaltında tutulur;

d) Söz konusu şahıs hava yoluyla geçmekteyse ve transit devlet sahasında iniş yapılmayacaksa izne gerek yoktur;

¹⁴ Suçluların İadesine Dair Avrupa Sözleşmesi,

<http://hukuk.emu.edu.tr/Documents/yayinlar/suclularin-iadesine.pdf> (Erişim. 28.12.2022)

¹⁵ Bkz. Rome Statute of the International Criminal Court <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/rome-statute-international-criminal-court> (Erişim. 29.12.2022)

e) Transit geçilen devlet ülkesinde, programda olmayan bir iniş gerçekleşirse, söz konusu devlet alt paragraf (c) de öngörüldüğü şekliyle Mahkeme'den transit geçiş talebinde bulunabilir. Transit talebi gelinceye ve transit işlemi gerçekleşinceye kadar söz konusu şahıs gözaltında tutulur, ancak, bu alt paragrafın amaçları bakımından gözaltı süresi, transit talebi bu süre içinde ulaşmak kaydıyla, program dışı inişten itibaren 96 saati aşamaz.

4. Mahkeme tarafından, Mahkemeye teslimine konu olan davadan başka bir mesele nedeniyle aranmakta olan bir şahıs hakkında, talepte bulunulan devlette herhangi yasal işlem yapılıyorsa veya şahıs bu devlette cezasını çekiyor ise, talep edilen devlet bu talebi yerine getirmeden önce bu konuda Mahkemeye danışır¹⁶.”, şeklinde düzenlemeler yapılmıştır.

Bu çok taraflı uluslararası hukuk düzenlemelerine ek olarak devletlerarası ikili düzenlemeler ile de geri verme kurumu oluşturulabilmektedir. Bu bağlamda 5 Kasım 1980’de akdedilen Türkiye ile ABD arasındaki ikili antlaşmaya bakacak olursak;

“1. Sözleşen Taraflar, istenilen Taraf Ülkesi içinde bulunup da bir suçtan ötürü hakkında kavuşturma yapılan veya bir suçla itham edilmiş veya bir suçtan hüküm giymiş olan veya İsteyen Taraf ülkesinden işlenmiş bir suç nedeniyle, adli yargı organlarınca verilmiş bir cezanın yerine getirilmesi amacıyla diğer Tarafça istenen tüm kişileri, bu Anlaşma’da yer alan hüküm ve koşullara uygun olarak birbirlerine teslim etmeyi üstlenirler.

2. Suç, İsteyen Taraf ülkesi dışında işlenmiş olduğu takdirde, İstenilen Taraf:

a) Kendi yasaları benzer koşullarda işlenmiş böyle bir suçun cezalandırılmasını öngörüyorsa veya

b) Suç, İsteyen Taraf’ın bir uyuşuğundan işlenmiş olup da, anılan Taraf’ın kendi yasalarına göre bu kişiyi yargılama yetkisi varsa,

Bu Anlaşma’da belirtilen hükümlere bağlı olarak, suçlunun geri verilmesini kabul edecektir¹⁷”.

Bu geri verme yükümlülüğüne ek olarak,

“1. Geri verme aşağıdaki hallerde kabul edilmeyecektir

a) Geri verme istemine konu olan suç, İstenilen Taraf’ça siyasi nitelikte veya böyle bir suçla murtabit bir suç sayılır ise; veya geri verme isteminin, gerçekte istenen kişiyi siyasi görüşleri nedeniyle kovuşturmak veya cezalandırmak için yapılmış olduğuna İstenilen Taraf’ça kanaat getirilir ise. Bununla birlikte,

¹⁶ Rome Statute of the International Criminal Court <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/rome-statute-international-criminal-court>

¹⁷ “Türkiye Cumhuriyeti ve Amerika Birleşik Devletleri Arasında Geri Verilmesi ve Ceza İşlerinde Karşılıklı Yardımlaşma Antlaşması”, <http://www.uhdig.m.adalet.gov.tr/sozlesmeler/ikitarafilisoz/ceza/abd.pdf> (Erişim. 30.12.2022)

bir Devlet Başkanına veya Hükümet Başkanına veya aileleri üyelerinden birine karşı işlenmiş veya işlenmeye teşebbüs edilmiş bir suç, siyasi nitelikte bir suç sayılmayacaktır. Bu fıkra hükümleri, Sözleşen Taraflar'ın çok taraflı uluslararası bir anlaşma ile, halen üstlenmiş oldukları veya sonradan üstlenebilecekleri bir yükümlülüğü etkilemez.

b) Geri verme istemine konu olan suç, adli ceza yasalarına göre suç olmayan surfaskeri nitelikte bir suç ise;

c) Teslimi istenen kişi, İsteyen veya İstenilen Taraflar'dan birinin yasalarına göre, geri verme istemine konu olan suçtan ötürü kovuşturulmaktan veya cezalandırılmaktan zamaşımı nedeniyle bağışık ise;

d) Teslimi istenen kişi geri verme istemine konu olan suçtan ötürü istenilen Devlet'te yargılanarak kesin ve bağlayıcı bir hükümle beraat etmiş veya mahkum olmuş ise;

e) Geri verme istemine konu olan suç, İstenilen Tarafın yasalarına göre, bu Taraf ülkesinde olup da, kovuşturma için istenilen Taraf adli makamlarına intikal ettirilmiş veya intikal ettirilecek ise; veya

f) Geri verme istemine konu olan suç, Taraflar'dan birinde çıkarılan genel veya özel affa konu olmuş veya olmakta ise.

2. Geri verme, aşağıdaki hallerden birinde reddedilebilir:

a) Teslimi istenen kişi, aynı suçtan ötürü İstenilen Taraf'ta kovuşturulmakta ise;

b) İstenilen Taraf, aynı suçtan ötürü kovuşturmamak veya kovuşturmayı durdurmak kararı almış ise; veya

c) Teslimi istenen kişi, aynı suçtan ötürü bir üçüncü Devlet ülkesinde yargılanarak beraat etmiş veya mahkum olmuş ise¹⁸, bu durumlar antlaşmaya göre geri vermenin reddi ve istisnası olarak kabul edilmektedir.

Geri verme kurumu ile ilgili olarak, en çok tartışılan konular geri vermenin istisnaları üzerinden doğmaktadır. Bu bağlamda özellikle İnsan Hakları Evrenselle Beyannamesi, İşkence ve Diğer Zalimane İnsanlık Dışı ve Onur Kırıcı Muamele ve Cezaya Karşı BM Sözleşmesi gibi uluslararası çok taraflı sözleşmeler de insancıl hukuk bağlamında geri vermenin istisnaları önemli ölçüde düzenlenmiştir. Geri verme talebinin reddi ve istisnaları mevzuu devletlerarası ilişkilerde çoğunlukla politik çerçevede yürümektedir. Bu bağlamda tamamen hukuki bir düzenleme olmasına karşın, çoğunlukla politik ekseninde işlemektedir. Özellikle ölüm cezası, adil yargılanmanın temini, işkence veya zalimane insanlık dışı muamele gibi maddeler geri vermenin reddi noktasında çok fazla ortaya konulmaktadır.

2. TERÖR SUÇLULARININ GERİ İADESİ

Uluslararası terörizm eylemlerinin, 11 Eylül sonrası daha yoğun ve şiddetli bir şekilde dünyanın birçok bölgesinde ortaya çıkması ile birlikte, uluslararası terör suçluları meselesi de yoğun bir şekilde karşımıza

¹⁸ Türkiye Cumhuriyeti ve Amerika Birleşik Devletleri...a.g.e.

çıkılmaktadır. Uluslararası terör suçlarının iadesi kurumu, diğer adi suçlarla karşılaştırıldığında daha farklı işlemektedir. Bu manada özellikle uluslararası terör suçları ile ilgili olarak “iade et ya da yargıla ilkesi¹⁹” uygulanmaktadır. Geri verme meselesinde tartışmalı konular arasında yer alan iade et ya da yargıla ilkesi²⁰, devletlerin terör örgütü sınıflandırmaları çerçevesinde şekillenmektedir. Bu durumda da, devletlerarası ilişkilerde terör suçlarının iadesi bir yaptırım aracı olarak veya politik çıkar maksatlı kullanılmaktadır. Bu politik amaç ve söylemler evrensel yargı yetkisinin kapsamına dair bir değerlendirmeyi de beraberinde getirmektedir²¹.

Ancak diğer adi suçlarla mücadele de olduğu gibi uluslararası terör suçları ile mücadele içinde uluslararası çok taraflı antlaşmalar mevcuttur. Bu konudaki en kapsamlı düzenlemelerden birisi, Avrupa Konseyi Terörizmin Önlenmesi Sözleşmesi’dir. 2005’de akdedilen Türkiye’nin 2006’da taraf olduğu sözleşme terörizmle mücadelede ilk uluslararası sözleşme niteliği taşımaktadır. Terörün tanımı, önlenmesi, devlet sorumlulukları gibi birçok konuda düzenleme yapılan sözleşmenin md. 18, 19, 20 ve 21’de terör suçlarının iadesi konusu düzenlenmiştir. Bu maddelerde geçen,

“Madde 18 İade Et veya Yargıla

1) Zanlının topraklarında bulunduğu Taraf, 14. Madde uyarınca yargı yetkisine sahip olduğu durumlarda, bu kişiyi iade etmediği takdirde, her ne olursa olsun istisnasız, suç kendi topraklarında işlensin veya işlenmesin, gecikmeksizin durumu, o Tarafın yasalarına uygun bir yöntemle, cezai kovuşturmaya tabi tutulması amacıyla yetkili makamlara iletacaktır. Bu makamlar, o Tarafın yasalarına göre ağır unsurlar içeren herhangi bir davada olduğu gibi aynı şekilde karar vereceklerdir.

2) Bir Tarafın ulusal hukuku vatandaşlarından birini iade etmesine ya da başka bir şekilde teslim etmesine, iade talebine temel teşkil eden yargılama ve kovuşturmanın sonucunda verilen cezayı çekmek üzere Tarafa iade edilmesi koşuluyla ve kişinin iadesi talebinde bulunan Tarafın bu seçeneği onaylaması ve diğer şartların da uygun olması durumunda, izin verir. Bu tür koşullu iade ya da teslim, bu maddenin 1. paragrafında belirtilen yükümlüklerin yerine getirilmesi için yeterlidir.

Madde 19 İade

1) 5 ila 7 ve 9. Maddelerde belirtilen suçlar, bu Sözleşmenin yürürlüğe girmesinden önce Taraflar arasında mevcut herhangi bir iade anlaşmasındaki iade edilebilir suçlara dahil addedileceklerdir. Taraflar bu tür suçları, birbirleri arasında daha sonra akdedecekleri her iade antlaşmasına iade edilebilir suçlar olarak dahil etmeyi yükümlenirler.

¹⁹ Amnesty International, International Law Commission: The Obligation To Extradite Or Prosecute (Aut Dedere Aut Judicare), Amnesty International Publications, 2009, p.7-9.

²⁰ M. Cherif Bassiouni, International Extradition : United States Law and Practice Oxford University Press, 2014, p.7.

²¹ Ananya Chakraborty, Extradition Laws in the International and Indian Regime Focusing on Global Terrorism, Palgrave, 2019, p.96.

2) İadeyi bir antlaşmanın mevcudiyeti koşuluna bağlı olarak kabul eden bir Taraf, kendisi ile bir iade antlaşması bulunmayan bir Taraftan iade talebi alması halinde, talep edilen Taraf, kendi seçimiyle, bu Sözleşmeyi, 5 ila 7 ve 9. Maddelerde belirtilen suçlara ilişkin olarak iade için yasal bir dayanak olarak kabul edebilir. İade, talep edilen Tarafın hukukunca hükme bağlanan diğer koşullara tabi olacaktır.

3) İadeyi bir antlaşmanın mevcudiyeti koşuluna bağlı olmaksızın kabul eden Taraflar, talep edilen Tarafın hukukunca hükme bağlanan koşullara tabi olarak, 5 ila 7 ve 9. maddelerde belirtilen suçları kendileri arasında iade edilebilir suçlar olarak kabul edeceklerdir.

4) Gerektiği takdirde, 5 ila 7 ve 9. Maddelerde belirtilen suçlar, Taraflar arasında suçluların iadesi amacıyla, sadece meydana 100 geldikleri yerde değil, 14. Madde uyarınca yargı yetkisini tesis eden devletlerin toprakları üzerinde de işlenmiş gibi muamele görecektir.

5) 5 ila 7 ve 9. Maddelerde belirtilen suçlara ilişkin olarak, Taraflar arasındaki tüm suçluların iadesi antlaşmalarının ve anlaşmalarının hükümleri, bu Sözleşme ile bağdaşmadığı ölçüde, Taraflar arasında değiştirilmiş addedilecektir.

Madde 20 Siyasi İstisna Hükümünü Hariçte Tutma

1) 5 ila 7 ve 9. Maddelerde belirtilen suçların hiçbiri, iade ya da karşılıklı adli yardımlaşma bakımından, siyasi suç ya da siyasi bir suçla bağlantılı bir suç ya da siyasi nedenlerden esinlenmiş bir suç olarak kabul edilmeyeceklerdir. Buna göre, bu tür bir suç temelinde yapılan bir iade ya da karşılıklı adli yardımlaşma talebi, salt siyasi bir suçla ilgili olduğu ya da siyasi bir suçla bağlantılı bir suç olduğu ya da siyasi nedenlerden esinlenmiş bir suç olduğu gerekçesiyle reddedilemez.

2) 23 Mayıs 1969 tarihli Viyana Antlaşmalar Hukuku Sözleşmesinin 19 ila 23. Maddelerinin uygulanmasına hanel getirmeksizin, her Devlet veya Avrupa Topluluğu imza aşamasında veya onay, kabul, uygun bulma veya katılma belgesini tevdi ederken bu Sözleşmede geçen suçlara ilişkin olarak 1. paragrafta yer alan iadeyi uygulamama hakkını saklı tuttuğunu beyan edebilir. Taraf, tam olarak gerekçelendirilmiş şekilde olay bazında söz konusu çekinceyi uygulamayı üstlenir.

3) Bu Maddenin 2. paragrafına uygun olarak çekince koyan herhangi bir Taraf, bu çekincesini, bildirim alıldığı tarihten itibaren geçerli olacak şekilde Avrupa Konseyi Genel Sekreteri'ne bildirimde bulunmak suretiyle kısmen ya da tamamen geri alabilir.

4) Bu Maddenin 2. paragrafına uygun olarak çekince koyan bir Taraf, bu maddenin 1. paragrafının bir başka Tarafa uygulanmasını talep edemez; ancak çekince kısmi ya da şarta bağlı olduğu takdirde bu maddenin kabul etmiş olduğu şekilde uygulanmasını talep edebilir.

5) Çekince, ilgili Taraf bakımından bu Sözleşmenin yürürlüğe girdiği tarihten başlamak üzere üç yıllık bir süre için geçerli olur. Ancak, söz konusu çekince aynı süre için yenilenebilir.

6) Çekincenin sona ereceği tarihten 12 ay önce Avrupa Konseyi Genel Sekreteri ilgili Tarafa sona erme tarihini bildirir. Sona erme tarihinden üç ay önce, Taraf Avrupa Konseyi Genel Sekreteri'ne çekincesini koruyacağını, düzelterceğini veya geri çekeceğini bildirir. Bir Taraf çekincesini koruduğunu Avrupa Konseyi Genel Sekreteri'ne bildirmesi durumunda çekincenin devamını gerektiren koşullara ilişkin bir açıklamada bulunmalıdır. İlgili Tarafın bildirimde bulunmaması durumunda Avrupa Konseyi Genel Sekreteri Taraf, çekincesinin altı aylık bir süre

için otomatik olarak uzatılmasına karar verildiği konusunda bilgilendirmelidir. İlgili Tarafın süresi sona ermeden önce çekincesini koruduğuna, veya değiştireceğine ilişkin bildirimde bulunmaması durumunda çekince zamanaşımına uğrar.

7) Talep eden ve talep edilen Taraf aksini kararlaştırmadıkça, bir Taraf diğer bir Taraftan iade talebini almasını müteakip, bu çekincenin uygulaması çerçevesinde bir şahsı iade etmezse, konuyu hiçbir istisna getirmeksizin ve gecikmeksizin yargılama amacıyla yetkili mercilerine iletacaktır. Yetkili merciler, talep edilen Taraftaki yargılama amacına yönelik olarak, konuyu, anılan Taraf hukukunda ağırlaştırılmış suçlara uygulanan usule göre karara bağlayacaktır. Talep edilen Taraf, yargılama işlemlerinin sonucunu gecikmeksizin talep eden Tarafa ve 30. Madde de öngörülen Taraflararası İstişareye sevk edilmek üzere Avrupa Konseyi Genel Sekreterine iletacaktır.

8) Bu çekince temelinde iade talebinin reddine ilişkin karar, talep eden Tarafa derhal bildirilecektir. 7. Madde'ye göre talep edilen Tarapta, makul bir sürede davanın esasına ilişkin adli bir karar alınmadığı takdirde talep eden Taraf bu durumu, 30. Madde'de öngörülen Taraflararası İstişareye iletilmek üzere Avrupa Konseyi Genel Sekreterine bildirebilir. Taraflararası İstişare konuyu inceleyip reddin Sözleşme'ye uygunluğuna ilişkin bir görüş yayınlayacak ve bu konuda bir bildiğe yayınlamak Üzere Bakanlar Komitesine iletacaktır. Bakanlar Komitesi, bu maddede öngörülen görevlerini yerine getirirken sadece Taraf Devletlerle kısıtlı olacak şekilde toplanacaktır.²² şeklinde düzenlenmiştir.

Terörizmin Önlenmesi Sözleşmesinde md. 18 ve md. 20'de görüldüğü üzere, diğer uluslararası suçlardan farklı olarak, uluslararası terör suçlarının iadesinde iki temel fark karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan ilki daha öncede ifade ettiğimiz iade et ya da yargıla ilkesi yalnızca terör suçlarının iadesi kurumda karşımıza çıkmaktadır. İkincisi ise md. 20'yi konu alan Siyasi Suç İstisnasını Hariç Tutma ilkesidir. Bu ilke diğer uluslararası suçlu iadesi kurumunda ikili ve çok taraflı sözleşmelerin hepsinde istisnai durum niteliğindedir. Ancak terör suçlarının iadesinde bu ilke uygulanmamaktadır. Bu iki farklılık terör suçlarının iadesinin diğer uluslararası suçlu iadesinden ayrılan yönlerini göstermektedir. Bu sözleşmeye ek olarak,

-Terörist Bombalamaların Ortadan Kaldırılması Hakkında Uluslararası Sözleşme,

-1981 tarihli "Diplomasi Ajanları da Dahil Olmak Üzere Uluslararası Korumaya Sahip kişilere Karşı İşlenen Suçların Önlenmesi ve Cezalandırılmasına Dair Sözleşme",

²² Avrupa Konseyi Terörizmin Önlenmesi Sözleşmesi, <http://www.kdgm.gov.tr/snetix/solutions/kdgm/resources/uploads/bütün-boyutlari-ile-terorizmin-onlenmesi-ve-avrupa-sozlesmesi.pdf> (Erişim. 30.12.2022)

-1970 tarihli “Uçakların Kanundışı Yollarla Ele Geçirilmesinin Önlenmesi Hakkında Sözleşme”,

-1971 tarihli “Sivil Havacılığın Güvenliğine Karşı Kanun dışı Eylemlerin Önlenmesine İlişkin Sözleşme”

-1999 tarihli “Terörist Bombalamalarının Önlenmesine İlişkin Sözleşme”,

terör suçlularını iadesi ile ilgili düzenlemeler içermektedir.

3. TERÖR SUÇLULARININ GERİ VERİLMESİNDE DEVLETİN ULUSLARARASI SORUMLULUĞU

Devletlerin sorumluluğu kavramı, 2001 tarihli Uluslararası Aykırı Eylemlerinden Kaynaklı Devletin Uluslararası Sorumluluğu BM Sözleşmesinde düzenlenmiştir. Sorumluluk, tek başına bir yerine getirme gerekliliği oluştursa da aynı zamanda sorumluluğu iddia eden devlet için bir hak arama durumunun dayanağını oluşturabilecektir.

Devletin sorumluluğunun ortaya çıkabilmesi için, 2001 Sözleşmesi bağlamında 3 temel bileşenin oluşması gerekmektedir. Bunlar;

- aykırı fiil ya da zarar verici faaliyet²³,
- Zararın oluşması,
- uluslararası hukuk kişisi tarafından uluslararası hukuk kişisine yönelik olmasıdır.

Ancak istisna olarak;

- Zarar görenin sorumsuzluğu(temiz el)
- Mücbir sebep
- Zorunluluk halleri bir kriter olarak değerlendirilebilir.

Bu bağlamda iade süreçlerinde devlete sorumluluk yüklenmesi ve sürecin tek taraflı bir yaptırıma evrilmesi sorumluluğun oluşması ve kabul görmesi ile doğrudan ilgilidir. Bu noktada ortaya çıkacak en temel tartışma, iade talep eden devletin terörist olarak tanımladığı zanlının talep edilen devlet tarafından siyasi suçlu olması gerekçesiyle iade talebinin reddedilmesi

²³ Aykırı Eylemlerden Kaynaklı Devletin Uluslararası Sorumluluğu, md.1.

hususudur²⁴. SİDAS md.20’de siyasi suç-terör suçlusu ilişkisine dair bir çerçeve oluşturulmak istense de devletin egemenliğinin doğal sonucu olan ülkesel yetkisi çerçevesinde suç ve suçlu tanımını belirleyebilme hakkı, devlete yüklenecek sorumluluğun aynı zamanda içişlerine karışmama ilkesini ihlal tartışmasını da doğurmaktadır. Özetle terör suçlularının iadesinde devletin sorumluluğu tartışması terör suçlusu kişinin mensubu olduğu terör örgütünün uluslararası toplum nezdinde kabul görmesi ile doğrudan ilgilidir, diğer türlü devletin içişlerine karışmama ilkesinin ihlali niteliği oluşabilecektir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Devletlerarası ilişkilerde önemli bir noktada bulunan geri verme, hem hukuki hem de politik yönüyle bir uluslararası suçların önlenmesi noktasında hayatidir. Ancak geri vermenin istisnaları devletlerin bu konuyu bir politik araç olarak kullanmalarının yolunu açmaktadır. Buna ek olarak uluslararası çok taraflı sözleşmelerin yetki alanı yalnızca taraf devletler olduğundan, küresel manada kapsayıcı bir geri verme düzenlemesi yapmakta mümkün olmamaktadır. Ancak mevcut düzenlemelere bakıldığında en azından hem hukukun temel ilkeleri, uluslararası örf, adet hukuku gibi hukuk kurallarına genel olarak riayet edildiği söylenebilir. Bu çerçeveden bakıldığında,

Uluslararası suçluların iadesi devletlerarası politik bir mesele haline gelmiştir. Ancak bir uluslararası hukuk sorumluluğudur.

Uluslararası terör suçlularının iadesi diğer adi suçlara nispeten daha esnek kurallara tabi tutulmuştur. Ancak terör kavramının genişliği devletleri suçluların iadesi konusunda politik çıkar amacı gütmeye sevk etmektedir.

Özellikle siyasi suç olarak kabul edilen suçlar uluslararası hukuk nezdinde genel olarak geri vermeyi gerektirmeyen suçlar kapsamında değerlendirilmektedir. Bu bağlamda kimi ülkelerin terör suçlusu olarak nitelendirdikleri sanık ya da hükümlüler kimi ülkelere siyasi sanık ya da hükümlü olarak kabul edilmektedir.

Uluslararası hukuk kurallarının genel anlamda ihlal sorunu terör suçlularının iadesi meselesinde de görülmektedir. Her ne kadar çok sayıda uluslararası hukuk düzenlemesi bulunsu da devletler bu kuralları uygularken çıkar amaçlı davranmaktadırlar.

ABD ve Avrupa merkezli ülkeler üçüncü dünya ülkeleri ile olan ilişkilerinde adil yargılanma garantisi, işkence ve kötü muamele yasağı, siyasi

²⁴ Gavan Griffith QC And Claire Harris, Recent Developments in The Law Of Extradition, Melbourne Journal of International Law, Vol.6, 2005, p.44.

suçlunun iadesi yasağı gibi konuları geri verme konularında bir karşı argüman olarak çok yoğun bir şekilde kullanmaktadırlar.

Terör suçlularının iadesinde devletin sorumluluğu terör suçlusunun mensubiyeti bulunduğu öne sürülen örgütün uluslararası örgütler ve toplum nezdinde kabul görmüş bir terör örgütü olması ile doğrudan ilgilidir.

KAYNAKÇA

- Amnesty International, International Law Commission: The Obligation To Extradite Or Prosecute (Aut Dedere Aut Judicare), Amnesty International Publications, 2009.
- Avrupa Konseyi, Suçluların İadesine Dair Avrupa Sözleşmesi, <http://hukuk.emu.edu.tr/Documents/yayinlar/suclularin-iaadesine.pdf> (Erişim. 27.12.2022)
- Avrupa Konseyi Terörizmin Önlenmesi Sözleşmesi, <http://www.kdgm.gov.tr/snetix/solutions/kdgm/resources/uploads/but-un-boyutlari-ile-terorizmin-onlenmesi-ve-avrupa-sozlesmesi.pdf> (Erişim. 27.12.2022)
- Bagheri, Saeed, “Uluslararası Hukukta Suçluların ve İadesi Suçluları Kovuşturma Yükümlülüğü”, *AÜHFD*, C. 62 S.1, 2013.
- Bassiouni, M. Cherif, International Extradition : United States Law and Practice Oxford University Press, 2014,
- Chakraborty, Ananya, Extradition Laws in the International and Indian Regime Focusing on Global Terrorism, Palgrave, 2019, p.96.
- Duman, Berat, “Türk Hukukunda Veri Verme Kurumu ve Hukuku”, TAAD, Yıl:7, Sayı:24, Ocak 2016.
- Herbert, Woods Jr, Robert, “Extradition:Evaluating The Development, Uses and Overall Effectiveness Of The System”, *Regent University Law Review*, Vol. 3:43, 1993.
- Garcia-Mora, Manuel R., The Present Status Of Political Offenses in The Law Of Extradition And Asylum, University Of Pittsburgh Law Review, Vol. 14, 1952.
- İçel, Kayhan, “Suçluların Geri Verilmesi Üzerinde Bir İnceleme”, *İÜHFM*, C. 30, S. 3-4, 1964.
- İşkence ve Diğer Zalimane Gayri İnsani veya Küçültücü Muamele ve Cezaya Karşı BM Sözleşmesi, <https://www.ombudsman.gov.tr/contents/files/25703--Iskence-ve-Diger-Zalimane,-Gayriinsani-veya-Kucultucu-Muamele-veya-Cezaya-Karsi-Sozlesme.pdf> (Erişim. 28.12.2012)
- The Treaty of Amiens, http://www.napoleon-series.org/research/government/diplomatic/c_amiens.html (Erişim. 27.12.2022)
- Rome Statute of the International Criminal Court <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/rome-statute-international-criminal-court> (Erişim. 28.12.2012)

Türkiye Cumhuriyeti ve Amerika Birleşik Devletleri Arasında Geri Verilmesi ve Ceza İşlerinde Karşılıklı Yardımlaşma Antlaşması”,<http://www.uhdigm.adalet.gov.tr/sozlesmeler/ikitaraflioz/ceza/abd.pdf> (Erişim. 30.12.2022)

QC, Gavan Griffith and Harris, Claire, Recent Developments in The Law Of Extradition, Melbourne Journal of International Law, Vol.6, 2005. 5237 Sayılı Türk Ceza Kanunu, md.18(2).

BÖLÜM 18

BİREYSEL KARIYER YÖNELİMİNDE ÜNİVERSİTE EĞİTİMİNİN ROLÜNÜN ÖĞRENCİ BAKIŞ AÇISIYLA DEĞERLENDİRİLMESİ -NİTEL BİR ARAŞTIRMA-

Doç. Dr. Cemile ÇETİN¹

¹ Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, İzmir, Türkiye, cemilegurcay@gmail.com/cemile.gurcay@deu.edu.tr.
ORCID ID: 0000-0002-6659-4855

GİRİŞ

Kariyer, doğumdan ölüme bireyin yaşam yolculuğunu ifade etmektedir. İçerik ve anlamı ile önemi kişiden kişiye değişmektedir. Dolayısıyla bireyin hayatını etkileyen bir olgudur. Kişisel tercihlerle, değerlendirmeler ve algılara dayalı konumlandırılmaktadır. Kariyer hem planlanabilen hem yönetilebilen niteliktedir. Kişisel ve örgütsel boyutları söz konusu olup, geliştirilebilmektedir.

Kariyer seçimi, öğrencilerin gelecek planlarını belirlerken yapacakları birçok önemli seçimden biridir. Bu karar onları hayatları boyunca etkileyecektir. Öğrencinin kim olduğunun özü, öğrencinin hayat boyu çalışarak ne yapmak istediği etrafında dönecektir. Her öğrenci kendi geçmişinin eşsiz tarihini taşır ve bu onların dünyayı nasıl gördüklerini belirler. Kısmen öğrencinin çevresi, kişiliği ve fırsatlar tarafından yaratılan bu tarih, öğrencilerin kariyer seçimlerini nasıl yapacaklarını belirleyecektir. Ardından, öğrencinin çevresini, kişiliğini ve fırsatlarını nasıl algıladığı da öğrencilerin yapacakları kariyer seçimlerini belirleyecektir (Borchert, 2002: 11).

Kariyer seçimi, öğrenciler için karmaşık bir karardır çünkü hayatta yapmayı planladıkları mesleğin türünü belirler. Meslek seçiminin etkisi, birey üzerinde kalıcı bir etkiye sahiptir. Gelecekteki gelir düzeylerinin, işin doğasının bir öngörüsü ve belirleyicisi olmaya hizmet eder ve sonuç olarak bir bireyin kişiliği, tavrı ve görünümü üzerinde bir iz bırakır. Dolayısıyla yanlış bir karar, bir bireyin kaderini değiştirebilir. Kariyeriyle ilgili karar vermek herkes için zordur. Bu bireysel eylem, bir ulusun ekonomik refahında daha büyük ölçekte kendini gösterir. İşyerinde uyumsuz olan bireyler, daha az üretken ve verimli olma eğilimindedir ve bu nedenle hedeflerine ulaşamazlar. Onyejiaku mesleği kişilikleri değiştirme, sosyal statü belirleme, beklenen kazançları tahmin etme, sosyal grupları belirleme vb. güçlere sahip bir geçim aracı olarak ifade etmektedir. Bu nedenlere dayalı olarak önemi red edilemez niteliktedir. Karmaşıklığı göz önüne alındığında, kariyer kararlarının nasıl verildiği konusunda üzerinde düşünülmesi gereken bir noktadır (Kazi ve Akhlaq, 2017:187).

Makalede bireysel kariyer yöneliminin üniversite son sınıf öğrencileri örnekleminde hem alınan eğitim hem de beklentiler boyutları ile ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu kapsamda İzmir’de bir devlet üniversitesinde

mezuniyet aşamasında olan gönüllü 14 üniversite öğrencisi ile yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak 8 sorudan oluşan derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir. Öğrencilerden mevcut durumdan hareketle mezuniyet sonrasında yönelik kariyer algıları ve değerlendirmelerine ilişkin bilgiler elde edilmiştir. Makalenin sonuç kısmında da bilgiler ışığında değerlendirmeler yapılarak öneriler oluşturulmuştur.

1.KARİYER KAVRAMI

Fransızca *carrière* sözcüğünden gelen kariyer, bir meslekte zaman ve çalışmayla elde edilen aşama, başarı ve uzmanlık olarak tanımlanmaktadır (TDK Sözlüğü). Aytaç ve Keser'in açıklamalarında Latince “*Carrus*” (at arabası) ve “*Carrera*” (yol), Fransızca “*CsARRIERE*” (yarış yolu), İngilizce “*Career*” (meslek kelimelerinden gelmektedir. Geçmiş yüzyıllarda at arabasının giderken arkasında bıraktığı yol anlamında kullanılmaktaydı. Günümüzde ise bir kişinin herhangi bir iş alanında sürekli ilerlemesi anlamında kullanılmaktadır” (Aytaç ve Keser, 2017: 6).

Kariyer ile ilgili tanımlamalara ilişkin farklı bakış açıları söz konusu olmakla birlikte iki temel bakış açısı söz konusudur. İlki kariyer bir mesleğin ya da örgütün yapısal özelliğidir. Kariyer aynı zamanda tek bir organizasyonda veya birden fazla işverende bir hareketlilik yolu olarak da görülebilir. Diğer bakış açısına göre ise kariyer, bir meslek ya da organizasyon olmak yerine kişi ait bir mülk gibidir. Kariyer yönetiminde ise kariyer, bir insanın hayatının akışını kapsayan işle ilgili deneyimlerinin kalıbıdır (Greenhaus vd., 2010: 9-10).

Super'ın tanımında kariyer, bir insanın yaşamı boyunca oynadığı rollerin birleşimi ve sırasıdır. Bu roller arasında çocukluk, öğrencilik, vatandaşlık, çalışan olma, eş olma, ev hanımlığı, ebeveynlik ve emeklilik gibi çoğu insan tarafından beklentilerine dayalı olarak kullanılan ve yaygın olan pozisyonlar ile reformcu olma ve sevgili olma gibi daha az yaygın olan roller bulunmaktadır (Super, 1980: 282). Bayraktaroğlu'na göre, “bir insanın çalışabileceği yıllar boyunca herhangi bir iş alanında adım adım ve sürekli olarak ilerlemesi, deneyim ve beceri kazanmasıdır” (Bayraktaroğlu, 2011: 137).

Kariyer bazı yazarlar tarafından ilerleme olarak ele alınmakta ve kişinin bir işletmedeki iş yaşamı boyunca aldığı terfiler veya yükselmeler olarak

tanımlanmaktadır. Kariyeri, meslek olarak tanımlayan diğer yazarlara göre ise kariyer ancak açık bir ilerleme yolu içeren belli mesleklerde gerçekleştirilebilir (Çetin, vd., 2015: 127). Kariyer; bir çalışanın tüm çalışma yaşamı boyunca yaptığı işlerden oluşur ve bazı çalışanlar için dikkatli bir planın parçası olarak yapılan işler anlamına gelir. Bazı çalışanlar tarafından ise kariyere farklı anlam yüklemekte ve kariyer, sadece bir şans veya kader sonucu sahip olunan bir durum olarak ifade edilmektedir. Bu doğrultuda kariyer; kişinin iş hayatı boyunca takip etmesi gereken bir dizi faaliyet yolu olarak da tanımlanır. Diğer bir ifade ile kariyer, kişinin hayatı boyunca çalıştığı işle ilgili mevkilerdir (Özgen ve Yalçın, 2011: 187).

Bir diğer tanıma göre kariyer, “bir kişinin hayat seyrini kapsayan işle ilgili tecrübeler dizisidir. Belli bir dönemde yapılan ücretli ya da ücretsiz herhangi bir işi içerebilir (DeCenzo vd., 2017:196). Kariyer, bireyin yaşamı boyunca işle ilgili görev aldığı pozisyonla (Mathis ve Jackson,1997:327) ve deneyimlediği işe ilişkin görevler, roller, faaliyetler ve tecrübeler dizisi (Arnold,1997:16) olarak da tanımlanmaktadır. Kuzgun’un tanımında kariyer, bir ömür boyu yaşanan olaylar dizisi, meselelerin ve diğer yaşam rollerinin birbirini izlemesi sonucu oluşan genel görünüm ve mesleki gelişim çizgisinde ilerleme, duraklama ve gerilemeleri ifade eden bir kavramdır. Yaşam boyu devam eden bir süreç niteliğini taşımaktadır. Sadece mesleğe ya da işe yönelik faaliyetleri değil, mesleğe hazırlanma, meslek görevlerini yerine getirme, hizmet içi eğitim, boş zaman faaliyetleri, toplumda üstlenilen diğer roller ve bütün bu görevlerdeki gelişimi de içeren bir kavramdır (2006:3).

Douglas Hall’da kariyeri, bireyin yaşamı boyunca edindiği işe ilişkin deneyimleri ve faaliyetleri ile ilgili algıladığı tutumlar ve davranışlar dizisi olarak tanımlayan bir bakış açısı ile açıklamıştır. Kariyerin daha iyi anlaşılabilmesi için gözden kaçırılmaması gereken 4 temel nokta bulunmaktadır (2002:11).

- Kariyer kavramı ile başarı veya başarısızlık, hızlı veya yavaş ilerleme kastedilmemektedir.
- Kariyer başarısı veya başarısızlığını en iyi şekilde değerlendirebilecek kişiler, araştırmacılar, işveren, eş ya da arkadaşlar değil, söz konusu kariyere sahip olan bireyin kendisidir. Kariyeri değerlendirmede bir standart bulunmamaktadır.

- Kariyer bir kişinin yaptığı ve hissettiği şeyler olarak, davranış ve tutumların her ikisini birden içerir. Bu nedenle kariyerin bir yönünü değerlerde, tutumlarda ve bireyin motivasyonunda zamanla oluşan değişiklikler (öznel kariyer) oluştururken, diğer yönünü bireyin gözlemlenebilen seçimleri ve faaliyetleri oluşturmaktadır (nesnel kariyer). Bu nedenle kariyerin doğru bir şekilde değerlendirilebilmesi için her iki yönünün göz önünde bulundurulması gerekmektedir.
- Kariyer bireyin işle ilgili deneyimlerinden oluşan bir süreçtir. Dolayısıyla belli bir zaman içerisinde yapılan her türlü çalışma – ücret karşılığı olan ya da olmayan- bireye kariyer sağlamaktadır (gönüllü yapılan işler, ev işleri, politik faaliyetler, okul işleri vb.).

Hall'a göre kariyerin önemi, "iş ortamındaki kişinin tüm yaşamını temsil eder. Ayrıca, çoğu insan için iş, genel yaşam kalitesini belirleyen temel faktördür. Çalışma, psikolojik, güvenlik, sosyal, ego ve kendini gerçekleştirme; başarı, bağlılık ve güç gibi çeşitli insani ihtiyaçların pratik olarak karşılanması için bir ortam sağlar. Emeklilikten hemen sonra ölüm oranlarının arttığına dair bazı kanıtlar var. Bu kapsamda kariyer kişinin yaşamında kilit bir role sahiptir" şeklinde açıklanmaktadır (2002:12). Ataul'un da belirttiği gibi, bir kariyere sahip olmak bir işe sahip olmaktan oldukça farklı bir durumdur. Kariyer bir kişiye başarıya duygusunu verir. Kariyer kişinin karşılaşılabileceği olanakları, görkemi, psikolojik ödülleri ve daha iyi yaşam biçimini açıklar (Ataul, 1989: 2).

Kariyer hem hedeflenen bir sonucu hem de zamansal boyutta içinde yolculuk yapılan dinamik bir süreci ifade etmektedir. Kişisel yaşam dönemleri ile ilişkili olarak içeriği çeşitlilik göstermekte ve değişim odaklı farklılıklar süreklilik taşımaktadır. Kariyerin bireysel anlamdaki karşılığı olan içerik ve değişkenler hem kişinin zaman, olaylar, beklentiler benzeri değişimlerine hem de teknoloji, çalışma hayatı, ürün ve üretim süreçlerinde yaşanan değişimlere bağlı olarak farklılaşmaktadır. Bu durumda kariyere ilişkin bireysel algıların çeşitliliğini de ortaya çıkarmaktadır.

2.KARİYER TERCİHİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Kariyer seçimi, herhangi bir öğrencinin hayatındaki en büyük ikilem ve zorluklardan biridir. Karmaşık bir şekilde iç içe geçmiş birçok faktörün etkileşimini içerir. Basit bir iş ya da sorumluluk değildir. Zor bir karar verme sürecini içermektedir. Bandura ve arkadaşlarına (2001: 187-196) göre, bireyin çevresi, yetenekleri, becerileri ve akademik başarısı kariyer seçiminde etkilidir. Yanlış bir seçim başarısızlığa ve hayal kırıklığına yol açabilir. Araştırmalar evin, okulların ve sosyal yapıların bireyin kariyer seçimini etkilediğini göstermektedir. 272 çocukla, çocukların kariyer istekleri ve yollarını şekillendiren sosyo-bilişsel etkiler ağının yapısal bir modeli test edilmiştir. Ailenin ekonomik durumu çocukların kariyer yolları ile dolaylı etkili bulunmuştur. Ebeveyn öz-yeterliğinin ve isteklerinin çocuklarının algılanan kariyer yeterliliği ve seçimi üzerindeki etkisi, çocukların algılanan yeterliliği ve akademik istekleri aracılığıyla gerçekleşir. Böylece, çocukların algılanan akademik, sosyal ve öz-düzenleyici yeterliliği, hem doğrudan hem de akademik istekleri üzerindeki etkileri yoluyla kendilerinin yeterli olduğuna inandıkları mesleki faaliyet türlerini etkilemektedir. Çocukların gerçek akademik başarılarından ziyade algılanan yeterlilikleri, algılanan mesleki öz yeterliklerinin ve tercih edilen iş hayatı seçimlerinin temel belirleyicisidir. Cinsiyet farklılıklarının analizi, algılanan mesleki öz yeterliliğin kariyer seçiminin gelenekselliğini yordadığını ortaya koymaktadır (Bandura vd., 2001: 187).

6.251 erkek ve 9.268 kadından oluşan ve ulusal bir örnekleme kullanan başka bir çalışmada, üniversite öğrencilerinin bilimsel kariyere ilk ilgilerini, üniversite sırasında bilimsel kariyeri seçimini etkileyen faktörleri ve bu faktörlerin erkekler ve kadınlar arasında nasıl farklılık gösterebileceğini ele almaktadır. Sonuçlar, geleneksel olarak bilimde kalıcılığı tahmin etmek için kullanılan değişkenlerin (yetenek, benlik kavramı ve hazırlık gibi) hem erkekler hem de kadınlar için benzer etkilere sahip olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, bu çalışma daha önceki araştırmalarda yer almayan çok çeşitli değişkenleri içerdiğinden, erkekler ve kadınlar arasında bir takım ilginç farklılıklar da ortaya çıkarmıştır. Spesifik olarak elde edilen bir bulgu erkeklerin ev masraflarını karşılamak zorunda oldukları için özellikle mali beklentiler kariyer seçimlerini etkilerken, kadınlar sosyal değerler ve fayda

endişe duymaktadır (Sax, 1994: 45). Yetenek, yaşam koşulları ve akademik başarı gibi diğer faktörlerin de kariyer seçiminde belirleyici olduğu kanıtlanmıştır (Ferry vd., 2000: 348). Anne babanın eğitim düzeyi, mesleği ve geliri de çok önemli faktörler arasında tanımlanmaktadır (Hearn, 1988: 65). Ebeveynlerin çocuğun ilk öğretmeni olduğu ve bu nedenle çocuklarının yaşamlarında bir rehber, danışman ve yönlendirici role sahip olduklarını desteklemektedir (Kazi ve Akhlaq, 2017: 189). Bunun dışında, farklı rol modellerin akıl hocası olarak mesleki bilgi sağlayarak hem doğrudan hem de dolaylı bir şekilde kariyer kararlarını etkileyebileceği hatta kariyer gelişiminde kritik bir rol oynayabileceği de tanımlanmaktadır (Gibson, 2004'ten aktaran Fouad ve Kantemneni, 2013: 230-231). Öğrencilerin meslek seçimini belirlemede önemli bir diğer faktör de öğrencisi oldukları okuldur. Farklı müfredat seçenekleri ve okul kültürü, öğrencinin kariyer seçiminde önemli bir rol alabilmektedir. Nitekim, okulun rolü, doğru rehberlik sağlamanın yanı sıra öğrencileri eğitime devam etmeleri ve okulu bırakmamaları için teşvik etmektir, olarak tanımlanmaktadır. Meslek seçimini etkileyen başka bir faktör ise mesleklerle ilgili farkındalık eksikliğidir. Öğrencilerin bilgi eksikliği nedeniyle meslekler hakkında kavram yanılgılarına sahip olmaları bazı meslekleri/kariyeri seçmelerini engelleyebilmektedir (Kazi ve Akhlaq, 2017: 189).

Yaşamın akışı ve gerkliliği içinde hayatlarının belirli bir noktasındaki her öğrencinin, kariyeri ile ilgili bir seçim hatta doğru seçimi yapması zorunludur. Bu sayede dengeli bir hayata doğru yol alma şansını yaratabilmeleri mümkün olabilmektedir. Ancak öğrenciler, seçimleri hakkında tam olarak bilgi sahibi olamayacakları bir aşamada önemli kararlar verirler veya başka kaçınılmaz koşullar, hedeflerini takip etmelerini engelleyebilir. Bu noktada özellikle danışmanlar ya da rehberlik hizmeti sunan uzmanlar, bilinçli seçimler yapmaları için olumlu ve kritik bir rol oynayabilir. Özellikle, belirli bir mesleğe ilgi duymak karar verme aşamasında çok önemlidir. Öğrenci herhangi bir kariyere zorlanırsa, düşük benlik saygısı ve düşük performans sergileyebilir. Nitekim, Suutari (2003), birkaç çalışmada ilgi alanları ve kariyer seçimi arasında pozitif bir ilişki olduğunu bulduğunu ifade etmektedir (Kazi ve Akhlaq, 2017: 190).

3.ARAŞTIRMA

3.1. Örneklem ve Yöntem

Üniversite öğrencisi örnekleminde kariyer algısını ortaya koymak için Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomi²si ve Endüstri İlişkileri Bölümü Lisans İnsan Kaynaklarına Giriş Dersine katılım gösteren öğrencilerden gönüllü olanlar ile nitel araştırma gerçekleştirilmiştir. Mülakat şeklinde gerçekleştirilen araştırmada örneklem 14 gönüllü öğrenciden oluşmuştur. Görüşmelerde yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak gerçekleştirilen araştırmanın amacı, Üniversite eğitiminin son senesinde ve mezuniyet öncesinde olan öğrencilerin kişisel değerlendirmelerine dayalı olarak üniversitedeki eğitim sürecini kariyer tercihi bakış açısıyla elde etmektir. Verilerin analizi ise betimsel ve sistematik analiz yöntemi ile gerçekleştirilmiştir.

Öğrencilerle bire bir yapılan görüşmelerde onlara araştırmanın amacı doğrultusunda yöneltilen sorular şunlardır:

1. *Kariyer dediğimizde aklınıza gelen ilk 3 kavram ya da olgu nedir?*
2. *Mezuniyet sonrası için kariyer hedefiniz var mı? Nedir? Neden? Çalışmayı düşündüğünüz işiniz belli mi? Neden o iş? (Olgu, duygu, düşünce, ekonomik, psikolojik, sosyal, davranışsal olarak)*
3. *Mezuniyet sonrası çalışmayı düşündüğünüz işyerini / işletmeyi anlatır mısınız? Özellikleri nelerdir? Neden o işyeri ya da işletme? (Ekonomik ve fiziki olanaklar, iş arkadaşları ile ilişkiler, yöneticiler, uygulamalar, karar verme, sorumluluk, iş yükü... vb.)*
4. *Öğrenim gördüğünüz bölümünüze ilişkin, başladığınız ilk yıldan bu süreye kadar beklentileriniz nelerdi, bu beklentilerinizin hangilerinin karşılandığını, hangilerinin karşılanmadığını düşünüyorsunuz?*
5. *Mezuniyet sonrasına yönelik kaygınız ya da kaygılarınız var mı? Neler?*
6. *Seni neden işe alsınlar? Alırlar?*
7. *Kariyer planına okuduğun bölümün ve hocalarının / hocanın katkısı oldu mu? Nasıl?*

² Veri toplama sürecinde destek olan Melce Egel ve Simge Şimsek'e teşekkür ediyorum.

8. *Kariyerini oluştururken hocalarından beklentin var mı? Sana nasıl destek olabilirler / olmalarını bekliyorsun?*

3.2. Verilerin Toplanması ve Değerlendirilmesi

Araştırma verileri, 1 aylık bir zaman diliminde elde edilmiştir. Veriler için görüşmelerde öğrencilerin ses kayıtları alınmıştır. Ses kayıtları katılımcıların onayı ile alınıp çalışmada etik kurallar çerçevesinde katılımcıların isimlerine yer verilmemiştir. Kişiler cinsiyetlere göre ayrılarak, erkek katılımcılar için 1'den 5'e kadar, kadın katılımcılar için 1'den 9'a kadar numaralandırma yapılarak, her bir katılımcı için kodlar belirlenmiştir.

Yarı-yapılandırılmış görüşme soruları aracılığıyla toplanan sözel veriler betimsel ve sistematik analiz yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. İlk olarak görüşme sırasında tüm sorulara verilen yanıtlar yazıya dökülerek konuşma metinleri oluşturulmuştur. Bu yanıtlar belli bir aşinalık düzeyi kazanma amacıyla okunmuş, sonra toplam 14 öğrencinin verdiği yanıtlar boyutlar şeklinde sınıflandırılmıştır. Söz konusu boyutlar daha sonra alt boyutlara da ayrılarak, öğrencilerin verdiği yanıtlara sistematik bir bakış elde edilmiştir.

Kategoriler belirlendikten sonra tüm yanıtlar araştırmacılar tarafından tekrar okunup belirlenen kategorilere kodlanmıştır. Kodlama aşamasında oluşturulan tablolarda çalışan söylemlerine de yer verilmiştir. Ardından analiz edilen verilerin yorumlanması aşamasına geçilmiştir. Araştırmada elde edilen bulgular aşağıdaki başlıkta incelenecektir.

4. BULGULAR

4.1. Kariyer Denildiğinde Akla Gelen İlk Kelimelere İlişkin Bulgular

“Kariyer dediğimizde aklınıza gelen ilk üç kavram ya da olgu nedir?” denildiğinde ağırlıklı olarak öğrencilerin aklına gelen ilk kelimeler gelecek, para, mutluluk ve başarıdır. Kız öğrenciler tarafından gelecek kavramı; 2 kez vurgulanmıştır. Para kavramı 1 kez ve mutluluk 2 kez vurgulanmıştır. Başarı ise 2 kez vurgulanmıştır. Erkekler tarafından başarı 7 kez vurgulanırken, para 1 kez vurgulanmıştır (Tablo 1).

Tablo 1: Kariyer Denilince Akla Gelen İlk Kelimeler

Kategoriler	Yetenek	Hedef	Gelecek	Para	Mutluluk	Başarı	Statü	Saygınlık	İş	Aile	Yasanti	Plan	Güç	Yeterlilik	Performans	Bilgi ve donanım	Gelştirme	Yükseltmek	Faydalı olmak	İnsan	Zaman	Çalışma hayatı	Kendini gerçekleştirme
Kız Öğrenci	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	-	-	-	-
Erkek Öğrenci	-	1	1	1	-	2	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1	1	1	1
Toplam	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1

4..2. Kariyer Hedefleri

Öğrencilere kariyer hedefleri sorulduğunda vermiş oldukları cevapların dört boyuta ayrılabilceği görülmektedir. Söz konusu boyutlar öğrencilerin hedefleri doğrultusunda kamu sektörü, özel sektör, insan kaynakları alanı ve girişimcilik olarak belirlenmiştir. Kız öğrenciler ağırlıklı olarak kamu sektöründe çalışmak istemektedir. Erkeklerin kariyer hedeflerinin ise dört boyuta eşit şekilde dağıldığı görülmektedir (Tablo 2).

Tablo 2: Kariyer Hedeflerinin Boyutları

Kategoriler	K	%	E	%
Kamu	7	36	2	22.3
Özel	6	31	3	33
İnsan Kaynakları	5	26	2	22.3
Girişimcilik	1	7	2	22.3
Toplam	19	100	9	100

İkinci soruya ilişkin olarak verilen cevaplar doğrultusunda *“Başkalarına faydalı olma”*, *“İş güvencesi”* ve *“Özel sektör için yeterli donanıma sahip olmamak”* şeklinde üç alt boyut oluşturulmuştur (Tablo 3).

Mezuniyet sonrası kariyer hedeflerine ilişkin alınan yanıtlarda dikkat çeken; öğrencilerin kendilerini özel sektör için yeterli donanıma sahip görmedikleridir. Bu nedenle öğrencilerin kamu sektörüne yöneldikleri çıkarımı yapılabilir.

Tablo 3: Kariyer Hedeflerine İlişkin Alt Boyutlar

Kategoriler	K	%	E	%	Öğrenci Söylemleri
Başkalarına faydalı olma	3	30	1	100	İnsanlara karşı daha yardımsever olmayı düşünüyorum, daha faydalı olmak istiyorum / İnsanlara yardım etmeyi, dinlemeyi, anlamayı çok seviyorum / İnsanların problemlerine

					sorunlarına birşeyler buluyorsun, ediyorsun, araştırıyorsun o yüzden / İnsanlara yardım etmek hoşuma gidiyor
İş güvencesi	3	30	-	-	Devlet işi garanti iştir düşüncesinden yola çıktığım için / Açıkçası işten çıkma durumu sorun olabilir / Garanti olarak insan kendini güvence altına almak istiyor
Özel sektör için yeterli donanımına sahip olmamak	4	40	-	-	Kendimi yeteri kadar geliştirdiğimi düşünmediğim, özel sektörde zorlanacağımı düşündüğüm için / Özel sektör daha çok kendini sürekli geliştiren bir şekilde / İngilizcem olmadığı için, özel sektörde daha çok yabancı dile de önem veriyorlar / Çünkü yabancı dilim çok iyi değil
Toplam	10	100	1	100	

Kariyer hedeflerine ilişkin alt boyutlara ilişkin söylemler değerlendirildiğinde **“Başkalarına Faydalı Olma”** ile ilgili ifadeler

- *“Bankacılık istiyorum çünkü orada yükselebilirsem daha yeni çevreler ve yeni insanlarla tanışabilirim. Ayrıca insanlara yardım etmek hoşuma gidiyor, yaşlısı olsun genci olsun. Herkes gelip sizden yardım istediğinde bu yardımı verebilmek hoşuma gidiyor”* (E5).
- *“Hocalar diyor ki insanlar size danışmaya gelecek bu dersleri çok iyi öğrenin. İşte orada faydalı olabileceğimi düşünüyorum, şu an bilgilerim az olabilir ama o zaman kendimi insanlara daha güler yüzlü, kamuda bazen olmuyor ya, bilmeyen insanlara karşı daha yardımsever olmayı düşünüyorum, daha faydalı olmak istiyorum”* (K3).
- *“Kamu ve KPSS’ye girdiğimde İnsan Kaynakları üzerinde ilerlemek istiyorum. Çünkü insan ilişkilerini seviyorum. İnsanlara yardım etmeyi, dinlemeyi, anlamayı çok seviyorum”* (K4).
- *“Neden İnsan Kaynakları... hem insanlarla iletişimim iyi hem bu bölümü aslında İnsan Kaynakları için seçtim diyebilirim, alan olarak çok böyle kafa yordüğüm bir bölüm olduğumu düşünüyorum, hani insanların problemlerine, sorunlarına bir şeyler buluyorsun ediyorsun, araştırıyorsun, o yüzden”* (K9).

olarak dile getirilmiştir.

“İş Güvencesi” konusunda,

- *“...özellikle ailemin görüşünden kaynaklanan devlet işi garanti iştir düşüncesinden yola çıktığım için kamuda çalışmak istiyorum”* (K1).

- “İngilizcem olmadığı için, özel sektörde daha çok yabancı dile de önem veriyorlar, ve açıkçası işten çıkma durumu sorun olabilir” (K3).
 - “Özel sektörde hani bir bayanın çalışması biraz daha bana göre, hani yükselme imkanı var ama garanti olarak insan kendini güvence altına almak istiyor” (K6).
- denilmektedir.

“Özel Sektör İçin Yeterli Donanıma Sahip Olmamak” ise

- “Kendimi yeteri kadar geliştirdiğimi düşünmediğim, özel sektörde zorlanacağımı düşündüğüm için ve özellikle ailemin görüşünden kaynaklanan devlet işi garanti iştir düşüncesinden yola çıktığım için kamuda çalışmak istiyorum” (K1).
- “Açıkçası kamu düşünüyorum, özel sektör daha çok sürekli kendini geliştiren bir şekilde, ben öyle bir yapıda değilim” (K2).
- “Ben kamu sektöründe çalışmak istiyorum açıkçası. İngilizcem olmadığı için, özel sektörde daha çok yabancı dile de önem veriyorlar ve açıkçası işten çıkma durumu sorun olabilir” (K3)
- “Şu an tek düşündüğüm şey hani KPSS odaklı gidiyorum, çünkü yabancı dilim çok iyi değil. Kamu ve KPSS olmazsa özel sektöre yönelmeyi düşünüyorum” (K4)

şeklinde tanımlanmıştır.

4.3. Çalışılmak İstenen İşyerinin Özellikleri

Çalışılmak istenen işyeri özellikleri “Sorumluluk alma”, “Yöneticiler ile açık iletişim”, “İş arkadaşlarıyla ilişkiler”, “Saygı görme isteği”, “Ücret beklentisi”, “Otorite ihtiyacı” olmak üzere 6 alt boyutta tanımlanmıştır (Tablo 4).

Tablo 4. Çalışılmak İstenilen İşyerinin Özelliklerine Ait Alt Boyutlar

Kategoriler	K	%	E	%	Öğrenci Söylemleri
Sorumluluk alma	2	12	3	37.5	Herkes kendi görevini disiplinli bir şekilde yerine getirirken / Olabildiğince her sorumluluğu alırım / Herkes kendi işini yaptıktan sonra / Sorumlulukları kendim almak isterim / Sorumluluk almaktan korkmuyorum
Yöneticiler ile açık iletişim	3	18	2	25	Öneticinin bize rahat bir ortam yaratması / Yönetici deyince böyle içten olacak / İlk Müdürüme şikayetleri çok rahatlıkla dile

					getirmek isterim
İş arkadaşları ile ilişkiler	7	41	3	37.5	Samimi ilişkilerin olduğu rahat bir ortam / Samimi bir ortam olmalı / Çalışma ortamındaki arkadaşlarımla iyi geçinmek isterim / Eğlenceli bir ortam olmasını isterim / Çalıştığım kişilerle rekabet değil de bilgi alışverişi yaparak / Karşımdakiler iyi olursa... / İş dışında da görüşebileceğim insanlar olmalı
Saygı görme isteği	2	12	-		...aşağılama falan olmadan / beni aşağılayıcı ve küçük düşürücü etkilerden uzak olmasını istiyorum bu ortamın
Ücret beklentisi	1	5	-	 Emegimin karşılığını alayım
Otorite ihtiyacı	2	12	-		Otorite olması gerektiğini düşünüyorum... / Yönetici deyince böyle içten olacak çalışanlarına karşı, güler yüzlü, gerektiğinde otoritesini koyabilecek
Toplam	17	100	8	100	

“Sorumluluk alma” alt boyutunda verilen cevaplarda öğrencilerin sorumluluk almaktan korkmadıkları ancak bu sorumluluğun kendi görevleri çerçevesinde kalması gerektiği vurgulanmıştır. Bir başka deyişle, öğrenciler çalışacakları işyerinde çalışma arkadaşlarının kendi sorumluluklarından kaçmaması gerektiğini düşünmektedirler.

“Yöneticilerle açık iletişim”de şeffaf bir ilişki olması gerektiği ve yöneticilerin, çalışanların fikirlerine önem vermesi gerektiği belirtilmiştir.

“İş arkadaşları ile ilişkiler” alt boyutunda ise çalışma ortamının eğlenceli ve samimi ilişkilerin olduğu rahat bir ortam olmasının tercih edildiği görülmektedir.

“Saygı görme isteği” alt boyutunda kadınların saygı görme beklentisinin erkeklere göre daha fazla olduğu göze çarpmaktadır.

“Ücret beklentisi” açısından kadınlar, ekonomik olarak yapılan işin karşılığını adil olarak almaları hususuna vurgu yapmıştır.

“Otorite ihtiyacı” alt boyutunda kadınlar ve erkeklerin söylemlerinden yola çıkarak, yöneticilerle ilişkilerin rahat olmasının yanında, belli sınırlar içinde olması ve işyerinde alt-üst ilişkisinde belirgin bir otoritenin bu rahat ortama rağmen hissedilmesine ihtiyaç duyulduğu görülmektedir.

“Fiziksel koşullar” olarak belirlenen son alt boyutta ise genel söylemler *ferah, fiziki çalışılabilir, düzenli ve ev tarzında bir ortam* olması yönündedir.

“Sorumluluk Alma” alt boyutu ile ilgili olarak

- *“Hocam herkes işini yapacak bi kere. Ee yok işte bunu sen yap ben bunu yapayım. Tamam paylaşım olur ama mesela o yapmaz, ona*

yüklenir. Asla kabul etmem böyle bir şeyi hocam. Herkes işini yapsa böyle güzel bir ortam da oluşur, herkes iyi geçinir, yani sıkıntı olmaz böyle herkesin işini yaptığı sevecan aile ortamı gibi bir ortamda.” (E2).

▪ “Olabilmiş her sorumluluğu alırım.” (K:9).

“Yöneticiler ile Açık İletişim” ile ilgili söylemde

▪ *Alt üst ilişkilerinde mesela ben yeni girdim işe, bir şef ya da müdür orada. Onunla direkt diyaloga geçebilme şansının olması gerektiğine, bir projem olduğunda sunabilmem gerektiğine yani daha şeffaf bir iş ilişkisi olması gerektiğine inanıyorum. Kendinizi geliştirmek adına da oranın şeffaf bir yer olması lazım ki açık fikirli insanlara sizin de fikirlerinizi söyleyebilip, bir şeyleri büyütebilmek adına”* (E1).

▪ *“Yöneticileri okuldaki öğretmenlerle bir tutuyorum. Biraz otoriter olması lazım ama çok sıkılmaması da gerekir bunun yanında. Arkadaş canlısı olması lazım, fikirlere ya da düşüncelere değer vermesi lazım. Bir şeyi senin başarabileceğine inanması lazım bence.”* (E4).

▪ *“İK müdürüme şikayetlerimi çok rahatlıkla dile getirmeyi isterim.”* (K9).

“İş Arkadaşları ile İlişkiler” alt boyutunda

▪ *Çalışma arkadaşları olarak baktığımda herkesin kendi sorumluluğunu bilmesi gerekiyor önce, herkes kendi görevini disiplinli bir şekilde yerine getirirken bir yandan da samimi bir ortam olmalı. Gizli bir duvar olmalı ama samimi bir ortam olmalı soğuk ortamlarda çalışmayı çok sevmiyorum”* (K2).

▪ *“Samimi ilişkilerin olduğu, eğlenceli, genç ve dinamik bir kadrosu olan rahat bir ortam. Patron-çalışan baskısı olmayan, beni boğmayan rahat hissedebileceğim bir ortam olsun istiyorum”* (K1).

▪ *“İş dışında da görüşebileceğim insanlar olmalı.”* (K8).

▪ *“İş arkadaşları ile yaşı ne olursa olsun samimi bir ortam olması gerektiğini düşünüyorum”* (E1).

“Saygı Görme İsteği” alt boyutuna ilişkin ifadelerde

- Sürekli stres altında *olmak istemiyorum. Tabii ki de üst kadememden emir alacağım ama mesela bunu daha uygun bir dille, aşağılama falan olmadan, çalışma ortamıdaki arkadaşlarımla iyi geçinmek isterim, anlaşmazlık olmasın isterim*” (K3).
- “Çalıştığım ortamda da aynı şekilde en başta saygı ve motivasyon düşürücü etkilerin olmadığı bir ortam. Yani hata yaptığımda, illa ki hata yapacağım, çünkü deneyimsizim, beni aşağılayıcı ve küçük düşürücü etkilerden uzak olmasını istiyorum bu ortamın“ (K8).

“Ücret Beklentisi” alt boyutunda

- Öyle yani dediğim gibi, haklarımı gerçekten savunan, saygı gösteren bir kurum istiyorum. Emegimin karşılığını alayım, yani tabii ki ilk etapta “ya ben üniversite mezunuyum, 2 buçuk 3 milyarlık maaşım olsun, ben bu maaş olmadan işe girmem” diyemem, herkes belli bir seviyeden başlar. Asgari ücretin altında olmadığı sürece, hakkım yenmediği sürece” (K7)

“Otorite İhtiyacı” alt boyutu konusunda

- Otorite olması gerektiğini düşünüyorum, çünkü otorite olmadığı zaman herkesin aynı bilince sahip olmadığı için aynı bilince sahip olmayacağını düşünüyorum. O yüzden patronla ya da üst yönetimle bir sınır olması gerektiğine düşünüyorum” (K5).
- “Yönetici deyince böyle içten olacak çalışanlarına karşı, güler yüzlü, gerektiğinde otoritesini koyabilecek, yeri gelince biraz eleştiri yapabilecek ama genelde sevecen davranacak” (K7).

4.4. Bölüme İlişkin Beklentiler

Öğrencilerin bölümlerine ilişkin beklentilerinin neler olduğu ve bu beklentilerinin karşılanıp, karşılanmadığı sorusuna verdikleri yanıtlarda oluşmuş olan 3 beklentide kız öğrencilerin tümü beklentilerinin karşılandığı yönünde ifadeler kullanırken, erkek öğrencilerde ise beklentilerin neredeyse eşit dağıldığı sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 5).

Tablo 5: Bölümle İlgili Beklentilere İlişkin Boyutlar

Kategoriler	K	%	E	%
Beklenti karşılandı	9	100	2	40
Beklenti karşılanmadı	-	-	2	40
Beklenti hem karşılandı hem de karşılanmadı	-	-	1	20
Toplam	9	100	5	100

Bölüme ilişkin beklentilere yönelik alt boyutlar *“Hocaların Bilgilerinden Yararlanmak”*, *“Üniversitenin Sosyal Olanakları”*, *“Staj İmkanları”*, *“Derslerin İçeriğinin Günlük Hayatta Kullanılabilir Olması”*, *“Derslerin Öğrencinin İlgi Alanıyla Uyuşması”*, *“Hocaların Öğrencileri Araştırmaya Teşvik Etmesi”*, *“Derslerin İçeriğinin Sıkıcı Olması”*, *“Yabancı Dil Eğitiminin Yetersiz Olması”*, şeklinde oluşmuştur (Tablo 6).

Tablo 6: Bölüm İlişkin Beklentilere Yönelik Alt Boyutlar

Kategoriler	K	%	E	%	Öğrenci Söylemleri
Hocaların bilgilerinden yararlanmak	3	25	-	-	Hocalarımızın iyi olması / Hocalarımı çok sevdim, onlardan ders dışında çok şey öğrendim / İki üç hocanın bayağı bir katkısı oldu bana
Üniversitenin sosyal olanakları	1	8.3	-	-	Üniversitenin sosyal olarak yeterli olması
Staj imkanları	1	8.3	-	-	Staj yapma imkanları
Derslerin içeriğinin günlük hayatta kullanılabilir olması	4	33	1	25	Normal hayatta kullanacağımız şeyler, sosyoloji gibi. Sosyal konular olduğu için / Televizyonda haberlere bakarken ben bunu biliyorum diyebiliyorum / Diğer bölümlere göre daha sözel, daha sosyoloji, psikoloji, hukuk ağırlıklı olması / Derslerimizden gerçek hayata uyarlamayı öğrendim / Derslerin içeriği hayatla bire bir bağdaştığı için
Derslerin öğrencinin ilgi alanı ile uyuşması	2	17	1	25	İş Kanunu, İK, çalışma hayatı, çalışma psikolojisi ilgimi çekti / Hukuk ağırlıklı bir bölüm olduğu için isteyerek seçtim / İlgi duyduğum dersler olduğu için
Hocaların öğrencileri araştırmaya teşvik etmesi	1	8.3	-	-	Gereğinden fazla araştırma ödevi yapıyoruz
Derslerin	-	-	1	25	Beklentilerimin uymadığı dersler oldu. Kanunlar

İçeriğinin sıkıcı olması					mevzuatlar biraz can sıkımaya başladı
Yabancı dil eğitiminin yetersiz olması	-	-	1	25	Beklentim İngilizcemi geliştirmeydi
Toplam	12	100	4	100	

“Hocaların bilgilerinden yararlanmak” alt boyutunda

- *“Hocalarımızın iyi olması”* (K1).
- *“Hocalarımızı çok sevdim, onlardan ders dışında çok şey öğrendim”* (GK4).
- *“İki üç hocanın bayağı bir katkısı oldu bana”* (K7).

“Üniversitenin sosyal olanakları” alt boyutunda

- *“Üniversitenin sosyal olanaklarının yeterli olması (öğrenci kulüpleri vs.)”* (K1).

“Staj imkanları” alt boyutunda

- *“Staj yapma imkanları”* (K1).

“Derslerin içeriğinin günlük hayatta kullanılabilir olması” alt boyutunda

- *“Normal hayatta kullanacağımız şeyler sosyoloji gibi... Sosyal konular olduğu için”* (K2).
- *“Televizyonda haberlere bakarken ben bunu biliyorum diyebiliyorum”* (K3).
- *“Diğer bölümlere göre daha sözel, daha sosyoloji, psikoloji, hukuk ağırlıklı olması”* (K5).
- *“Derslerimizden gerçek hayata uyarlamayı öğrendim”* (K6).
- *“Derslerin içeriği hayatla bire bir bağdaştığı için”* (E5).

“Derslerin öğrencinin ilgi alanı ile uyumu” alt boyutunda

- *“İş Kanunu, İK, Çalışma hayatı, Çalışma Psikolojisi ilgimi çekti”* (K8).
- *“Hukuk ağırlıklı bir bölüm olduğu için isteyerek seçtim”* (K9).
- *“İlgi duyduğum dersler olduğu için”* (E2).

“Hocaların öğrencileri araştırmaya sevk etmesi” alt boyutunda

- *“Gereğinden fazla araştırma ödevi yapıyoruz”* (K9).

“Derslerin içeriğinin sıkıcı olması” alt boyutunda

- “Beklentilerimin uymadığı dersler oldu. Kanunlar, mevzuatlar biraz can sıkıma başladı.” (E1).

“Yabancı dil eğitiminin yetersiz olması” alt boyutunda

- “Beklentim İngilizceyi geliştirmektir, olmadı.” (E4).

Şeklindeki vurgular ile düşünceler ön plana çıkmaktadır.

4.5. Mezuniyet Sonrası İçin Kaygılar

Mezuniyet sonrasına ilişkin temel kaygı öncelikli olarak “İş bulamama” şeklinde ifade edilmiştir ve kız ile erkek öğrenciler tarafından eşit bir şekilde söylenmiştir. Bu sonucu, kız öğrencilerde “İşini sevememe kaygısı” izlerken erkek öğrencilerde bu başlıkta bir sonuç elde edilmemiştir. “İşte başarısız olma korkusu” ise yine kız ve erkek öğrencilerde eşit şekilde vurgulanmıştır. Kız öğrenciler “işini sevememe kaygısı”, kamu sınavlarına defalarca hazırlanmak”, “sınav ve mülakatların sonuçlanmasının uzaması”, “üretmememe korkusu” başlıklarında kaygı duyduklarını ifade ederken erkek öğrencilerin bu başlıklara ilişkin kaygıları bulunmamaktadır (Tablo 7).

Tablo 7: Mezuniyet Sonrasına İlişkin Kaygılar

Kategoriler	K	%	E	%
İş bulamama kaygısı	3	30	3	60
İşini sevememe kaygısı	1	10	-	-
İşte başarısız olma korkusu	2	20	2	40
Kamu sınavlarına defalarca hazırlanmak	1	10	-	-
Sınav ve mülakatların sonuçlanmasının uzaması	1	10	-	-
Üretmememe korkusu	1	10	-	-
Kaygım yok	1	10	-	-
Toplam	10	100	5	100

Öğrencilerin mezuniyet sonrasına yönelik kaygılarına dair söylemleri genel olarak aşağıdaki gibidir:

- *KPSS, mülakat, iş başvuru gibi şeylerin uzun süre sonuçlanmaması beni ümitsizliğe iter*” (K3).

- “Öncelikle işsizlik kaygım var. Şu anda bir darbe süreci oldu veya değişik ekonomik koşullar da var. İşsizlik cidden bir anda açılacak bir durum değil. O yüzden bir anda aşamayacağım bir duruma kapılmak beni cidden çok korkutuyor” (E4).
- “Ülkemizde her gün bir şeyler değişiyor. Sadece ülkenin yönetimiyle alakalı, eğitime verdiği değerle alakalı çok fazla kaygılarım var. İstihdam açısından da var aynı şekilde. Çünkü yeni iş kaynakları yeteri kadar yaratılmıyor bence” (E5).

4.6. Öğrencilerin İşverenler Tarafından İşe Alınma Nedenlerine İlişkin Görüşleri

Öğrencilere “*Seni neden işe alsınlar? Ya da alırlar?*” sorusu sorulduğunda kız ve erkeklerin “*Güçlü iletişim*” ve “*Sorumluluk bilinci*” alt boyutlarına eşit bir şekilde vurgu yapmış oldukları dikkat çekmektedir.

“*Arabuluculuk*” niteliği E3 tarafından dile getirilirken, “*Problem çözme becerisi*” ne sahip olma özelliği de E1 tarafından ifade edilmiş ve E4’de aynı düşüncüyü paylaşmıştır. “*Çalışan olmak*” kız öğrenciler tarafından iki kez vurgulanmıştır. “*İş bitiricilik*” K6 tarafından ifade edilirken “*Empati kurabilme becerisi*” de aynı şekilde ve yine aynı öğrenci tarafından bir kez vurgulanmıştır. “*Saygılı olmak*” sadece K7 tarafından ifade edilmektedir. “*Öğrenmeye açıklık*” alt boyutu ise K8 tarafından bir kez dile getirilmiştir. Benzer şekilde “*Azimli olmak*” da sadece K8 tarafından ifade edilmiştir.

Tablo 8: İşe Alınma Nedenlerine İlişkin Alt Boyutlar

Kategoriler	K	%	E	%	Öğrenci Söylemleri
Girişken olmak	-	-	1	11	Girişkenim
Yardımsaver olmak	-	-	1	11	İnsanlara yardım etmeyi seviyorum
Güçlü iletişim ve empati kurabilme	5	29	2	22	Yönetici olmak isteyen insan iyi iletişim kurmalı / Güleryüzlü olmaya çalışırım / İnsan ilişkilerinde dinlemeyi seviyorum ve ikna kabiliyetim yüksek / Karakter analizi konusunda iyi olduğumu düşünüyorum / Empati kurabiliyorum / İyi ilişkiler kurmayı seviyorum / Konuşmayı çok seviyorum
Sorumluluk bilinci	6	35	2	22	İşe geç kalmamak / Disiplini seviyorum / İşi hakkı ile yapmak istiyorum / Elimden geleni fazlası ile yaparım / Sorumluluğu alırım /

					Yapılacak şeyleri ertelemem / Sorumluluk duygusunun bilincinde oln bir insanım / Başladığım işi yarım bırakmayı sevmiyorum
Arabuluculuk	-	-	1	11	Çatışma ortamı olursa yatıştırıcı kişi ben olurum
Problem çözme becerisi	-	-	1	11	İş görüşmesinde bir problem uydurup çözebilirim
Yeterli bilgi ve donanım	1	6	1	12	Size yardım edebileceğimi düşünüyorum / Bilgim yeterli seviyede
Çalışkan ve azimli olmak	3	18	-	-	Çalışkan olduğumu düşünüyorum / İş yapmayı seviyorum / İstekliyim
Saygılı olmak	1	6	-	-	Saygılıyım
Öğrenmeye açıklık	1	6	-	-	Öğrenmeye açıyım
Toplam	17	100	9	100	

4.7. Kariyer Planına Bölümün ve Hocaların Katkılarına İlişkin Değerlendirmeler

Öğrenciler tarafından “*Kariyer planına okuduğun bölümün ve hocalarının / hocanın katkısı oldu mu? Nasıl?*” sorusuna cevaplar ağırlıklı olarak “*Oldu*”, “*Oldu*” ve “*Olacak*” şeklinde dile getirilmiştir. Kız ve erkekler tarafından hocaların katkısı olduğunu söyleyenler çoğunluktadır. Ayrıca kız öğrenciler bölümün de katkısı olduğunu dile getirmişlerdir.

Tablo 9: Bölümün ve Hocaların Katkılarına Dair Görüşler

Kategoriler	Hocanın katkısı				Bölümün katkısı			
	K	%	E		K	%	E	
Oldu	5	56	4	100	4	57	1	100
Oldu	3	33	-	-	2	29	-	-
Olacak	1	11	-	-	1	14	-	-
Toplam	9	100	4	100	7	100	1	100

Bölümün ve hocaların özel sektöre yönlendirmesi kamu sektöründe çalışmak isteyen öğrenci açısından olumsuz değerlendirilmiştir. Özel sektör için ise insan kaynakları alanında çalışmak isteyen öğrencilerin bu tercihlerinde bölümün ve hocalarının katkısı olduğu görülmektedir.

Öğrencilerin mezuniyet sonrasına yönelik kaygılarına dair söylemleri aşağıdaki gibidir:

- *Özel sektörde çalışmayı düşünmediğim için öyle bir katkının olduğunu düşünmüyorum. Hocalarımızın bizi daha çok özel sektöre*

yönlendirdiğini bu yüzden bizim bölümümüzde kamunun pek tercih edilmediğini de düşünüyorum” (K1).

- “Dersin içeriklerini daha çok gördükçe, ilk başta İnsan Kaynakları’nı tercih etmem tabii ki de hocalarımın sayesinde” (E1).
- “Duymuşsunuzdur, Dokuz Eylül Girişimcilik Akademisi. Rehber hocam bana yardımcı olmuştu o konuda, başvur demişti. Oraya gittim girişimcilik adına bir şeyler öğrendim” (E3).
- “İnsan kaynakları olsun vs. hem derslerle ilgili hem de okulun yaptığı programlar benim çok dikkatimi çekti, ilgimi çekti” (K8).
- “Size teorik olarak neler yapılacağını gösteriyorlar, ama pratikte yapacağımız herşey size kalmış. Ama biz burada teoriyi en iyi şekilde aldığımıza inanıyoruz” (E1).

4.8. Kariyer Oluşturma Aşamasında Öğrencilerin Bölüm Öğretim Üyelerinden Beklentileri

“Kariyerini oluştururken hocalarından beklentin var mı? Sana nasıl destek olabilirler / olmalarını bekliyorsun?” şeklinde sorulan son soruya ilişkin alt boyutlar öğrencilerin verdiği cevaplar doğrultusunda oluşturulmuştur.

Hocaların, “Referans olmaları”, “İş imkanlarına yönlendirmeleri”, “Mentorlük yapmaları”, “Sertifikalı programlar düzenlemeleri”, “Soruları ezbere dayalı sormamaları” ve “Dersleri uygulamaya dönük işlemeleri” olmak üzere altı alt boyut tespit edilmiştir.

Öğrencilerin hocalardan beklentileri, “Referans olmaları”, “İş imkanlarına yönlendirmeleri” ve “Mentorlük yapmaları” ağırlıklı olarak vurgulanmıştır.

“Hocaların soruları ezbere dayalı sormamaları gerektiği” yönündeki bir cevabı K7 ifade etmiştir. Dersin uygulamaya dönük işlenmesine yönelik beklentisi aynı şekilde K3 ve E1 kodlu öğrencilerinde isteğidir. Aynı zamanda bir diğer beklenti de “sertifikalı programlar düzenlemeleri şeklinde” ifade edilmiştir.

Tablo 10: Kariyer Oluşturma Aşamasında Öğrencilerin Hocalarından Beklentilerine Dair Alt Boyutlar

Kategoriler	K	%	E	%	Öğrenci Söylemleri
Referans olmaları	2	20	-	-	Hocalarımız biz size referans oluruz dediler / Torpilin yerini referans sisteminin alması
İş imkanlarına yönlendirmeleri	-	-	1	20	Kariyer günleri ve staj imkanları konusunda bilgilendirmeleri
Mentorluk yapımları	5	50	3	60	Kariyer anlamında konuşmaların devamlı olması / Akıl danışacağımızı biliyous / Tecrübelerinden yararlanıyoruz / Hocalarımdan bence bu alana yönel demelerini bekliyorum / Hocalar yol gösterici olmalı / Onların deneyim ve tecrübelerine tabii ki ihtiyaç duyuluyor / Ben bir soru sorduğum zaman cevabını alabiliyorsam benim için yeterlidir
Sertifika programlarına yönlendirmeleri	1	10	-	-	Daha çok seminerler, sertifikalı programlar yapılabilir
Soruları ezbere dayalı sormamaları	1	10	-	-	Ezberleme yönteminin hayata dair hiçbir katkı kazandırmıyor olması
Dersleri uygulamaya dönük işlemleri	1	10	1	20	Dersin sözde kalmaması, uygulamalı olması / Sanal bir şirket kurulup yönetilebilir
Toplam	10	100	5	100	

Öğrencilerin söylemlerinde,

- “Şöyle ki, hani, kesinlikle referans falan değil ama en azından beni yönlendirebilecekleri bir işletme ya da benim hangi alanlara daha yatkın olduğumu, “Tuğba sen şunu daha iyi yapıyorsun, bence bu alana yönel” demelerini isterim, beklerim” (K9).
- “Farklı meslek alanlarından insanların derslere konuk olması. Mesela görsel algısı olan bir insan, o an onun durumunu görecek, belki de etkilenecek. Bir de mesela kişinin sevdiği, değer verdiği bir hocaysa, o kişiyle kariyer anlamında konuşması bence daha çok etki yapar. Bir de siz dediniz ya yarım saat, bir saat, bunun bir kere görüşülüp de bir sene görüşmemek şeklinde olmaması, devamlı olması” (K3).
- “Hocalarımdan kariyerimle ilgili şöyle bir beklentim olabilir. Onlar sizi yönlendirebilir ya da onların çevresi çok fazla geniş olduğu için size iş imkanları konusunda daha fazla yardımcı olabilirler” (E5).

- *“Bana bir şey sunmalarını beklemiyorum aslında çünkü çok kalabalık bir grubuz okul çok kalabalık kariyer konusunda sunamazlar herhalde sunmak isteseler bile en azından sadece yol gösterirler. Böyle bir şey sunabilirler şu şirkete şöyle başvuru yapabilirsin şu şirket şunlara daha fazla önem veriyor. Tarzında yol gösterici etkinliklerini artırırlarsa kariyer konusunda etkili olur” (E1).*
şeklindeki düşünceler yer almaktadır.

SONUÇ

Doğumdan ölüme yaşam yolculuğunu ifade eden kariyer kavramı özellikle aktif dönemine karşılık gelen çalışma hayatı boyutunda öğrencilik sürecinin en kritik kararlarından ve adımlarından birini oluşturmaktadır. Öğrencilik hayatının aktif döneme bir diğer ifade ile istihdama hazırlık olarak yapılandırılması sonrasında yaşanacak çalışma hayatı olayları gelişim ve değişimler için kırılma noktası oluşturabilmektedir. Öğrencilik hayatının son adımlarından biri olan üniversite eğitiminin yine bu sürecin olmazsa olmaz aktörü olan üniversite öğrencileri tarafından değerlendirilmesi çalışma hayatı geleceği için önemli ve özel ipuçlarını barındırmaktadır.

Bu düşüncelerden hareketle çalışmada kariyer olgusu ve kariyer tercihini etkileyen değişkenlerden sonra üniversite eğitiminde ve son sınıfta çalışma hayatı öncesinde yer alan öğrenciler ile derinlemesine bir görüşme 8 soru özelinde ve nitel araştırma olarak gerçekleştirilmiştir. Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü son sınıfında okumakta olan gönüllü 9 kız, 5 erkek toplam 14 öğrenciden elde edilen veriler değerlendirilmiştir.

- Kariyer denilince; gelecek, para, mutluluk ve başarı anlaşılmakta olup, kariyer hedefleri olarak kamu sektörü, özel sektör, insan kaynakları ve girişimcilik ifade edilmiştir. Kariyer hedeflerinin alt boyutlarında ise başkalarına faydalı olma, iş güvencesi ve özel sektör için yeterli donanıma sahip olmama bulunmaktadır.
- Çalışılmak istenen işyeri özellikleri; sorumluluk alınabilecek, yöneticilerle iletişim kurulabilecek, saygı görülen ve ücret beklentisi karşılanan olarak tanımlanmıştır. Korukoğlu ve Gürçay'ın Dokuz

Eylül Üniversitesi İİBF öğrencilerine yönelik bir araştırmalarında “üniversite mezunu olarak çalışacakları işlerdeki önemli faktörler” ile ilgili olarak, öğrendiklerini kullanabilme ve kariyere uygunluk olarak ifade edilmiştir (1997: 37).

- Bölümden beklentilerinin ağırlıklı olarak karşıladığını ifade eden kız öğrenciler bunu derslerin içeriğinin günlük hayatta kullanılabilir olması, hocaların bilgilerinden yararlanmak olarak önceliklendirmiştir. Mezuniyet sonrası kaygılarda ise, iş bulamama hem kız hem de erkek öğrenciler için ilk sıradadır. Bunu işte başarısız olma korkusu izlemektedir.
- Kariyer planlarına bölümün ve hocaların katkısı konusunda ise, katkının olduğu ifade edilmiştir. Kariyer aşamasında bölüm hocalarından beklenenler, kız öğrenciler için mentorluk ve referans olma ağırlıklı iken erkek öğrenciler için mentorluk ve iş imkanlarına yönlendirmenin yanı sıra derslerin uygulamaya dönük olması gerekliliği şeklinde değerlendirilmiştir. Benzer bir sonuç “derslerin içeriği elverdiği ölçüde uygulamaya dönük olması” şeklinde Korukoğlu ve Gürçay’ın çalışmalarında da vurgulanmıştır (1997: 38).

Son söz olarak hem üniversite yönetiminden hem de öğretim üyelerinden öğrencilerin beklentileri; bir yandan özellikle istihdam edilebilirliklerini artırma noktasında uygulama ile işbirliğine dayalı derslerin ve hatta uygulamaların artırılması iken öte yandan bireysel kariyer planlarını tamamlayıcı koçluk ve mentorluk benzeri kariyer danışmanlığı uygulamalarının aktif ve etkili bir şekilde süreklilik taşıy nitelikte hayata geçirilme zorunluluğudur. Yarınları aklı, bilgisi, yetenek ve yetkinlikleri ile inşa edebilen bugünün öğrencileri yarının insan kaynağı için “değişimin de değiştiğinin” farkındalığında düzenleme yapmak ve uygulamaya almak hatta beklentilerin ötesine geçen kurumsal planlamalar yapmak kaçınılmaz olmalıdır.

KAYNAKÇA

- Arnold, J. (1997). *Managing Careers Into the 21st Century*. Paul Chapman Publishing Ltd., London.
- Ataol, A. (1989). *Kariyer Yönetimi*, İzmir.
- Aytaç, S. & Keser, A. (2017). *Çalışma Yaşamında Kariyer*. Umuttepe Yayınları, 3. Baskı, ISBN:978-605-2012-14-7.
- Bandura, A., Barbaranelli, C., Caprara, G. V., & Pastorelli, C. (2001). Self-Efficacy Beliefs as Shapers of Children's Aspirations and Career Trajectories, *Child Development*, 72(1), 187-206.
- Bayraktaroğlu, S. (2011). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. Sakarya Yayıncılık, İstanbul.
- Borchert, M. (2002). *Career Choice Factors of High School Students*. A Research Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Master of Science Degree, The Graduate School University of Wisconsin-Stout Menomonie, WI 54751.
- Çetin, C. (2018). *İş ve İş Dışı Yaşamda 3'ü 1 Arada Kariyer Hedef Koçluk*. Altın Nokta Basım Yayın Dağıtım Bilişim, İzmir.
- Çetin, C. Arslan, M.L. & Dinç, E. (2015). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Decenzo, A.D., Robbins, S.P. &Verhulst, S.L. (2017). *İnsan Kaynakları Yönetiminin Temelleri* (Editörler: Çetin, Canan ve M.Lütfi Arslan), Nobel Akademik Yayıncılık, Eylül, Yayın No:1761, İstanbul. ISBN:978-605-320-668-2
- Ferry, T. R., Fouad, N. A., & Smith, P. L. (2000). The Role of Family Context in a Social Cognitive Model for Career-Related Choice Behaviour: A Math and Science Perspective. *Journal of Vocational Behavior*, 57(3), 348-364.
- Fouad, N.A. & Kantamneni, N, (2013). Chapter 8: The Role of Race and Ethnicity in Career Choice, Development, and Adjustment. Sh.215-243. Edited by Steven D. Brown ve Robert W. Lent. *Career Development and Counseling Putting Theory and Research to Work* Second Edition. John Wiley & Sons, Inc. ISBN 978-1-118-26097-5 (ebk.)
- Greenhaus, H.J., Callanan, A.G. & Godshalk, V.M. (2010). *Career Management*. Edition 4, Sage Publications, ISBN 978-1-4129-7826-2.

- Hall, T.D. (2002). *Careers in and Out of Organizations*. Foundations for Organizational Science. A Sage Publications Series. ISBN 0-7619-1546-X(c) – ISBN 0-7619-1547-8(p)
- Hearn, J. C. (1988). Attendance at Higher-Cost Colleges: Ascribed, Socioeconomic, and Academic Influences on Student Enrollment patterns. *Economics of Education Review*, 7(1), 65-76.
- Kazi, A.S. & Akhlaq, A. (2017). Factors Affecting Students' Career Choice. *Journal of Research and Reflections in Education*. December, 2, 187-196. <http://www.ue.edu.pk/jrre>.
- Korukoğlu, A. & Gürçay, C. (1997). Üniversite Öğrencileri Profiline Yüksek Öğrenime Yönelik Beklentiler ve Yönetimin Sorumlulukları. *Çukurova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1), 33-46.
- Kuzgun, Y. (2006). *Meslek Gelişimi ve Danışmanlığı*. 2. Baskı, Nobel Yayınları, Ankara.
- Mathis, R.L. & Jackson, J.H. (1997). *Human Resource Management*. West Publishing Company, ABD.
- Sax, L. J. (1994). Retaining Tomorrow's Scientists: Exploring the Factors that Keep Male and Female College Students Interested in Science Careers. *Journal of Women and Minorities in Science and Engineering*, 1(1), 45-61. DOI: 10.1615/JWomenMinorScienEng.v1.i1.40
- Super, E.D. (1980). A Life-Span, Life-Space Approach to Career Development. *Journal of Vocational Behavior*, 16(3). June, 282-298.
- TDK Sözlüğü. <http://www.tdk.gov.tr>

BÖLÜM 19

SİYASAL PARTİLERİN SONU MU ?: ANTI-POLİTİKA PERSPEKTİFİNDEN BİR DÖNÜŞÜM HİKAYESİ

Dr. Öğr. Üyesi İsmail Cem KARADUT¹

¹ Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, İİBF Kamu Yönetimi Bölümü
e-posta: ikaradut@yahoo.com - ismail.karadut@dpu.edu.tr
ORCID: 0000-0003-0049-5317

GİRİŞ

Yaşadığımız çağı diğer çağlardan ayıran en önemli özelliklerden birisi toplumsal, siyasal ve kültürel hayattaki hızlı değişimdir. Elbette ki; değişim, tarihin en önemli özelliğidir fakat esas önemli olanın söz konusu değişimin hızı olduğu söylenebilir. Örneğin, 1950’den 1975’e değin yaşanan değişim ile 1975-2000 yılları arasındaki değişim ve değişimin hızı birbirinden çok farklıdır. İlk durumdaki yıllar arasında yaşayan birisi Soğuk Savaş’ın (ya da I. Wallerstein’in deyimiyle ‘Soğuk Barış’ın) iki-kutuplu ve gerilimli olsa da ‘stabil’ dünyasına tanıklık etmişken, ikinci durumdaki birisi Petrol Şokları’nı ve onu izleyen ekonomik krizleri, 1989’da Berlin Duvarı’nın yıkılmasını ve Sovyetler Birliği’nin dağılmasını, Washington Uzlaşısı’nı ve özellikle 1999’da Seattle’daki Dünya Ticaret Örgütü Protestoları ile başlayan ve ona karşı olan toplumsal hareketleri görmüştür. Argümanı daha da ileri götürürsek 2000’li yılların başından bugüne ortaya çıkan toplumsal, siyasal ve kültürel dönüşümleri (11 Eylül Terör Saldırısı’ndan Amerika Birleşik Devletleri’nin ona karşılık giriştiği Afganistan ve Irak savaşlarına, 2008 Küresel Ekonomik Krizi’nden 2010’lardaki Arap Baharı’na, iletişim teknolojilerindeki müthiş atılımdan sosyal medyanın bugün su götürmez etkileyciliği ve gücüne, Covid-19 Salgını’na) gören diğer bir kişi, önceki iki kişiden kısa bir zamanda çok daha esaslı değişimlere, dönüşümlere tanıklık etmiştir denilebilir. Hatta 1950’lilerden günümüze bir kişinin bütün bu değişimleri ve dönüşümleri ömrüne sığdırabildiği düşünülüğünde değişimin hızının ne kadar yüksek olduğu anlaşılacaktır. Yaşanan bu hızlı değişimler sosyal/siyasal bilimciler arasında bir dönem kapatma ya da sonlandırma eğilimi ile beraber gelmiştir. 1950’li yıllardaki yazılarını 1960’ın başlarında “İdeolojinin Sonu” adlı kitapta toplayan ünlü sosyolog D. Bell, 19. Yüzyılda ortaya çıkan ideolojilerin (özellikle liberalizmin ve sosyalizmin) savaşları ve ekonomik krizleri engelleyemediğinden, ayrıca bu iki ideolojinin de övgü ve eleştirisinin odağı olan kapitalizmin kendisini değiştirdiğinden ötürü artık ideolojilerin işe yaramadığından, dolayısıyla sonlarının geldiğinden bahsetmiştir. 1990’lı yıllarda ise F. Fukuyama, en iyi yönetim biçimi arayışında varılan son noktanın liberal demokrasi olduğunu iddia ederek tarihin sonunu getirmiştir. Şöyle ki, tarih insanların en iyi bir arada yaşama yolunun/yönteminin arayışının tarihidir. Liberal demokrasi kendi değer ve avantajları ile diğer yönetim biçimleri arasında tarihin testinden geçmiş ve ayakta kalmış tek ve en iyi yönetim biçimidir; daha iyisini arama gereksinimi ortadan kalktığından, tarihin de sonu gelmiştir. Denilebilir ki, bu tarihsel dönemlerde krize giren

kavramlar sonlarıyla birlikte düşünülmüştür. Diğer bir deyişle; temsil krizi, demokrasinin krizi, ideolojinin krizi, ulus-devletlerin krizi gibi siyasal ve ekonomik değişime verilen tepkiler sonlarıyla birlikte anılmaya başlamıştır.

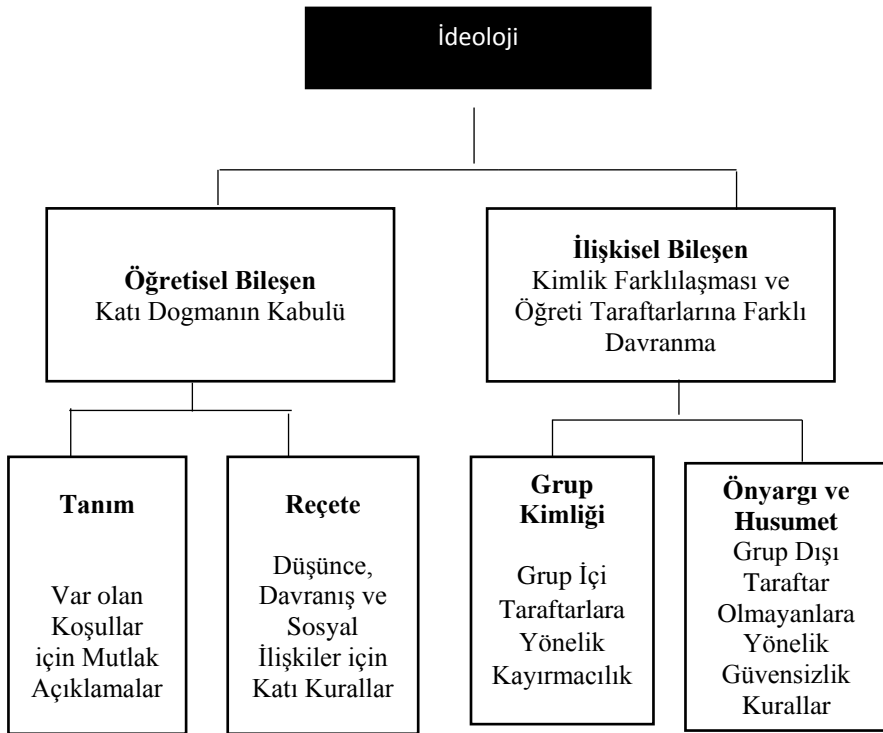
Bu çalışmadaki temel argüman; sonları ilan edilen siyasal kavramların ve olguların sonlarının gelmediği fakat yukarıda bahsedilen hızlı değişimle birlikte değişime/dönüşüme uğradıklarıdır. Çalışmanın odak noktasını oluşturan siyasal partiler ve onlara ilişkin klasik pratikler de (üyelik, siyasal katılım, örgütlenme gibi) krize girmiş, hızla değişen dünyaya dönüşerek ayak uydurmaya başlamıştır. Çalışmada ilk olarak “son tartışmaları” ele alındıktan sonra, ikinci başlıkta siyaset ve siyasal pratikler bağlamında krize ve değişime yanıt olarak ortaya çıkan anti-politika değerlendirilecek, üçüncü ve son kısımdaysa anti-politika perspektifinden siyasal partilerin dönüşümü diğer örgütlenmeler ve toplumsal hareketlerle karşılaştırmalı bir şekilde tartışılacaktır.

1. ‘SON’ CEREYANI: İDEOLOJİLERİN SONU, SAĞ-SOL AYRIMININ SONU, TARİHİN SONU...

II. Dünya Savaşı sonrasında E. Shils, R. Aron, S. Lipset ve yukarıda da anılan D. Bell gibi önemli siyaset bilimciler ve sosyologlar ideolojilerin sonunu getirmişlerdir. Zira ilkin sıradan vatandaşların siyasal davranışları ideolojilerin öngördükleri gibi/kadar tutarlı ve sabit değildir. İkinci olarak, ideolojiler insanları motive edecek ve davranışlarını şekillendirecek kudretten de yoksundur. Üçüncüsü, ideolojilerin arasında (bu örnekte özellikle liberalizm ve muhafazakarlık) büyük ve esaslı farklılıklar yoktur. Dördüncü ve son olarak, sağ ve sol ideolojilerin taraftarlarında temel bir psikolojik farklılık bulunmamaktadır. İdeolojinin sonunu getiren bu yaklaşım onun bir süre gözden kaçırılmasına neden olmuş, ideoloji üzerine çalışmalar yapılmamıştır (Jost, 2006: 651). Elbette ideolojinin ya da ideolojilerin sonu yargısına ulaşırken kullanılan ideoloji tanımları da önemlidir. Ayrıca ideolojilerin nasıl bir tarihsel konjonktürde ortaya çıktıkları ve nasıl bir toplumsal ve siyasal işleve sahip oldukları da önemli bir konudur.

İdeolojilerin en önemli işlevinin karmaşık bir dünyayı anlaşılır kılmak olduğu söylenebilir. Yanı sıra ideolojiler yaşanılan yaşamı anlamlı kılmaya ve onun yaşanılması vazedildiği haliyle doğru olduğuna ilişkin bir kanı oluşturmaya da çalışır. Aslında bu işlev ideolojiden önceki inanış biçimleri ve dizgelerinin de gerçekleştirmeye çalıştığı bir amaçtır. 18. Yüzyıla değin ortaya konan dini, mitolojik ve metafizik açıklamaların, insanı tarihin en önemli faili olarak yeniden inşa eden hümanizmle ele ele giden Rönesans,

Reform ve Aydınlanma ile birlikte toplumsal etkisi bilimin lehine azalmıştır. Fransızların akıl çağı olarak adlandırdığı 18. Yüzyılda ideolojiler, kendi açıklamalarını ve rasyonel temellerini bilimin üzerine bina etmiştir. Hatta ideoloji terimi ilk olarak 18. Yüzyılda “düşün bilimi” anlamında A. Destutt de Tracy tarafından objektif bir mahiyette kullanılmış olsa da sonradan subjektif bir karakter verilerek (Napolyon’un da etkisiyle pejoratif bir anlamda) “düşüncenin kendisi” olarak tanımlanmıştır (Örs, 2016: 9-14). Bununla birlikte, Eagleton’ın (1991: 1-2) da belirttiği üzere ideolojiye ilişkin çok fazla tanımlama bulunmaktadır: Anlam, gösterge ve değerlerin üretim süreci, fikirler kümesi, egemen gücü meşrulaştıran fikirler, çarpıtılan iletişim, özneye belirli bir konum sunan şey, düşünme biçimleri, özdeşlik düşüncesi, zorunlu yanılısama, söylem ve iktidar konjonktürü, anlam verme aracı, inançlar kümesi, dilsel ve olgusal gerçekliğin birbirine karışması gibi pek çok ideoloji tanımlaması bulunmaktadır. İdeolojinin çekirdeğinde bulunan öğeleri aşağıdaki şekil göstermektedir:



Şekil 1: İdeolojinin Bileşenleri ve Alt Bileşenleri

Kaynak: Zmigrod, 2022: 1076.

Şekilde de görülebileceği üzere ideolojiler kişisel hayatın yaşanmasında sınırların çizilmesi ve kişisel/toplumsal hareket alanının belirlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. İdeolojilerin temel iki bileşeni bulunmaktadır. Öğretisel bileşen bütün diğer düşünceleri şekillendiren katı bir sabit fikre işaret etmekteyken, ilişkisel bileşen söz konusu bu fikrin toplumsal hayatta kişilerin ve grupların davranışlarına yansımaları anlamına gelmektedir. Öğretisel bileşenle alakalı olarak tanım hemen her şart ve koşulda kesin ve mutlak açıklamalar sunarken reçete de bunlara uygun davranış kalıpları vermektedir. İlişkisel boyutun alt bileşenleri ise, kişinin/bireyin içerisinde bulunduğu grup içinde ve grup olarak diğer gruplara karşı olan ilişkilerini biçimlendiren öğelere gönderme yapmaktadır. İdeolojiler gerçekten de günümüzün hızlı ve hızla değişen dünyası için fazla katı görünseler de onlar da zaman içinde daha esnek hale gelmiş, değişen toplumsal ve siyasal hayata ayak uydurmuştur.

İdeolojilerin sonu tartışmalarının önemli varyantlarından birisi de sağ ve sol terimlerinin siyasal konumlanmaları ve/veya kutuplaşmayı anlatma kapasitesini yitirdiği üzerinedir ki bu iddia da aslında aşırıdır. Zira N. Bobbio'nun da belirttiği üzere, bu iki kavram yok olmamış, deyim yerindeyse birbirine geçmiştir. Çünkü sosyolojideki topluluk ve toplum, iktisattaki serbest ve planlı, hukuktaki özel ve kamu, estetikteki klasik ve romantik ve nihayetinde felsefedeki aşkın ve içkin ikilikleri gibi siyasal hayatta da sağ ve sol kurucu ve birbirlerini tamamlayıcıdır (Bobbio, 1996: 2). Her ne kadar anaakım anlatı sağ ve sol ayrımının kökenlerini Fransız İhtilali'nden sonra gelenek, soyluluk ve kral yanlılarının mecliste sağ; yenilik, değişiklik ve halk yanlılarının sol tarafta bulunmalarında bulsa da işin aslı daha eskilere gitmektedir. Hint-Avrupa dillerinde sağ eli kullanma (*right-handedness*) baskınlık, güç ve çoğunluk üzerinde etkiyi, sol eli kullanma (*left-handedness*) kırılğanlığı ve azınlık sapmasını temsil etmiştir. Bu yüzden, sağ el aristokrasinin sol el ise halkın sembolü olarak görülmüştür. Ortaçağ'da Avrupa'da sağ, ayrıcalıklı olmanın, kutsallığın ve "Tanrı'nın tarafı" olarak değerlendirilirken sol ise sağda söz konusu olan hususlara meydan okuma suretiyle şartların dengelenmesi, eşitlenmesi hareketi olarak algılanmıştır. Kimi sosyal bilimciler (ki ideolojilerin sonunun geldiğini savunan Shils ve Lasch gibi) sağ ve sol ayrımının da insanları motive etme gücünün, dahası yapıcı eylemde bulunma motivasyonunun olmadığını ileri sürmektedir. Yine de Jost'a göre, eğer sağ-sol ayrımı olmasaydı onu icat etmek gerekirdi (Jost, 2021: 3-4).

Sağ ve sol ayrımının geçerli olsa da çok keskin olmadığını ve söz konusu ayrım sonlanmasa bile elbette ki zaman içerisinde hem sağın hem de solun anlamının değişebileceğini söyleyen Bobbio, sağın ve solun aynı problemlere yönelik farklı çözümler sunan siyasal yaklaşımlar (ama ideolojiler değil) olduğunu vurgulamaktadır. Sağ-sol ayrımının sonlandığını ve ‘orta’ tarafından içerildiğini söyleyenlere karşı ise Bobbio ortanın içerici/benimseyici (*inclusive*) olduğunu orta içerisinde de sağa ve sola yönelimler bulunduğunu belirtmektedir. Diğer bir deyişle; orta, sağa ve sola alternatif bir üçüncü yol değildir. İnsanlık başlangıçta da belirtildiği üzere değişimin hızının hat safhada olduğu bir dönemdedir. Büyük ilerlemeler ve teknolojilere karşı kimi zaman etğin kimi zaman da siyasal görüşlerin önde bulunduğu² tepkiler verilmektedir; sağ ve sol bu tepkilerin kanalize edilmesinde hala önemlidir (Bobbio, 1997: 3-12). Gerçekten de sağ ve sol ayrımı siyasal düşünceler için önemli bir ‘gestalt’ işlevi görmektedir zira düşünceleri konumlandırmanın ve tasnif etmenin yanında biçimlendirmek için de klasik bir ayrımı temsil etmektedir.

İdeolojiler ve sağ-sol ayrımından sonra sonu getirilen diğer bir olgu tarihtir. Özellikle Soğuk Savaş’ın bitiminden sonra, Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinde yaşanan hızlı liberalleşme ve demokratik dönüşüm, uluslararası ilişkiler araştırmacıları ve siyaset bilimcilerde çok kutuplu ve demokratik bir dünya iyimserliği yaratmıştır. Söz konusu iyimserlik liberal demokrasinin zaferinin tarihin sonu olarak nitelendirilmesine sebep olmuştur. Kavramı kullanan F. Fukuyama’ya göre tarih boyunca devletler, kendilerini iktisadi ve siyasal olarak organize etme ve kurma/oluşturma (*nation-state building*) gibi çeşitli seçeneklerle karşı karşıya kalmıştır. Tek kişinin mutlak yönetimi olan monarşiden birkaç kişinin yönetimi olan aristokrasie, dini kural ve kaidelere dayanan yönetim olan teokrasiden totaliter özellikli faşist ve komünist diktatörlüklere değin pek çok sayıda yönetimlere tanıklık edilmiştir. Fukuyama’ya göre seçenekler artık hayliyle azalmış ve hatta sadece bire inmiş ve nihayetinde söz konusu bu yönetimler arasından 20. Yüzyıla kadar dayanabilen/hayatta kalabilen ve ortak iradeyi ve halkın egemenliğini en mükemmel şekilde meşrulaştıran bir tek liberal demokrasi olmuştur. Bununla birlikte; Fukuyama uzun tarih sahnesinde liberalliğin ve demokratikliğin ikisinin de birlikte olmadığı durumlara da göndermede bulunarak formel (biçimsel ve minimal) demokrasinin gerekli ancak yeterli olmadığına, daha

² Elbette ki hemen her etik/ahlaki problemin siyaset teorisinde bir karşılığı bulunmaktadır. D. Hume bunu “Eğer bütün ahlaki/etik sorunlar çözülsedydi, hiçbir siyasal anlaşmazlık kalmazdı.” diyerek veciz bir şekilde ortaya koymaktadır.

derinlikli ve içerikli bir demokrasinin liberal demokrasinin günü ve geleceği için lazım olduğuna dikkat çekmektedir (Fukuyama, 2006: 43-45). Denilebilir ki, Fukuyama tarihin sonunu getirirken eleştirdiği düşünce ve düşünürlerin yaptığını tekrarlamaktadır. Örneğin, K. Marx için de tarih sonu olan bir şeydir; tarih başlangıçtaki ilkel komünal ve sınıfsız topluma daha yüksek bir aşamada dönmenin tarihidir. Keza Hegel için de tarih başlangıçta var olan saltık/mutlak usa yine daha yüksek bir aşamada yeniden ulaşmak, dolayısıyla sona kavuşmaktır (Çulhaoğlu, 2012: 27).

'90'ların başında meydana gelen önemli siyasal gelişmeler, ideolojinin sonu tartışmalarını tekrar alevlendirmekle birlikte sağ-sol ayrımı ve yönetim biçimleri bağlamında tarihin sonu tartışmalarını yeniden başlatmıştır. Fakat yukarıda da anlatıldığı gibi ve de Bobbio'nun da (2000) belirttiği üzere, "...insanlık hiçbir şekilde 'tarihin sonu'na gelmemiştir. Olsa olsa daha yolun başındadır." Yolun başındaki tartışmalar da siyaset/politika bağlamında devam etmektedir.

2. ANTI-POLİTİKA: POLİTİKAYA KARŞI POLİTİKA MI? POLİTİKASIZ POLİTİKA MI?

Krize giren kavramların ya da olguların sonunu getirme tartışmalarının önemli bir yansıması da anti-politikadır. Özellikle temsili siyasetin krizi ile ilişkili olarak ortaya çıkan sorunlar anti-politika kavramı etrafında düşünülebilmektedir. Siyasetten korkan ya da bilinçli bir şekilde geri duran birey/seçmen sorunu (depolitizasyon), etkin siyasal aktör bulunmaması ya da siyasal yabancılaşma (*political alienation*) ve nihayetinde siyasal partilerin aşırı bürokratik örgütler olarak yeni siyasal yaklaşımlar ve toplumsal hareketlerce benimsenmeyişi veya bu yüzden doğrudan siyasetin özendirilmesi söz konusu tartışmaların öne çıkan konularındandır. Gerçekten de insanların politikadan nefret edip etmediği önemli bir sorundur. Bu soruna yönelik ilk yanıtlardan birisi insanların klasik politikadan ve onun araçlarından 'bıktığı' bu yüzden tekil konular üzerine (*single-issue politics*) ve yurttaş grupları ve toplumsal hareketler aracılığıyla doğrudan katılımı tercih ettiği'dir. Bunun diğer ismi vatandaşın öncülük ettiği 'anarşik' ve 'viral' siyasettir. Denilebilir ki, anti-politika ya da siyaset siyasete karşı olmaktan ziyade siyasetin klasik/yerleşik prosedürlerine karşıdır. Yani anti-politika, anti-formal/biçimsel politika olarak da okunabilir (Saunders, 2014: 574). Anti-politikanın içerdiği ana kavram ve hususlar depolitizasyon ve siyasal yabancılaşma ile kapsanabilir.

Depolitizasyon denildiğinde ona dair olumsuz çağrışımlar bulunsa da terim gerçek anlamıyla batı Avrupa’da, kamu kesiminin ya da kamu yönetiminin siyasi baskılardan, zorlamalardan arındırılması anlamına gelmektedir. Türkçede ise; insanların doğrudan veyahut örgütleri dolayısıyla siyasete katılmasının engellenmesi ve siyasal etkinliğe karşı gösterilen ilgiyi düşürmek ya da tamamıyla ortadan kaldırmak manasında kullanılmaktadır (Evren, 1986: 3-4).

Tablo 1: Genel Olarak Yabancılaşma ve Siyasal Yabancılaşma

Marx’ın Yabancılaşma Kavramı	Siyasal Yabancılaşma
Üretim Araçlarından Yoksun Çalışanlar	<i>Güçsüzlük</i>
Üretim Sürecine Yabancılaşmış Çalışanlar	<i>Anlamsızlık</i>
Doğaya Yabancılaşmış Çalışanlar	<i>Kuralsızlık</i>
Topluma Yabancılaşmış Çalışanlar	<i>İzolasyon</i>
Kendilerine Yabancılaşmış Çalışanlar	<i>Kendine Yabancılaşma</i>

Kaynak: Marx’tan (2007) ve Seeman’dan (1959) uyarlanmıştır.

Depolitizasyonla bağlantılı olarak kullanılan diğer bir kavram ise siyasal yabancılaşmadır. Yukarıdaki tabloda siyasal yabancılaşma ile Marx’ın kullandığı genel olarak yabancılaşma arasındaki benzerlikler tartışılmaktadır. Denilebilir ki, işçi ya da çalışanlar açısından görünse de Marx’ın yabancılaşma mefhumu genel bir kategori sunmaktadır. Siyasal yabancılaşma da genel yabancılaşma gibi beş ögeden oluşmaktadır: “güçsüzlük”, “anlamsızlık”, “kuralsızlık”, “izolasyon” ve “kendine yabancılaşma”. Güçsüzlük, insanların ya da seçmenlerin genel siyasaları ve de gündelik siyaseti/siyasal çıktıları etkileme gücünü kendilerinde bulmama olarak tanımlanabilir. Bu üretim araçlarından mahrum olan çalışanlardaki güçsüzlük ile kıyaslanabilir. Bu aynı zamanda siyasal kuralları ve kurumları etkileme kapasitesi olmayan insanların onlardan dışlanmış hissetmesi ve onları anlamsız bulmasına da neden olmaktadır. Diğer bir deyişle, kişilerin ya da seçmenlerin anlamlı karar vermelerini sağlayacak derece bir açıklık siyasal sistemde bulunmamaktadır. Bu bağlamda, üretim sürecindeki kararlardan dışlanmış işçi ile siyasal kararlardan dışlanmış ya da karar vermesi için yeterli alan ve açıklık verilmemiş seçmen arasında bir benzerlik kurulabilir. Kuralsızlık ise ‘anomi-benzeri’ bir duruma işaret etmektedir; yani kuralsızlık, kural olmuştur. Kuralsızlıkla ilgili olarak izolasyon, kişinin toplumdan ayrı durması, onun değer ve hedeflerini benimsememesi hatta reddetmesi anlamına

gelmektedir. Son olarak kendine yabancılaşma, sayılan dört durumun kümülatif bir sonucu olarak değerlendirilebilir (Karadut, 2018: 45-46).

Marx'ın üretim sürecinde ortaya çıkan yabancılaşma için sorduğu soru, "Eğer benim etkinliğim bana ait değilse, yabancı, zoraki bir etkinlikse, o zaman söz konusu etkinlik kime aittir?" (Marx, 2007: 78). Siyaset ya da politika anlamında bu sorunun yanıtı gayet açıktır: profesyonel siyasetçilere ve siyasal partilere.

İnsanlara yabancı ve onları yabancılaştıran profesyonel ve örgütlü siyasete en önemli itirazlardan birisi yeni toplumsal hareketlerden gelmiştir. Yeni toplumsal hareketlerin tepkisini anlamak, onları eski toplumsal hareketlerle karşılaştırmak ile mümkündür.

Tablo 2: Eski ve Yeni Toplumsal Hareketler

Özellikler	Eski Toplumsal Hareketler	Yeni Toplumsal Hareketler
Esas Hedef	Devlet Yönetimini Kontrol Etmek	Geniş ve Çoğulcu Sivil Toplumda Özerklik
Esas Tehdit	Vahşi/Düzenlenmemiş Kapitalizm	Teknokratik Devlet
Hareket Türü	Öncelikle Siyasi: Partiler ve Sendikalar	Öncelikle Kültürel ve Toplumsal: Kişisel olan Siyasal
Anahtar Konular	Ekonomik Eşitsizlikler, Toplumsal Adalet, İşsizlik, Yoksulluk	Kişisel Özerklik, Özgürlük, Doğanın ve Barışın Korunması gibi Etik Konular
Örgütlenme	Merkezi ve Hiyerarşik Parti ve Sendika	Benzer Düşünen İnsanların Dağınık Toplumsal Ağı
Taktikler	Seçimler ve Kampanyalar: Ekonomik ve Toplumsal Hakları Çoğaltmak için Katılım	Münferit Gösteriler, Protestolar, Alternatif Yaşam Tarzı ve Kimliklerin Kültürel İfadesi
Demokrasiye Yaklaşım	Sosyal Demokrasi, Sanayi Demokrasisi	Farklılıkların Demokrasisi, Müzakereci Demokrasi
Vatandaşlığa Yaklaşım	Liberal Vatandaşlığın (sivil, siyasi ve sosyal haklar) Toplumun Tüm Üyelerini Kapsaması	Grup Haklarına Destek İnsan Haklarının Korunması
Uluslararası Düzleme Yaklaşım	Milliyetçi Duygular Karşısında Uluslararası Dayanışma	Yerel ve Küresel Arasındaki Bağlantılarda Farkındalık
Toplumsal Taban	İşçi Sınıfı	Orta Sınıf ve Aydınlar

Kaynak Faulks, 2000: 96.

Tablodan da anlaşılacağı üzere, eski toplumsal hareketler kökenini 18. ve 19. Yüzyıllardaki işçi ve kadın hareketlerinden almaktadır. Yeni toplumsal hareketler içinse 1968 Mayıs ayında Fransa'da başlayan ve dünyanın diğer yerlerine de yayılan öğrenci hareketleri başlangıç olarak alınabilir. Yeni toplumsal hareketlerin ortaya çıkış nedeni üzerine yapılan tartışmanın üç yönlü olduğu söylenebilir. Birincisi, günümüzde toplumlar değişmiş eski sınıf yapısı yerini ağırlıklı olarak orta sınıfların aldığı yeni sınıf yapısına bırakmıştır. İkinci ve bağlantılı olarak, sınıf ve sınıf mücadelesine dayanan eski toplumsal hareketlerin yerini kültürel kimliklere dayanan çeşitli hareketler almıştır. Üçüncüsü ve son olarak, demokrasinin kültürel kimlikler üzerinde yükselen bu yeni hareketlerle gelişeceği düşüncesidir. Böylece birey özgürleşimini toplum ise demokratikleşmesini sağlayacaktır (Erbaş ve Coşkun, 2007: 6). Elbette ki bu argümanlar tartışmalıdır zira hareket olgusunun kendisi zaten eskidir. Dolayısıyla yeni ve eski toplumsal hareketler ayrımı toplumsal hareketler içerisinde birleştirilebilir ve aralarındaki farklılığın ortaya çıktıkları dönem oldukları belirtilebilir. Nihayetinde her devrin, çağın soru(n)larına verilen yanıtlar ve üretilen çözümler farklıdır. Yine tablodan da takip edilebileceği gibi, yeni olarak nitelenen toplumsal hareketlerin, zamanın ruhunun önlerine koyduğu problemlerin çözümünün yanında, en önemli amacının siyasal katılımın artırılması, onun zenginleştirilmesi ve bununla birlikte siyasal yabancılaşmanın ve depolitizasyonun üstesinden gelinmesi olduğu söylenebilir. Bu yüzden başlıktaki sorunun yanıtının politikasız politika değil, politikaya karşı bir politika tarzı olarak anti-politika olduğu söylenebilir.

3. ANTI-POLİTİKA PERSPEKTİFİNDEN SİYASAL PARTİLERİN DÖNÜŞÜMÜ

Anti-politika ya da anti-formal politika bir önceki başlıkta belirtildiği üzere, profesyonel siyasetçilere ve örgütlü siyasal partilere ait olan ve insanların/yurttaşların/seçmenlerin kendilerini günden güne yabancılaşmış hissettiği siyasal alana ve siyaset yapım tarzına (yerleşik kural ve kurumlarıyla birlikte) gösterdikleri tepkidir. Muhakkak ki anti-politikanın tam anlamıyla bir demokratik yeniden doğuşu (*democratic phoenix*) temsil ettiği/etmediği konusu tartışmalıdır fakat anti-politikanın siyasetin klasik yol ve yöntemleri yerine farklı metotlar önerdiği de açıktır. Örneğin siyasetçilere duyulan güvensizlik kendini araçsal anti-politikada (*instrumental antipolitics*) göstermektedir. Araçsal anti-politikanın amacı, karar mekanizmalarına teknokratik uzmanları getirmek ve sosyal dünya ile doğal dünya arasında

benzerlik kurup siyasal kararları doğru ve yerinde araçların bulunmasına ve belirlenmesine indirgemektir. Bu bağlamda diğer bir metot amoral anti-politikadır. Amoral anti-politika, siyaseti stratejik bir güç oyunu olarak kavramak ve kamusal ve özel sınırları kaldırmak suretiyle kişileri kendi faydalarını azamileştirmeye/ençoklaştırmaya teşvik etmektedir ki bu haliyle rasyonel tercih yaklaşımını anımsatmaktadır. Moral anti-politika ise; ahlaki olmayan isyanı, kişisel çıkar peşinde sürüklenmeyi, sonuç-odaklı etik muhakemeyi ve ahlaki ikilemleri reddetmek suretiyle siyaset alanını ve metodunu tanımlamaktadır. Son olarak, estetik anti-politika sözlerin (tartışma, müzakere, söylem gibi) gücü yerine görüntülerin ve gösterinin gücüne vurgu yapmaktadır. Anti-politikanın bu şeklinde; güzellik hakikate, sembolik hareket sözel iletişime, sihirli numaralar gerçek ölçüte, öğrenme ve erdem sonuç ve başarıya tercih edilmektedir; siyaset bir gösteri mecrası ve sinematyatro-konser gibi bir performans alanı olarak görülmektedir (Schedler, 1997: 12-14). Siyasetin kavranışındaki bu değişimin onun yegâne demokratik örgütleri olan siyasal partilerde de yansıması olmuştur. Aşağıdaki tabloda siyasal partilerin özellikleri; ortaya çıktıkları dönem (ki insanların kitleler halinde yönetime katılmaya başladıkları 19. Yüzyıldır), içerisinden çıktıkları yapı (parlamento içi ya da dışı, bir hizip olarak başka bir parti ya da hareket gibi), hitap ettikleri insanlar (partiyi destekleyen seçmenler), hem parti içindeki rekabet hem de partiler arası rekabette ortaya koydukları tarzlar, üyelik kompozisyonu ve gelir kaynakları bağlamında değerlendirilmiştir.

Tablo 3: Örgüt Yapısına Göre Siyasi Partiler

	Kadro Partisi	Kitle Partisi	Herkesi Kapsayan Parti	Kartel Partisi
<i>Dönemi</i>	19. Yüzyıl	1880-1950	1950'den Günümüze	1990'lardan Günümüze
<i>Kökenleri</i>	Parlamento İçinde	Parlamento Dışında	Kitle Partisinin İçinden	Siyasal Partilerle Devletin İç içe Geçmesinden
<i>Seçmen Kitleleri</i>	Geleneksel Seçmenler ve Üst Sınıflar	Belirli Toplumsal, Etnik ya da Dini Gruplar	Geniş Kesimler, Her Türlü Seçmen	Belirli bir Toplumsal Gruba Hitap Etmez
<i>Rekabet Düzeyi</i>	Çok Sınırlı ve Kişisel Rekabet	Kutuplaşmış ve İdeolojik Rekabet	Merkeze Yerleşmeye Yönelik Rekabet	Partiler arası 'Yüzeysel' Rekabet
<i>Üyelik</i>	Yok veya Çok Az	Geniş, Üye Kartı Taşımak ve Aidat Ödemek Önemli	Üyelik Giderek Önemsizleşiyor	Üyelik Siyasal Mevkiler için Aday Havuzu İşlevi Görür
<i>Gelir Kaynağı</i>	Kişisel Gelir	Üye Aidatları	Çıkar Grupları ve Devlet Desteği	Devlet Desteği

Kaynak Sayarı, 2014: 133.

Her dönemin ruhuna uygun siyasal yapılanmalar olmuştur ve elbette ki bu yapılar/örgütler o dönemin ruhuna uygun bir şekilde hareket etmiştir. Bu yüzden, Sanayi Devrimi'nin en yüksek dönemlerinde ortaya çıkan partilerin M. Duverger tarafından kitle partisi olarak adlandırılması gayet normaldir. Kitleler halinde üretime katılan bireyler, işçiler yine kitleler halinde yönetime katılmak istemişler ve sonuç kitle partileri olmuştur. 20. Yüzyıl'ın ikinci yarısından itibaren ortaya çıkan siyasal eğilimler yeni parti örgütlenmeleri ortaya çıkarmıştır: Sağdan ve soldan bütün seçmenlere hitap etmeye çalışan, herkesin oyuna talip partileri O. Kircheimer "catch-all party", herkesi yakalayan ya da kapsayan parti olarak adlandırmıştır. 1990'larla birlikte R. Katz ve P. Mair kartel partisi kavramını kullanmaya başlamışlardır. 21. Yüzyıl'daysa, gelişen internet ve bilişim teknolojileri (*internet and communication technologies -ICTs*) ile birlikte dönüşen siyasal yapının ismi,

özellikle 2008 Ekonomik Krizi'nden sonra “platform partisi”³ veya “dijital parti” olarak anılmaya başlamıştır. Zira insanların bir araya geldiği, düşüncelerini paylaştığı mekân günden güne internet ve sosyal medya mecraları olmaya başlamıştır denilebilir (Gerbaudo, 2019: 187-188).

21. Yüzyılın ilk küresel krizlerinden olan 2008 bütün dünya ülkelerinin ekonomilerini etkilemekle birlikte siyaset hareketlerin ve örgütlenmenin de çehresini değiştirmiş, önemli anti-politika hareketleri örnekleri ortaya çıkmıştır. Öncelikle kriz sonrası siyasetçilere olan güven çok daha azalmıştır ki Arap Baharı, Occupy Wall Street gibi hareketler karşılına siyasal elitleri almıştır. İnsanların, seçmenlerin en büyük tepkilerinden birisi de yine kriz sonrası uygulanan kemer sıkma politikalarına olmuştur. Örneğin, 2009 yılında İspanya’da “Mortgage Ödemelerinden Etkilenen İnsanlar Platformu” (PAH) kurulmuştur. Bunun gibi platformlar yalnızca ekonomik krizin ev kredilerinin geri ödenmesi gibi belli bir boyutunu değil, eğitim, sağlık, sosyal güvenlik gibi kamu hizmetlerine yönelik harcamalarının kısılmasını da protesto etmişlerdir. Yine İspanya’da ortaya çıkan 15M Hareketi bunun gibi kemer sıkma hareketlerine bir tepki olarak ortaya çıkmıştır. Bir araya gelmede internet ve bilişim teknolojilerine dayanan, kırılğan ve sesleri duyulmayan toplumsal kesimlerin aracı olarak böylesi hareketler kimi zaman halka siyasi partilerden de yakın olabilmışlerdir. Elbette bunda, söz konusu hareketlerdeki lidersizlik (yani hareketin spontane oluşu), programsızlık (hareketin bir ideolojiye veyahut programa sahip olmaması) ve temsilin reddedilmesi (hareketlerdeki doğrudanlık vurgusu) etkili olmuştur. Diğer bir deyişle, söz konusu hareketler siyasal liderlerden, açık talep ve programlardan, bürokrasiden, bir parti örgütlenmesini gerektiren hususlardan kaçınmıştır (Tormey, 2015: 110-113).

Platform ya da dijital partiye geri dönersek, Tablo 3’teki ölçütlerle denilebilir ki, platform partilerin ortaya çıktığı dönem 2008 ve sonrasında, yani 21. Yüzyıl başıdır. Platform partinin kökeni çevrimiçi platformda bir araya gelen insanlardır. Zira çevrimiçi çalışma, alışveriş, uygulamalar ve sosyal medya gibi pek çok şey toplumsal hayat örüntülerinde önemli değişimler/dönüşümler yaratmıştır ki hemen her ihtiyacını çevrimiçi sağlayan insanlar siyasal olarak bir araya gelmeyi de dijital platformlar/forumlar aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Podemos, Beş Yıldız Hareketi ve Korsan Partiler buna örnek olarak gösterilebilirler. Seçmen kitlesi olarak platform

³ Platform terimi hem bir araya gelinen mecranın sanallığını/çevrimiçi oluşunu ama aynı zamanda da toplumsal/siyasal ilişkilerin yataylığını çağırıştırılmaktadır.

partilerinin herkesi yakalayan/kapsayan partilerden bir farkının olmadığı açıktır; geniş halk kesimleri, her türlü yurttaş platform partisinin odağıdır. Spontane hareketlere dayandığından platform partilerde rekabetin ve üyeliğin diğer parti türlerindeki gibi/kadar önemli olmadığı, gelirse yine çevrimiçi olanaklarla elde edildiği söylenebilir. Nihayetinde, platform partilerin temsili demokrasinin krizine verilmiş bir yanıt olduğu söylenebilir. Çünkü bu partilerin en önemli kabulü, anti-politikanın da öne sürdüğü üzere, seçmenler ve siyasetçiler arasındaki kopukluktur. Bu kopukluğun güncel toplumdaki eşitsizlik ve adaletsizliğin nedeni ve onlarla da mücadelede en büyük engellerden birisi olduğu düşüncesi platform ya da dijital partilerin en önemli çıkış noktasıdır. Hatta dijital platformları kullanarak temsili ve temsil pratiklerini tamamıyla ortadan kaldırmak ve doğrudanlığı sağlamak en önemli amaçlardan birisidir (Gerbaudo, 2019: 192-195). Gerçekten de politikacılara olan güvensizlik ve demokraside doğrudanlık anti-politikanın ve de onunla ilişkili hareket ve partilerin öne çıkardığı iki önemli husustur. Bilinen temsili demokrasi biçiminin reddedilmesi, seçimlerin ve örgütlü/bürokratik partilerin gereksiz addedilmesi, yine anti-politik hareket ve partilerin en önemli niteliklerindedir (Castells, 2015: 127). Bununla birlikte, anti-politikanın iddia ettiği gibi tamamıyla bitmiş, çalışmanın başında da belirtildiği üzere ‘sonu’ gelmiş bir temsili demokrasi ve parti sistemi yoktur; yurttaş-parti-medya ilişkilerinin daha çoğulcu hale getirilmesi gereken siyasal sistemler vardır. Elbette ki temsili demokrasinin sorunları vardır ve çare daha fazla demokrasidir. Partilerin geleceği ise; uygulanabilir ve nitelikli siyasal sistemlerin sürdürülmesine, söz konusu sistemlerin varlığını sağlayacak asgari örgütlülük düzeyinin devamına ve değişen şartlara, kurallara ve davranışlara uyum gösterme becerisine bağlıdır. (Webb, 2005: 645; Yanai, 1999: 14). Partilerin hayatta kalmaya çalışacakları ortam ya da dünya; iletişimin, etkileşimin ve bilişimin dünyası olacaktır.

SONUÇ YERİNE

İnternet ve bilişim teknolojilerindeki muazzam atılım ile matbaanın icadı sosyal, siyasal ve kültürel hayata etkileri ve sonuçları bağlamında karşılaştırılabilir mi? Diğer bir deyişle, söz konusu teknolojilerdeki büyük değişim hayatın bütün yönlerinde esaslı bir dönüşüm yaratmış mıdır? Kimilerine göre yanıt evet, bu benzetmeyi ve tespiti fazlaca abartılı ve teknolojik determinist bulanlara göreyse yanıt hayırdır. Gerçek şu ki, dünya birkaç on yıl öncesindeki dünya değildir ve en başta belirtildiği gibi değişimin hızı, ivmesi yüksek olduğu için çok daha büyük ve esaslı dönüşümlere uğramıştır.

Bununla birlikte, iletişim teknolojilerindeki gelişme ve sosyal medya kullanımı bambaşka bir dünya ile bizi baş başa bırakmamıştır. En azından bunu söylemek için henüz erken olduğu belirtilebilir. Bir zamanlar K. Marx 19. Yüzyıldaki değişimin büyüklüğünü anlatabilmek için “Katı olan her şey buharlaşıyor.” demiştir; aynı mantıkla günümüz için de katı olan her şeyin dijitalleştiği söylenebilir ve toplumsal, ekonomik, siyasal ve kültürel her şey buna uyum sağlamaktadır. Siyasal hayatın ve demokrasinin vazgeçilmez unsuru olan siyasal partiler de yaşanan bu değişim ve dönüşüme uyum sağlamaktadır. Yine de siyasal partilerdeki dönüşümün başlıca saikinin teknolojik ilerlemelerden ziyade temsili demokraside yaşanan sorunlar ve seçmenler ile siyasetçiler arasındaki kopukluk olduğu söylenebilir. 2008 Ekonomik Krizi sonrasında dünyanın her yerinde kitleler özellikle kriz sonrası uygulanan ekonomik ve sosyal politikalara tepkilerini siyasal partiler aracılığıyla değil direkt/doğrudan demokrasi araçları ve protestolarla göstermiştir. Denilebilir ki; söz konusu örnekler siyasal sisteme, seçimlere, siyasetçilere/temsilcilere duyulan güvensizlik ve yabancılaşma duygusunun pratiğe dökülmesi olarak anti-politikanın somut belirimleridir. Siyasal partiler anti-politika ekseninde yurttaşlar tarafından değişime ve dönüşüme yönlendirilmektedir. Konunun teknoloji boyutu da burada ortaya çıkmaktadır. Toplumsal hayatın hemen her veçhesinde internet ve çeşitli uygulamalar kullanan insanlar siyasal ilişkilerinde de buna başvurmaktadır. İletişim teknolojileri de seçmenlerin doğrudan bir araya gelmesinde yahut en azından seçmenler ve siyasetçiler arasındaki ilişkinin güçlendirilmesinde kullanılmaktadır. Böylelikle, siyasal partilerdeki dönüşüm platform partisi ya da dijital parti kavramlarıyla karşılanmaktadır. Platform partisi seçmenlere yatay bir şekilde bir araya gelebilecekleri çevrimiçi bir alan sunmakta, temsili ve bürokratik siyasetin eleştirilen noktalarından uzak durmaya çalışmaktadır. Sonuçta; ekonomik, toplumsal ve kültürel olarak değişen dünyada siyasal hayat da değişmekte, onun en önemli demokratik kurumları olması beklenen partiler de bu değişime ayak uydurmaya çalışmakta ve kendilerini değişen koşullara adapte ederek dönüştürmektedir.

KAYNAKÇA

- Bobbio, N. (1996) *Left and Right: The Significance of a Political Distinction*, çev. Allan Cameron, Chicago, The University of Chicago Press.
- Bobbio, N. (2000). Tarihın Başlangıcında, *Birikim Dergisi*, çev. Havva Karakaş: <https://birikimdergisi.com/dergiler/birikim/1/sayi-139-kasim-2000/2331/tarihın-baslangıcında/2889> (Erişim: 01.01.2023)
- Castells, Manuel (2015) *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*, Cambridge, Polity Press.
- Çulhaoğlu, Metin (2012) *Tarih, Türkiye ve Sosyalizm*, İstanbul, Yazılama Yayınevi.
- Eagleton, T. (1991) *Ideology: An Introduction*, Londra, Verso Books.
- Erbaş H. ve Coşkun, M. K. (2007). “Sınıf Kimliğinden Kültürel Kimliğe: Fark/Kimlik Politikalarının Yükselişi”, Fark/Kimlik/Sınıf (Ed. Hayriye Erbaş), Ankara, EOS Yayınları, 3-27.
- Evren, Teoman (1986). Depolitizasyon, *İzmir Barosu Dergisi*, 5 (2), 3-5.
- Faulks, K. (2000) *Political Sociology: A Critical Introduction*, Edinburgh, Edinburgh University Press.
- Fukuyama, Francis (2006) *The End of History and The Last Man*, New York, The Free Press.
- Gerbaudo, P. (2019). “The Platform Party: The Transformation of Political Organisation in the Era of Big Data”, Digital Objects, Digital Subjects: Interdisciplinary Perspectives on Capitalism, Labour and Politics in the Age of Big Data (Ed. David Chandler & Christian Fuchs), Londra, University of Westminster Press, 187-198.
- Jost, John T. (2006). The End of the End of Ideology, *American Psychologist*, 61 (7), 651-670.
- Jost, John T. (2021) *Left and Right: The Psychological Significance of a Political Distinction*, Oxford, Oxford University Press.
- Karadut, İsmail C. (2018). “To Vote or not to Vote – That’s Not Really a Question: Political Alienation in the Age of Democracy”, *Research in Social Change*, 10 (1), 42-58.
- Marx, K. (2007) *Economic and Philosophic Manuscripts of 1844*, çev. Martin Miligan, New York, Dover Publications.
- Örs, Birsen. H. (2016). “İdeoloji: Karmaşık Dünyayı Anlaşılır Kılmak”, 19. Yüzyıldan 20. Yüzyıla Modern Siyasal İdeolojiler (Ed. H. Birsen Örs), İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları, 5-45.

- Saunders, Clare (2014). Anti-politics in Action? Measurement Dilemmas in the Study of Unconventional Political Participation, *Political Research Quarterly*, 574-588.
- Sayarı, S. (2014). “Siyasal Partiler ve Parti Sistemleri”, Karşılaştırmalı Siyaset: Temel Konular ve Yaklaşımlar (Ed. Sabri Sayarı ve Hasret Dikici Bilgin), İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları, 123-143.
- Schedler, A. (1997). “Introduction: Antipolitics – Closing and Colonizing the Public Sphere” (Ed. Andreas Schedler), Londra, MacMillan Press, 1-20.
- Seeman, Melvin (1959). On the Meaning of Alienation, *American Sociological Review*, 24 (6), 783-791.
- Tormey, Simon (2015). Democracy will never be the same again: 21st Century Protest and the Transformation of Politics, *Rercerca*, 17, 107-128.
- Yanai, Nathan (1999). Why do Political Parties Survive?: An Analytical Discussion, *Party Politics*, 5 (1), 5-17.
- Webb, Paul (2005). Political Parties and Democracy: The Ambiguous Crisis, *Democratization*, 12 (5), 633-650.
- Zmigrod, Leor (2022). A Psychology of Ideology: Unpacking the Psychological Structure of Ideological Thinking, *Perspectives on Psychological Science*, 17 (4), 1072-1092.

BÖLÜM 20

YİYECEK-İÇECEK İŞLETMELERİNDE MALİYET KONTROLÜ (COST CONTROL) VE YÖNETİMİ

Dr. Öğr. Üyesi Oğuzhan DÜLGAROĞLU¹

¹ Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir, Türkiye. oguzhan@balikesir.edu.tr

GİRİŞ

Son zamanlarda gastronomi temalı ürünlerin çeşitlenmesi ve gastronomi alanının popülerliğinin artmasıyla birlikte yiyecek-içecek işletmelerinin önemi artmıştır. Yiyecek-içecek işletmelerinde müşterilerin ilgisini çeken yiyecek ve içecek ürünleri üretilmektedir. Bu işletmeler, müşterilerin yiyecek ve içecek ürünlerine ilişkin gereksinimlerinin karşılandığı önemli işletmelerdir. Tıpkı diğer işletmeler gibi yiyecek-içecek işletmelerinde de kar amacı güdülmektedir. Dolayısıyla yiyecek-içecek işletmelerinde maliyet kontrolü oldukça önem verilen bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Yiyecek-içecek işletmeleri çeşitli gelir kalemlerine sahip olması sebebiyle girişimcilerin önemli bir odağı haline gelmiştir. Konaklama işletmelerinde bile oda gelirlerinin akabinde en yüksek getirisi olan gelir grubunun yiyecek-içecek ürünleri olduğu bilinmektedir. Yiyecek-içecek işletmeleri girişimciler için hatırısayılır bir gelir kaynağını oluşturmanın yanında, önemli maliyet kalemlerini barındırmaktadır (Dittmer ve Keefe, 2005). Turizm sektörü için kilit bir öneme sahip olan yiyecek-içecek işletmelerinin sürekliliğini sağlayabilmesi önemli bir koşuldur (Köroğlu vd., 2011). Bu koşulu sağlayabilmenin başlıca yöntemlerinden biri de yiyecek-içecek işletmelerinde maliyet kontrol etkinliğinin sağlanmasıdır. Etkin bir şekilde maliyet kontrolü sürecinin gerçekleştirilebilmesi, yiyecek-içecek maliyet kontrol sürecinde maliyet kontrol unsurlarının titizlikle incelenmesini gerekli kılmaktadır (Akbulut ve Arslan, 2015).

Yiyecek-içecek işletmelerinde maliyet kontrol ve yönetimi konusuna ilişkin yapılan bu çalışmada ilgili alanyazına katkı sağlanması amaçlanmıştır. Çalışmada; yiyecek-içecek işletmelerinde müşteriler için üretilen ürünlerin üretimi, üretilen ürünlerin müşterilere sunumu ve bu hizmetin gerçekleşmesi gibi süreçler ele alınmıştır. Bu süreçler ile birlikte ortaya çıkan maliyet kalemlerinin kontrolü ve bu hizmet sürecinin yönetimi üzerine değinilmiştir. Öncelikle yiyecek-içecek işletmelerinde maliyetler kapsamında maliyet kavramı, yiyecek-içecek maliyetlerinin özellikleri ve yiyecek-içecek işletmelerinde maliyet kontrolünün öneminden bahsedilmiştir. Yiyecek-içecek işletmeleri bünyesinde yiyecek ve içecek maliyet kontrol yöntemlerini oluşturan “basit yiyecek-içecek maliyet kontrolü yöntemi”, “standart yiyecek maliyet kontrolü yöntemi”, “ayrıntılı yiyecek-içecek maliyet kontrolü yöntemi” ve “tahmini maliyet kontrolü yönetimi (potansiyel yiyecek-içecek maliyeti kontrolü yöntemi)”

yöntemlerine değinilmiştir. Son olarak, sonuç bölümü de yazılarak çalışma tamamlanmıştır.

Bu çalışma, yiyecek-içecek işletmelerinde maliyet kontrolüne ilişkin teorik bilgiler ve bu işletmelerde maliyet kontrolünün önemi vurgulanmıştır. Yapılan çalışma neticesinde yiyecek-içecek işletmelerde başvurulan basit yiyecek-içecek maliyet kontrolü yöntemi, standart yiyecek maliyet kontrolü yöntemi, ayrıntılı yiyecek-içecek maliyet kontrolü yöntemi ve tahmini maliyet kontrolü yönetimi (potansiyel yiyecek-içecek maliyeti kontrolü yöntemi) gibi maliyet kontrol yöntemlerine ilişkin bilgi verilmiştir. Daha sonra sonuç ve değerlendirme bölümleri de yazılarak çalışma tamamlanmıştır.

1. YIYECEK-İÇECEK İŞLETMELERİNDE MALİYETLER

1.1. Maliyet Kavramı

Turizm endüstrisinde müşteriler için ürün sağlayan tüm işletmeler öncelikle yaşamsal faaliyetlerini idame ettirebilmek ve karlılık düzeylerini geliştirmek adına maliyetlerin tespit edilmesine ve kontrolünün sağlanmasını önemli bulmaktadır (Eken ve Aksu, 2019). Turizm hizmeti kapsamında üretim gerçekleştiren bu işletmelerde bir ürünün elde edilmesi için müşterilere sunulan mal ve hizmet, maliyet gideri şeklinde değerlendirilmektedir (Yükçü, 1993). Bundan hareketle maliyet, belirlenmiş bir hedefe ulaşma yolunda gözden çıkarılması gerekli olan fedakarlıkların maddi boyutu olarak tanımlanabilir.

Yiyecek-içecek işletmelerinde arzu edilen hedefe ulaşmak adına maliyet hususu ciddiyete alınması gereken ve önemli bir konu olarak değerlendirilebilir. Herhangi bir yiyecek-içecek işletmesinin faaliyet sürecine geçmesi akabinde birbirinden farklı birçok maliyet söz konusudur. Bunlar yiyecek-içecek hammadde maliyetleri, personel giderleri ve yakıt, eğlence ve temizlik gibi diğer maliyetlerdir (Eken ve Aksu, 2019). Yiyecek-içecek işletmelerinin kontrol altına alınması gereken maliyetlerin; işçilik maliyetleri, yiyecek-içecek hammadde maliyetleri ve diğer değişken maliyetler olduğu söylenebilir. Bu maliyet kalemlerinin kontrol sürecinin başarılı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için tüm bu unsurların detaylı olarak dikkate alınması gereklidir (Köroğlu vd., 2011).

1.2. Yiyecek-İçecek Maliyetlerinin Özellikleri

Bir yiyecek-içecek işletmesinde maliyetlerin bütününi oluşturan toplam maliyetler ağırlıklı olarak içecek malzeme, yiyecek malzeme ve personel maliyetlerinden meydana gelmektedir (Eken ve Aksu, 2019). Bir yiyecek-içecek işletmesinde faaliyet süresi boyunca yiyecek veya içecek malzeme için ve personele yönelik gerçekleştirilen harcamalar, aynı işletmenin donanım harcamaları ve kirası gibi katlanacağı diğer maliyetlerden daha çok olabilmektedir (Pavesic ve Magnant, 2005).

Bu giderler arasından sadece yiyecek ve içecek malzeme giderlerinin ne düzeylerde olduğu daha kolay bir şekilde bulunabilmektedir. İşçilik giderlerini tam ve doğru bir şekilde tespit etmek oldukça zor bir olaydır. Zira diğer birimlerde çalışan personellerin de yiyecek-içecek üretim ve satış faaliyetlerini yapabilmek gayesiyle sarf ettiği çabalar da bulunmaktadır (Pavesic ve Magnant, 2005). Çalışanların bir kısmından örnek verecek olursak; yiyecek-içecek işletmelerinde görev yapan temizlik görevlileri, depo sorumlusu, satın alma sorumlusu, santral görevlisi, halkla ilişkiler görevlisi ve şoför gibi çalışanlar yiyecek-içecek hizmetinin sağlanması aşamasında aktif çalışma sürelerinin yalnızca bir bölümünü ayırabilmektedirler. Bu işletmelerdeki tedarik bölümü ise, işletme için satın alma faaliyetlerini yürütmektedir (Miller vd., 2002). Bu bölümün toplam zamanının ne kadar oranla yiyecek-içecek hizmetleri için saf ettiğini hesaplamanın zor olacağını söylemek yanlış olmaz. Bu durum, işletmede diğer departmanlarda bulunan ve diğer işlerde sorumlu olan personeller için de geçerli bir durumdur (Bulut, 2014).

Yiyecek-içecek işletmeleri son yıllarda neredeyse her yerde karşımıza çıkmaktadır. Sosyal gelişmeler, ekonomik gelişmeler, rekabet üzerine güdülen politikalar ve müşteri taleplerinde görülen farklılıklar üretilen yiyecek ve içecekleri ürünlerini de farklılaştırabilmektedir. Bu gelişmelere paralel olarak yiyecek ve içecek malzeme maliyetleri de artış göstermektedir (Sarışık, 1998). İnsanların cinsiyetlerine, yaşlarına, milliyetlerine ve kültürlerine göre tercihlerinin farklılaşması üretilen yiyecek-içecek ürünlerinde görülen çeşitliliği de zorunlu kılmıştır (Bulut, 2014). Yiyecek-içecek işletmelerinde, yiyecek ya da içecek ürünlerinin tüketimi gerçekleştirildiğinde, tüketime katılan bu yiyecek ve içecek ürünlerinin maliyet durumunun giderler kalemine eklenmesine yol açmaktadır. Üretilen yiyecek veya içecek ürününün müşteri tarafından tüketilmeme durumu oluşsa bile ilgili maliyeti göz önünde bulundurulmasından dolayı, bu tür yiyecek-içecek ürünlerinin de tüketilen

ürünler arasında yer aldıkları varsayılmaktadır. Bu açıdan herhangi bir yiyecek veya içecek ürününün maliyeti, tüm bu ürünlerin üretimi sürecinde katlanılan giderlerin tümü olarak hesaplanmaktadır (Dittmer ve Keefe, 2005).

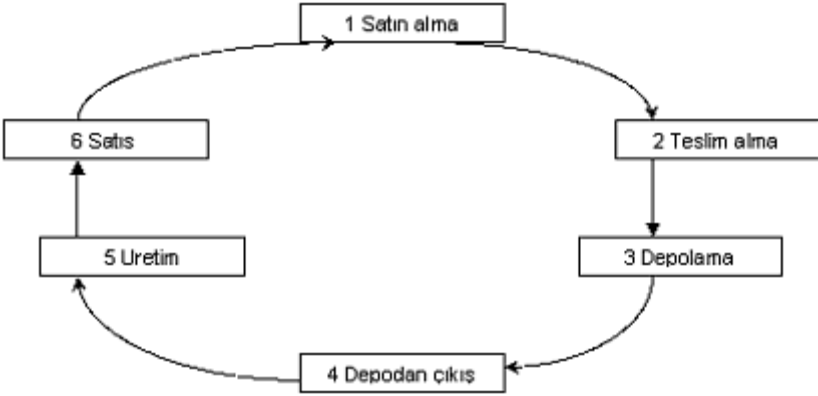
1.3. Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Maliyet Kontrolünün Önemi

Planlama, beklenen olayların daha önceden sezilmesi ve bu olaylara ilişkin önceden faaliyetler yürütme olarak tanımlanabilir. Karşılaşılabilecek durumlara karşı önceden planlama yapmak hazırlıklı olunan durumun gerçekleşmesi sonrasında sürecin kontrol altına alınabilmesini mümkün kılabilir. Özellikle turizm sektöründe faaliyette bulunan işletmeler, yüklü miktarlarda girdi oluşturabilme potansiyeline sahiptir (Anasız, 2019). Yiyecek-içecek işletmeleri de bu işletmeler arasında yer almaktadır. Yiyecek-içecek işletmeleri öncelikle faaliyetlerini devam ettirebilmek ve kar oranlarını yükseltebilmek için maliyetlerini kontrol altına almalıdır. Maliyet kontrolü, ortaya çıkan maliyetler ile ortaya çıkması zorunlu olan maliyetlerin karşılaştırılmasının yapılarak, işletmelerin yaşayabilecekleri olumsuz etkilerin bertaraf edilmesine katkı sağlayabilmektedir (Miller vd., 2002).

Yiyecek-içecek işletmeleri doğrudan gelir sağlayan işletmeler oldukları için yüksek maliyet giderlerine de sahiptir. Dolayısıyla ortaya çıkan bu maliyetlerin kontrol altına alınması yiyecek-içecek işletmelerin devamlılığı açısından kilit bir nokta olarak nitelendirilebilir. Aktaş (2001) yiyecek-içecek işletmelerinde gerçekleştirilen maliyet kontrolü etkinliklerinin amaçlarını beş başlık altında toplamıştır. Bunlar:

- İşletme içi israfın engellenmesi,
- İşletmede belirlenen fiyatlarda belli bir temel oluşturma,
- Maliyetlere ilişkin üst yönetimin bilgilendirilmesi,
- İşletmede gelir-gider kalemlerinin kontrollerinin etkin bir şekilde yapılması,
- İşletmede belirli standartların meydana getirilmesidir.

Yiyecek-içecek işletmelerinde maliyet kontrol sürecini çeşitli aşamalar oluşturmaktadır. Bu aşamalar; Şekil 1'de de görüldüğü gibi ürünü satın alma aşaması, ürünü teslim alma aşaması, ürünü depolama aşaması, ürünün depodan çıkışı aşaması, üretim aşaması ve satış aşamalarıdır.



Şekil 1. Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Maliyet Kontrol Süreci (Koroğlu, 2007).

Yiyecek-ışecek işletmelerinin önceden belirledikleri amaçlara ulaşabilmeleri için, içerideki sisteme sağlıklı bir şekilde işlerlik kazandırılması gereklidir. Öte yandan sadece maliyet kontrol sistemleri vasıtasıyla genel çözümler olamayacağı gibi faaliyet sürecinde bazı olumsuz durumlarla karşılaşılmasına da engel olunulamaz (Anasız, 2019). Yiyecek-ışecek ürünleri için malzeme çıktıları ve giderleri belirlenerek, gelecek dönemlere yönelik tahminlerde bulunulabilir. Genel olarak maliyet raporları dikkate alınarak, geleceğe yönelik var ise olumsuz durumların tespit edilmesi sağlanarak, bu olumsuzluklara karşı önlemler alınabilir (Aktaş, 2001). Bu doğrultuda gerçekleştirilen maliyet kontrolü süreçleri yiyecek-ışecek işletmelerine önemli katkılar sunabilmektedir.

2. YIYECEK-İÇECEK İŞLETMELERİNDE YIYECEK VE İÇECEK MALİYET KONTROL YÖNTEMLERİ

Yiyecek-ışecek işletmelerinin piyasada artış gösteren rekabet ortamı içinde başarıyı yakalayabilmeleri ve yaşamsal faaliyetlerine devam edebilmeleri için; satış hacimlerini artırmanın yanında, işletme maliyetlerini titizlikle hesaplamaları ve iç denetime yönelmeleri gereklidir (Çam, 2009). Bu hususta yiyecek-ışecek işletmelerinin bu süreci dikkatli bir şekilde yürütmeleri gerekmektedir (Miller vd., 2002).

Maliyet kontrol yönetimi yiyecek-ışetmeleri için önemli bir süreçtir. Bu süreç içinde yiyecek ve ıecek ürünlerinin hammaddelerinin işlendiği bilinmektedir. Bu süreci oluşturan tahmin, bütçeleme, kontrol ve planlama gibi unsurlar Şekil 2’de verilmiştir. Başarılı bir maliyet yönetimi için yiyecek-ışecek işletmeleri; tahmin, bütçeleme, kontrol ve planlama gibi

unsurlar arasında koordinasyonu sağlamalıdır. Bu da çeşitli yöntemlerle mümkündür.



Şekil 2. Maliyet Yönetim Sürecinin Aşamaları (SMF, 2022).

Genel olarak işletmelerin temel amaçlarından birinin de karlarını en yüksek düzeye çıkarmak olduğu dikkate alındığında, işletmelerin bu amaçlarına ulaşabilmeleri adına önemli faktörlerin biri de maliyetler konusudur (Poyraz, 2008). Maliyet, mamul ve hizmetlerin üretim sürecinde gerçekleştirilen harcamalar olarak kısaca tanımlanabilir. Maliyet, belirlenen bir hedefe ulaşmak veya herhangi bir nesneyi elde etmek için yapılan fedakarlıkların toplamı olarak ifade edilmektedir (Amir vd., 2016). Catering şirketleri, yiyecek-içecek işletmeleri, konaklama işletmeleri ya da endüstriyel kurumlarda beslenme kapsamında verilen hizmete ilişkin gelirlerin ve maliyetlerin ölçülüp kontrol edilmesini kapsayan çalışmaların tümü yiyecek-içecek maliyet kontrolü şeklinde tanımlanmaktadır (Türksoy, 2015). Dolayısıyla yiyecek-içecek maliyet kontrolünün yiyecek-içecek ürünlerinin müşterilere ulaştırılmasını kapsayan süreçle ilgili bir faaliyet olduğundan bahsedilebilir. Yiyecek-içecek işletmeleri bünyesinde hizmet ve ürün giderleri üç temel başlığın altında toplanmaktadır (Dittmer ve Keefe, 2009; Ojugo, 2010; Aktaş ve Özdemir, 2012; Akyürek ve Kızılcık, 2018). Bunlar:

- İçecek ve yiyeceklerin maliyetlerini kapsayan hammadde maliyetleri
- Amortisman, enerji, üretim giderleri ve kira gibi gider kalemlerini kapsayan genel üretim giderleri

- Ve işgücü maliyetlerini kapsayan işçilik giderleridir.

Yiyecek-ıçecek işletmelerinde hammadde giderlerini temsil eden ıçecek ve yiyeceklerin maliyet giderleri bu işletmelerin ön plana çıkan maliyet giderlerinden biri olduğu söylenebilir. Bu sebeple özellikle restoran işletmelerin için yiyecek ile ıçecek malzeme kalemleri hammaddelerinin tedarikçilerden satın alınması, belli ulaşım yollarıyla teslim alınması, belli coğrafi yerlerde depolanması ve depolandıkları yerdeki depolardan çıkarılması önemlidir (Ojugo, 2010) Bunlara ek olarak hammaddelerin üretime hazır hale getirilmesi, pişirilmesi veya hazırlanması ve servisinin sağlanma sürecinde meydana gelen maliyetlerin belli bir düzeye getirilmesi, bu maliyetlerin belirlenen sınırlar içinde tutulması için bazı önlemlerin alınması ve bu hususta gerekli faaliyetlerin uygulanmasının önemi büyüktür (Aktaş ve Özdemir, 2012).

Yiyecek-ıçecek işletmelerinde hammaddeleri oluşturan yiyecek ile ıçecek ürünlerinin maliyet durumlarının takibini gerçekleştirmek, bu maliyetlerin daha önceden belirlenmiş olan hedefler özelinde gerçekleştirilip, gerçekleştirilmediğinin belirlenmesi amacıyla belli başlı maliyet kontrol yöntemlerine ihtiyaç duyulabilmektedir. Maliyet kontrol yöntemleri vasıtasıyla maliyetlere ilişkin süreçler müdahale edilebilir bir biçim kazandırılarak bu hususta ortaya çıkan gelir ve giderler kolaylıkla hesaplanabilmektedir (Dönmez vd., 2011). Böylece işletmelerin mali açıdan önünü görmeleri sağlanabilir. Bu doğrultuda yiyecek ve ıçecek maliyet kontrolünde güdülen amaç; işletmelerin belirledikleri hedeflere uygun bir şekilde, yiyecek ve ıçecek satışından mümkün olan en yüksek kar düzeyinin elde edilmesidir (Yılmaz, 2012). Diğeri bir ifadeyle, yiyecek ve ıçecek maliyet kontrolünde güdülen amaçlar; işletme içi gelir ve giderlerin analizlerinin gerçekleştirilmesi, ortalama standartlarının tespiti, bu standartlara uygun hareket edilmesi, malzeme hırsızlığının engellenmesi, israfın önlenmesi ve işletme yönetimine gerekli bilgilerin sağlanması olarak karşımıza çıkmaktadır (Köroğlu vd., 2011).

Yiyecek-ıçecek işletmeleri bünyesinde müşterilerin hizmetine sunulan ürünlerin temelini oluşturan yiyecek ile ıçecek ürünlerinin bozulabilir nitelikte olması, bu ürünlere ilişkin satış tahminlerinin oldukça zor olması, müşterilerin tercihlerinin tahmininin zor olması, hammadde olarak kullanılan ürünlerin kısa dönemlerde işlenip satılmasının gerekliliği, ürünleri birbiri içinde sınıflandırmanın zorluğu ve küçük parçalar halinde satılabilir olması maliyet kontrollerini de zor hale getirebilmektedir. Yiyecek-ıçecek işletmeleri bünyesindeki maliyet kontrolü prosesleri; satın

alma aşamasında yapılan kontrol ile birlikte başlamaktadır. Bu süreci ürünlerin teslim alınma süreci, ürünlerin depolanması süreci, dağıtımlarının yapılması süreci, ürün stoklama işlemi, ürünün üretimi, servisinin sağlanması ve üründen elde edilen gelirlerin kontrolü gibi süreçlerle tamamlanır (Akbulut ve Arslan, 2015). Yiyecek-içecek işletmelerinde maliyet kontrol yöntemleri, farklı kaynaklarda ve farklı şekillerde ele alınabilir. Dolayısıyla birçok çalışmada bu konu işlenmiştir (Miller, 2005; Çiftci ve Köroğlu, 2008; Ojugo, 2010; Akın ve Akın, 2013; Dönmez vd., 2011; Akbulut ve Arslan, 2015; Sancar, 2016; Akyürek ve Kızılcık, 2018). Bu işletmelerde en sık kullanılan yiyecek-içecek maliyet kontrolü yöntemleri basit yiyecek-içecek maliyet kontrolü yöntemi, standart yiyecek maliyet kontrolü yöntemi, ayrıntılı yiyecek-içecek maliyet kontrolü yöntemi ve tahmini maliyet kontrolü yönetimi (potansiyel yiyecek-içecek maliyeti kontrolü yöntemi) olarak ön plana çıkmaktadır.

2.1. Basit Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrolü Yöntemi

Basit yiyecek-içecek maliyet kontrolü yöntemi günlük ve aylık gibi zaman dilimlerinde gerçekleştirilebilmektedir. Bu maliyet kontrol yönteminde temel mantık olarak maliyetlerin satış hacmine oranlarına bakılmaktadır (Dittmer ve Keefe, 2009). Bu yöntem genel olarak az miktarda yiyecek ve içecek ürünü sağlayan işletmelerde uygulanmaktadır. Bu yöntemle güdülen temel amaç, yiyecek-içecek maliyetlerinin günlük ve aylık periyotlarla hesaplanmasıdır. Bu yöntemle hesaplanan maliyetin günlük ve aylık satışlara bölünmesi yoluna gidilerek edinilen oranlar vasıtasıyla belirlenen bir önceki dönem ile mevcut dönem arasında karşılaştırma yapılarak dikkate alınmaktadır (Sancar, 2016). Böylece pratik yöntemlerle finansal durumun analizi gerçekleştirilebilmektedir. Uygulama sürecinde meydana gelme ihtimali olan bir olumsuz durumun gün içerisinde tespit edilmesi ve bu duruma önlem alınabilmesi nedeniyle bu yöntem bazı otel işletmeleri ve yiyecek-içecek işletmeleri tarafından özellikle tercih edilmektedir (Çiftci ve Köroğlu, 2008). Bu yöntem vasıtasıyla yiyecek-içecek maliyetinin kontrolünün yapılabilmesi için geçerli formül alt kısımda gösterilmiştir (Coltman, 1989):

- Satılan yiyecek-içecek ürününün maliyeti formülü = Doğrudan satın alınan malzemeler + depodan alınan malzemeler + ürünlerin departmana transfer edilmesi - departmandan gerçekleştirilen transferler - mezeler

Basit yiyecek-içecek maliyet kontrolünün aylık periyotlarla yapılması sürecinde beş adım izlenmektedir. Bu adımlar şunlardır (Yılmaz, 2012):

1. Dönem başında elde olan stok + dönem içinde stoka eklenen yiyecek malzemeleri (doğrudan girişler ile depodan sağlanan girişlerin toplamı) = Kullanıma açık yiyecek ve içecek stok durumu
2. Kullanıma açık yiyecek ve içecek stoku - dönem sonu stok durumu = Dönem içinde harcanan yiyecek-içecek stokları
3. Dönem içinde harcanan yiyecek-içecek stokları - iade ve transferler = Dönem içinde üretilen ürünün maliyeti
4. Dönem içinde üretime açılan yiyecek-içecek maliyeti - indirimler (personele sağlık kapsamında yapılan yardımlar ve personel için hazırlanan yiyecek-içecekler gibi ek maliyetler) = Aylık satışa sunulan yiyecek-içeceklerin maliyeti
5. Aylık satış hacmi / Aylık satılan yiyecek-içecek maliyeti = Aylık satışa sunulan yiyecek-içecek ürünlerinin maliyeti yüzdesi

Basit yiyecek-içecek maliyet kontrol yöntemi vasıtasıyla edinilen veriler, yiyecek-içecek işletmelerine ürün maliyet durumlarını değerlendirmeleri hususunda kolaylıklar sağlamaktadır (Dittmer ve Keefe, 2009). Bu yöntemi tercih eden işletmelerin yiyecek-içecek maliyet oranlarının % 30 dolaylarında olması beklenilmektedir (Akbulut ve Arslan, 2015).

2.2. Standart Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrolü Yöntemi

Geçmiş dönemlerde yiyecek-içecek maliyetleri üzerinde meydana gelen azalış ve artışlar detaylı olarak tespit edilip, bunların hangi tür yiyecek ve içecek malzemelerinden dolayı ortaya çıktığının tespit edilerek daha gerçekçi verilerin sunulduğu bir diğer maliyet kontrolü yöntemidir (Akyürek ve Kızılcık, 2018). Standart maliyet, yiyecek-içecek işletmelerinin yöneticilerinin standart reçeteler doğrultusunda oluşturdukları menü içeriklerinden beklenti içine girdikleri toplam maliyet olarak tanımlanabilir. Standart yiyecek-içecek maliyeti değişkeninde standart porsiyon ve reçeteler meydana getirilerek maliyetlerin genel olarak denetimi sağlanmaktadır (Bölükoğlu ve Özgen, 2006). Bu yöntemde; standartlaşan maliyetlerin toplamının gerçekleşen maliyetler ile karşılaştırılması ve yiyecek-içecek gruplarındaki standartlaşan maliyetlerin, yiyecek-içecek ürünlerinin gerçek maliyetleri ile

karşılaştırılması gibi farklı iki biçimde uygulanabilmesi mümkündür (Çiftci ve Köroğlu, 2008).

- *Standart maliyetlerin toplamının gerçek maliyetler ile kıyaslanması*: Bu yöntem vasıtasıyla yiyecek-içecek işletmesinin sunduğu yiyecek ve içeceklerin porsiyonlara bölünmüş olan ölçüler, her bir ürünün standardını gösteren maliyetler ile katlanarak yiyecek ve içecek grupları ürünlerinin standart maliyetlerinin toplamı elde edilmektedir (Akyürek ve Kızılcık, 2018). Yiyecek ve içecek gruplarının her birimi için standart maliyetlerin toplanması yöntemiyle mevcut dönemde satılan tüm ürünlerin toplam standart maliyeti elde edilebilmektedir. Elde edilen bu toplam maliyet ile mevcut dönemde meydana gelen maliyetlerin karşılaştırılması yapılarak aralarındaki sapmalar hesaplanabilmektedir (Sancar, 2016).
- *Yiyecek-içecek gruplarındaki standart maliyetlerin yiyecek-içecek gruplarının gerçek maliyetler ile kıyaslanması*: İşletmeler bünyesinde yiyecek ve içecek ürün çeşitlerinin çok olması koşulunda, yiyecek ve içecekleri oluşturan ürünler gruplara ayrılarak bu ürünlerin takibi yapılabilmektedir (Dittmer ve Keefe, 2009). Gruplara ayrılmış olan ürünlerin maliyetlerinin hesaplanmasında, yemek ve içecek grubu içinde bulunan her bir ürün için reçete içinde kullanıma açılan tüm içeriklerin toplam maliyetlerden çıkarılarak, reçetede olması beklenen miktar sayısına bölünmesi yoluyla sonuç elde edilir. Edinilen bu sonuç, porsiyon maliyeti kaleminden eksiltilerek hesaplama tamamlanmaktadır. Hesaplama sonrasında tüm miktarlar toplanarak, menü içinde bulunan yiyecek ve içecek gruplarının toplam maliyetine ulaşılabilir (Akın ve Akın, 2013).

2.3. Ayrıntılı Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrolü Yöntemi

Günlük yiyecek-içecek ürünlerinin maliyet değişimleriyle ilgili verimli bir denetim ortamı sağlamak ve müşterilerin arzına sunulan yiyecek ve içeceklerin maliyetlerinin hangi malzemelerden kaynaklandığını saptamak için başvurulan bir yöntemdir. Bu yöntem içinde yiyecekler ve içecekler meyveler, alkollü içecekler, alkolsüz içecekler, kahveler, deniz ürünleri, etler, süt ürünleri ve sebzeler gibi belirli gruplara bölünmüştür (Taşkın, 1997). Bu yöntem kapsamında Horwath ve Horwath yöntemi ile Harris, Kerr ve Forster yöntemi olmak

üzere toplam iki adet görüş yer almaktadır (Taşkın, 1997; Akbulut ve Arslan, 2015; Sancar, 2016).

- Horwarth ve Horwarth Yöntemi: Bu yöntemde Harris, Kerr ve Forster yöntemine ek bir şekilde satış çeşitleri ve depo stokları da dikkate alınmaktadır (Çam, 2009).
- Harris, Kerr ve Forster Yöntemi: Bu yöntem vasıtasıyla satışa sunulan yiyecek ve içeceklerin maliyetlerinin ne tür ürün çeşitlerinden meydana geldiği durumunun saptanması amaçlanmaktadır. Bu yöntem genel olarak konaklama işletmelerinin başvurduğu bir yöntemdir (Akbulut ve Arslan, 2015).

2.4. Tahmini Maliyet Kontrolü Yönetimi (Potansiyel Yiyecek-İçecek Maliyeti Kontrolü Yöntemi)

Ön kontrol ya da ön maliyet şeklinde de anılan bu yöntem, ilerleyen dönemler içinde meydana gelmesi beklenen yiyecek ve içeceklerin maliyet seviyelerinin tespit edilerek, arzu edilen kar seviyesine ulaşılabilmesi için gerekli olan menü hazırlığı, yiyecek-içecek ürün fiyatlaması, porsiyon maliyetlerinin belirlenmesi gibi önlemler alınmaktadır (Miller, 2005). Ayrıca bu metot, işletmenin verimlilik durumunu üst seviyeye çıkarmaya yönelik gerçekleştirilen çabaları da içermektedir (Akbulut ve Arslan, 2015). Genel olarak bu yöntemin tercih edilmesinin temel amacı, geçmiş dönemler içindeki içecek ve yiyecek satış miktarı ile yiyecek ve içecek türlerinin analiz edilerek, gelecek dönemlerde de bu ürünlerin üretiminin düzgün bir biçimde planlanmasını sağlamaktadır (Dittmer ve Keefe, 2009). Günümüzde ise hem yiyecek-içecek işletmelerinde hem de konaklama işletmelerinde maliyetler çözülmesi gereken önemli bir konudur. Yiyecek ürünlerinin maliyetlerine ek olarak, içecek ürünlerinin maliyetlerinin de kontrolünün sağlanması, işletmelerin kar payında artış sağlanması, fire ve hırsızlığa karşı önlem alınması ve gerekli birimlere net ve sağlıklı bilgi aktarılabilmesi bakımından önemli bir konudur. Tıpkı yiyecek ürünlerinde de olduğu gibi içecek maliyetlerinin kontrolünde de maliyet kontrol yöntemlerine başvurulabilir. Tüm bu yöntemlere ek olarak sadece içecek ürünleri için başvuru maliyet yöntemleri ise yüzde ile içecek maliyeti kontrolü yöntemi, satış fiyatı ile içecek maliyet kontrolü yöntemi ve basit maliyet kontrolü yöntemidir (Miller, 2005; Çiftçi ve Köroğlu, 2008; Ojugo, 2010; Dönmez vd., 2011; Akbulut ve Arslan, 2015; Akay, 2016; Boroğlu, 2016; Akyürek ve Kızılcık, 2018).

- *Yüzde Yöntemiyle İçecek Maliyet Kontrolü Yöntemi*: Bu yöntem ile daha önceden saptanan içecek maliyet yüzdeleri vasıtasıyla oluşan maliyetler yüzde parametresiyle kıyaslanarak hesaplanır (Akyürek ve Kızılıcık, 2018). Bu yöntem ile yapılan hesaplama günlük ya da aylık zaman dilimlerinde yapılabilmektedir (Özdoğan, 2010).
- *Satış Fiyatı Yöntemiyle İçecek Maliyet Kontrolü Yöntemi*: Bu maliyet kontrolü yönteminde, stoktan alıkonulan içecek ürünleri belirlenen satış bedeli üzerinden dikkate alınarak gerçekleşen satış edimimleri ile kıyaslanması sürecini ifade etmektedir (Boroğlu, 2016). Karşılaştırma yapılırken özellikle içki satışlarının standart görülen miktarlarda kokteyl ve sek gibi farklı şekillerle yapılabilmektedir (Dönmez vd., 2011).
- *Basit Maliyet Kontrolü Yöntemi*: Bu maliyet kontrolü yöntemiyle içecekler tıpkı yiyecekler için kullanılan yöntemle benzer bir vaziyettir (Akbulut ve Arslan, 2015). Bu yöntemlerin aralarındaki en önemli farklılık içecek ürünlerinin maliyet oranının % 20 civarında olması beklentisidir. Yiyecek ürünlerinde olduğu gibi içecek ürünlerinde de basitleştirilen maliyet kontrolü yöntemi aylık ve günlük periyotlarla hesaplanır (Çiftçi ve Köroğlu, 2008).

3. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

İşletmeler yaşamsal faaliyetlerini idame ettirebilmek için karlılıklarını artırmayı hedeflemektedir. Bilindiği üzere kar olarak bilinen kavram, toplam gelirden maliyetlerin çıkarılmasıyla elde edilebilmektedir. Dolayısıyla maliyetleri kontrol altına almak işletmelerin yaşamsal faaliyetlerini devam ettirebilmeleri için önemli bir yeti olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle belli bir süre sonra bozulabilir hammaddeler ile faaliyet yürüten yiyecek-içecek işletmeleri için maliyet kontrolü çok önemlidir. Çünkü üretime sunulmadan bozulan her hammadde işletmenin karlılık oranını azaltmaktadır. Bundan hareketle yiyecek-içecek işletmelerinde maliyet kontrolünün sağlanması için her bir gider kalemi dikkatli bir şekilde incelenmeli ve ortaya çıkan yeni koşullara göre stratejiler belirlenmelidir.

Yiyecek-içecek işletmelerinde yiyecek ve içeceklerin maliyetlerinin kontrol altına alınması için belli başlı yöntemler bulunmaktadır. Bu yöntemlerden bazıları “basit yiyecek-içecek maliyet kontrolü yöntemi”,

“standart yiyecek maliyet kontrolü yöntemi”, “ayrıntılı yiyecek-içecek maliyet kontrolü yöntemi” ve “tahmini maliyet kontrolü yönetimi (potansiyel yiyecek-içecek maliyeti kontrolü yöntemi)” yöntemleridir. Bu yöntemlerden basit yiyecek-içecek maliyet kontrolü yönteminde işletme maliyetleri günlük ve aylık gibi farklı zaman dilimlerinde kontrol edilmektedir. Bu yöntemde maliyetler satış hacmine oranlanmaktadır. Diğer bir yöntem olan standart yiyecek maliyet kontrolü yönteminde de belirlenen bir dönem için söz konusu olan gerçek yiyecek-içecek maliyetleri, o dönemin başında saptanan standart yiyecek-içecek maliyeti kıyaslanmaktadır. Bir diğer yöntem olan ve günlük yiyecek-içecek ürünlerinin maliyetlerinde yaşanan farklılıklara ilişkin etkin bir kontrolün sağlanabilmesi için başvuru olan ayrıntılı yiyecek-içecek maliyet kontrolü yönteminde satılan yiyecek-içeceklerin maliyetlerinin hangi malzeme türünden kaynaklandığı belirlenmektedir. Tahmini maliyet kontrolü yönetiminde ise; gelecekte karşılaşılabilecek beklenen maliyetler tespit edilmekte ve tahmin edilen karın sağlanması için gerekli görülen tedbirler alınmaktadır. Sonuç olarak, tüm bu yöntemlerle güdülen temel amaç yiyecek-içecek işletmesinin maliyetlerinin kontrol altına alınması ve işleminin yaşamsal faaliyetlerinin sürdürülebilir bir şekilde sürdürülmesidir.

KAYNAKÇA

- Akay, B. (2016). *Turizm işletmelerinde Maliyet Kontrolü: Temel Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akbulut, H. ve Arslan, F. (2015). Yiyecek İçecek Maliyet Kontrolü: Batı Karadeniz Bölgesi'nde Otel İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma. *BÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (3), 71-106.
- Akın, A. ve Akın, A. (2013). Yiyecek İçecek İşletmelerinde Uygulanan Maliyet Kontrol Sistemlerinin Tespitine Yönelik Bir Araştırma: Gaziantep Örneği. *Akademik Bak Dergisi*, 36, 1-16.
- Aktaş, A. ve Özdemir, B. (2012). *Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akyürek, S. ve Kızılcık, O. (2018). Restoran İşletmelerinde Maliyet Kontrolü Üzerine Trabzon İlinde Bir Araştırma. *Karadeniz*, 38, 132-151.
- Aktaş, A. (2001). *Ağırlama Hizmet İşletmelerinde Yiyecek ve İçecek Yönetimi*. Antalya: Eren Ofset.
- Anasız, İ. (2019). Otel İşletmelerinde Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrolü İçin İsrافی Azaltacak Farklı Bir Uygulama Önerisi "Hedef Maliyetleme". *Kapadokya Akademik Bakış*, 2 (2), 179-214.
- Amir, A., Auzair, S. & Amiruddin, R. (2016). Cost Management, Entrepreneurship and Competitiveness of Strategic Priorities for Small and Medium Enterprises. *Procedia -Social and Behavioral Sciences*. 219, 84-90.
- Bulut, H. (2014). *4 ve 5 Yıldızlı Otellerde Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrol Sistemi: Ankara İli Örneği*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Boroğlu, A. (2016). *İçecek Maliyet Kontrolü*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Bölükoğlu, İ. Ve Özgen, I. (2006). Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Standart Maliyet Sistemi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 8 (1), 71-88.
- Coltman, M. M. (1989). *Cost Control for the Hospitality Industry*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Çam, M. (2009). Konaklama İşletmelerinde Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrolünün Önemi ve Akdeniz Bölgesindeki Konaklama İşletmelerinde Bir Anket Çalışması. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (11), 503-524.

- Çiftçi, Y. ve Köroğlu, Ç. (2008). Otel İşletmelerinde Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrol Yöntemlerinin İncelenmesi (Marmaris İlçesi Örneği). *Muğla Üniversitesi .B.F. Sosyal Bilimler Dergisi*, 19, 33-42.
- Dittmer, P. R. ve Keefe, J. D. (2009). *Principles of Food, Beverage, and Labor Cost Controls*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Dönmez, A., Arıcı A. ve Angay Kutluk, F. (2011). Antalya'daki Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrolü ve Fiyatlama Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 3 (1), 201-222.
- Eken, T. ve Aksu, İ. E. (2019). Konaklama İşletmelerinde Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrol Yöntemlerinin İncelenmesi: Ayrıntılı Maliyet Kontrol Yöntemine İlişkin Bir Uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi* 3, 1358-1374.
- Köroğlu, Ç. (2007). Otel İşletmelerinde Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrolü ve Basit Maliyet Kontrol Yöntemine İlişkin Bir Uygulama. *Mevzuat Dergisi*, 10, 116.
- Köroğlu, Ç., Biçici, F. ve Sezer, D. (2011). Otel İşletmelerinde Maliyet Kontrolünün Rekabet Üstünlüğüne Etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3 (1), 33-48.
- Miller, J. E., Hayes, D. K. & Dopson, L. R. (2002). *Food and Beverage Cost Control*. New York: John Wiley & Sons.
- Miller, J. E., Dopson, L. R. & HAYES, D. K. (2005). *Food and Beverage Cost Control*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Pavesic, D. V. & Magnant, P. F. (2005). *Fundamental Principles of Restaurant Cost Control*. New Jersey: Prentice Hall.
- Poyraz, E. (2008). *Açıklamalı Örneklerle Finansal Yönetim*. Bursa: Ekin Yay nevi.
- Sancar, M. F. (2016). *Yiyecek Maliyet Kontrolü*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sarıışık, M. (1998). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Maliyet Kontrol Sistemleri ve Beş Yıldızlı Otellerde Standart Yiyecek Maliyet Kontrol Sisteminin Uygulanabilirliği Üzerine Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Taşkın, E. (1997). *Otel İşletmelerinde Yiyecek Maliyetlerinin Kontrolü ve Azaltılması*. (Yayınlanmamış doktora tezi), Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

- Türksoy, A. (2015). *Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yılmaz, Y. (2012). *Konaklama ve Ağırhama İşletmelerinde Servis Tekniği ve Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yükçü, S. (1993). *Maliyet Muhasebesi*. İzmir: Dokuz Eylül Yayınlar.
- Ojugo, C. (2010). *Practical Food & Beverage Cost Control*. New York: Delmar.
- Özdoğan, O. N. (2010). *Maliyet Kontrolü*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- SMF (2022). Başarılı Maliyet Yönetim Sürecinin Aşamaları Nelerdir? https://www.sfmyazilim.com/basarili_maliyet_yonetim_surecinin_asamalari_nelerdir.html (E.T.: 30.12.2022).

BÖLÜM 21

BAĞIMLILIK DANIŞMANLIĞI MESLEĞİ: TARİHSEL GELİŞİM, YETERLİLİKLER VE UYGULAMA

Dr. Öğr. Üyesi Metin Gani TAPAN¹

¹ Kilis 7 Aralık Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Psikoloji Bölümü, metinganii@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-3595-140X>.

GİRİŞ

Dünya genelinde uyuşturucu madde kullanım oranlarında endişe verici bir artış yaşanmaktadır. Yalnızca uyuşturucu maddelerin değil aynı zamanda teknoloji, internet ve benzeri davranışsal bağımlılık vakalarının gözle görülür biçimde artışı başta araştırmacılar olmak üzere politika yapıcılar, profesyoneller ve toplumun dikkatini çekmektedir. Amerika'da 2019 yılında 20,4 milyon kişinin madde bağımlılığı teşhisi aldığı, bu grup içerisinde yalnızca % 10,3'ü tedavi gördüğü ve aynı yıl 71.000 civarında bireyin aşırı dozdan öldüğü bildirilmiştir (NIDA, 2022). Avrupa Birliği'ndeki (15-64 yaş arası) yetişkinlerin 83,4 milyonunun veya %29'unun daha önce yasa dışı uyuşturucu kullandığı ve bildirilen kullanım oranının erkeklerde (50,5 milyon) kadınlara kıyasla (33 milyon) daha fazla olduğu tahmin edilmektedir (EMCDDA, 2022). Türkiye genelinde ise 2021 yılında uyuşturucu suçlarından dolayı 264.202 şüpheliye polis tarafından adli işlem yapıldığı bildirilmiştir (Narkotik, 2022).

Madde bağımlılığı tedavisine başvuru oranlarının yayınlandığı güncel çalışmalarda: Amerika'da 2020 yılında 1 milyon 90 bin kişinin tedaviye başvuru yaptığı (Statista, 2020), Avrupa Birliğinde her yıl ortalama 1 Milyon hastanın tedavi başvurusu yaptığı bildirilmektedir (EMCDDA, 2022). Türkiye'de ise tanı kodlarına göre alkol ve nikotin kullanım bozuklukları çıkartıldığında, 2021 yılında sadece tedavi merkezlerine yapılan toplam ayaktan tedavi başvuru sayısı 247.390 olduğu belirtilmektedir (TUBİM, 2022).

Bu endişe verici sonuçlar bağımlılık mesleğine olan ihtiyacı ve bağımlı bireyler ile onların ailelerine kaliteli tedavi/danışmanlık hizmetlerine olan gereksinimi vurgulamaktadır. Bu anlamda karmaşık bir halk sağlığı olan bağımlılık tedavisi alanında çalışabilecek personelin niteliğinin önemli olduğu görülmektedir.

Madde bağımlılığı tedavi sürecinin verimli hale getirilmesi çabaları, bağımlılık tedavisi ile ruh sağlığı hizmetlerinin bütünleştirilmesini sağlamıştır. Böylece ruh sağlığı alanında çalışan sosyal hizmet uzmanları, psikolog, hemşire ve diğer meslek elemanlarının tedavi sürecindeki önemi artmıştır. Günümüzde hem tedavi süreci hem de tedavi sonrası süreçte başta sosyal hizmet uzmanları başta olmak üzere sağlık profesyonelleri etkin bir biçimde görev almaktadırlar.

Madde bağımlılığı oranlarının artışı ilişkili ruh sağlığı sorunlarının da artışına neden olmaktadır. Bu durum, global bir sağlık sorunu olarak güncelliğini korumaktadır. Bu nedenle de bağımlılık alanında çalışan

personelin niteliğinin oldukça önemli olduğu görülmektedir. Bağımlılık danışmanlığı mesleği Amerika ve Avrupa birliği ülkelerinde belirli eğitim, uygulama ve yeterliliklerin sağlanması sonucu edinilen meslek olarak tanımlanmaktadır. Aynı zamanda bağımlılık danışmanlığı mesleği alanında ilgili birçok çalışmanın da olduğu görülmektedir.

Türkiye’de bağımlılık danışmanlığı mesleğinin güncel durumu hakkında yapılan literatür taramasında Mesleki Yeterlik Kurumu tarafından madde bağımlılık danışmanlığı mesleği hakkında standartların (MYK, 2017) oluşturulduğu görülmüştür. Fakat bu yönergede uygulama, eğitim yeterlikleri, süpervizyon ve yasal sorumluluklar gibi önemli başlıklarda yeterince açıklayıcı bilgiler olmadığı belirlenmiştir. Bu nedenle günümüzde önemli sağlık profesyonelleri arasında gösterilen bağımlılık danışmanlığı mesleğinde eğitim, uygulama, süpervizyon ve yasal sorumluluklar hakkında açıklayıcı bilgiler verilmesi amacıyla bu çalışma yapılmıştır.

Çalışmada, Amerika’da faaliyet gösteren birçok farklı mesleğin akreditasyon işlemlerinin yürütülmesinde otorite kurumlar arasında gösterilen CACREP² (Danışmanlık ve Eğitim programları Akreditasyon Konseyi) ve NAADAC³’ın (Bağımlılık Profesyonelleri Birliği) güncel uygulama standartları üzerinden açıklamalara yer verilmiştir. Yapılan literatür taraması sonucu elde edilen bilgiler: *bağımlılık danışmanlığı mesleğinin tarihsel gelişimi, yeterlikler ve mesleki uygulamalar* alt başlıklar biçiminde aktarılmıştır. Böylelikle çalışmanın, Türkiye’de bağımlılık danışmanlığı mesleğinde eğitim standartlarının geliştirilmesine, uygulama sürecinin yapılandırılmasına ve geliştirilmesine katkı sağlayabileceği öngörülmektedir.

1.BAĞIMLILIK DANIŞMANLIĞI MESLEĞİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Alkol ve diğer uyuşturucu sorunlarının iyileştirilmesinde uzmanlaşmış yardım rolünün doğuşu bu tür sorunlardan kurtulan, yaşamlarında benzer sorunları deneyimleyen ve kendilerini başkalarına yardım etmeye adanmış kişilere dayanmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri’nde 18. ve 19 yy ’da yerliler tarafından organize edilen dini ve kültürel yaşamı canlandırma hareketleri, içki karşıtı misyonerler (Washingtonian Temperance Society), yerel olarak faaliyet gösteren iyileşme odaklı karşılıklı yardım grupları

² CACREP: Danışmanlık ve Eğitim programları Akreditasyon Konseyi (<https://www.cacrep.org/section-5-entry-level-specialty-areas-a-addiction-counseling/>)

³ NAADAC: Bağımlılık Profesyonelleri Birliği (<https://www.naadac.org/certification>)

bağımlılık danışmanlığı mesleğinin kökenleri olarak kabul edilebilir (Coyhis ve White, 2006).

Gönüllü danışmanlar olarak tanımlanabilecek ilk bağımlılık danışmanları: kamusal ve özel alanlarda iyileşme hikâyelerini paylaşmışlardır. Aynı zamanda iyileşme odaklı broşürler, otobiyoğrafler yazmışlar ve iyileşmek isteyen kişilerle özel görüşmeler gerçekleştirmişlerdir. Öte yandan bağımlı ailelerine, yerel olarak faaliyet gösteren destek gruplarının örgütlenmelerine yardımcı olmuşlardır ve bu çalışmalar halen de devam etmektedir (White, 1998).

Bu gelişmeler 19. yüzyılım ortalarından itibaren alkoliklere yönelik iyileşme evleri ve özel bağımlılık tedavi merkezlerinde bu tür karizmatik iyileşme figürlerinin istihdamını beraberinde getirmiştir. İyileşmekte olan bağımlıların istihdamı aynı zamanda bazı sorunlara da neden olmuştur. Her ne kadar danışmanların atanması gerekip gerekmediği konusunda tartışmalar şiddetlenirse de, genellikle erken iyileşme sürecinde olan birçok bağımlı diğer bağımlılarla iletişim kurulması ve de kendi iyileşme süreçlerine destek olması amacıyla bağımlılık danışmanı olarak işe alınmışlardır (White, 1998).

Bu yeni danışmanlar “tedavi çabalarının belkemiği” oldular (Kinney, 2009), bazıları yeterli eğitim ve süpervizyon alamadan çok yoğun mesai şartlarında müracaatçılarla çalışmaya başladılar. Bu durum birçok bağımlılık danışmanının madde kullanımına dönmesine ve işten ayrılmasına neden olmuştur (White, 1998). Bu gelişmeler bağımlılık alanında çalışan danışmanların eğitim, uygulama ve diğer niteliklerin geliştirilmesinin gerekliliğini ortaya çıkarmıştır (Tapan, 2022).

ABD'de 19. yüzyılda bağımlılık tedavi sisteminin çöküş yaşadığı söylenebilir. Tedavi sisteminde yaşanan sorunlar nedeniyle birçok bağımlının tedavi hizmeti alamadığı bu nedenle de psikiyatri hastanelerinin arka koşullarında ve cezaevinde kötü koşullara terk edildiği bilinmektedir. Bu koşullar, bağımlılık tedavisi alanında çalışabilecek meslekten olmayan terapistlerin (bağımlılık öyküsü olmayan profesyoneller) eğitilmesi girişimlerini hızlandırmıştır. Courtenay Baylor, Francis Bishop ve Richard Peabody Amerika'daki ilk bağımlılık danışmanları olarak adlandırılabilir. 1960'larda ve 1970'lerin başlarında terapötik toplulukların artışı, metadon bakım programlarında ve ayakta tedavi danışmanlığı kliniklerinde "eski bağımlıların" işe alınması gibi gelişmeler yaşanmıştır (White, 2012).

Bu dönem hem iyileşme olan bağımlılar hem de bağımlılık öyküsü olmayan danışmanlar “yardımcı profesyonel” rolü ile iyileşme hikaye anlatımı

geleneği (kendini ifşa etme), karşılıklı iyileşme desteği, danışmanlık (psikiyatri, psikoloji ve sosyal hizmet alanlarından dâhil edilen yeni beceriler) toplulukları kurtarma ve kaynak geliştirme gibi birçok farklı müdahaleleri birleştirerek uygulamaya başlamışlardır (White, 1998). Yardımcı profesyonel bağımlılık danışmanlığı dönemi, bağımlılık tedavisi işgücü piyasasında iyileşme sürecine ciddi katkılar sağlaması, A.A (Adsız Alkolikler) ile yakın iletişim kurmaları ve mesleki/bilimsel bilgiye karşın deneyimsel bilgiyi yöntem olarak kullanmaları ile özdeşleştirilebilir. Yardımcı profesyonel bağımlılık danışmanının ayırıcı özelliği, bireysel iyileşme serüveni ve başkalarının iyileşmesine yardımcı olma tutkusudur (White, 2009).

Bağımlılık danışmanlığının profesyonel bir meslek olarak ortaya çıkışı tedavi programlarının genişlemesi, planlama, kamu kaynaklarıyla finanse edilmesi ve değerlendirilmesi ile doğrudan ilişkili olduğu söylenebilir. Çünkü sağlık sistemi içerisinde bağımlılık tedavisi için gerekli fonların ayrılması, sigorta ve benzeri destekler sayesinde tedavi sisteminin gelişebileceği bilinmektedir. Amerika ve Avrupa Birliği Ülkelerinde bağımlılık tedavisi alanında 80'li yıllardan itibaren finansal destek sağlandığı, sigorta kapsamında ödemeler yapıldığı ve ilgili mevzuatın bu doğruda yapılandırıldığı görülmektedir. Dolayısı ile bu uygulamaların bağımlılık danışmanlığı mesleğinin gelişmesinde belirleyici etken olduğu söylenebilir.

1970'li yıllardan sonra bağımlılık danışmanlığının, yardımcı profesyonel meslek elemanı statüsünden klinik profesyonel statüsüne geçiş yaptığı görülmektedir (White, 2012). Bağımlılık tedavisi alanında kurumsallaşma ile birlikte yönetim kademesi başta olmak üzere tanı teşhis ve tedavi alanlarında bağımlılık danışmanlarının etkin bir biçimde çalışmaya başladıkları söylenebilir. Bağımlılık hastalığının döngüsel bir süreç olması ve sürekli yeni hastaların gelişi bağımlılık tedavisi alanının önemli bir sektör haline gelmesini sağlamıştır. White (2000)'a göre bağımlılık tedavisindeki profesyonelleşme, sanayileşme ve ticarileşme önemli değerlerin kaybolduğuna dair endişelere neden olmuştur.

1990'lı yıllardan itibaren yeni nesil tedavi metotlarının gelişmesi, kanıt temelli uygulamaların kullanılmaya başlaması ile milyarlarca dolarlık bir endüstri ortaya çıkmıştır. Bu durum toplum temelli iyileşme modelleri A.A (Adsız Alkolikler) ve N.A (Adsız Narkotikler) uygulamalarından uzaklaştığı ve sonuç olarak başarısızlığa neden olduğu biçiminde yorumlanmaya başlanmıştır (White, 2004).

Son dönemlerde bağımlılık tedavisi alanında önemli gelişmeler yaşanmıştır. Örneğin zarar azaltma ve nüks önleme gibi yeni tedavi

yaklaşımları daha önce kullanılan yaklaşımlara göre farklı bir bakış açısı geliştirmiştir (Fisher ve Harrison, 2009). Bu bakış açısı doğal olarak bağımlılık danışmanlarının görev, yetki ve sorumluklarını da etkilemiştir. Önleme, tedavi ve rehabilitasyon süreçlerinde zarar azaltma ya da nüksün önlenmesi çalışma sürecinin temel hedefleri arasında yer almaktadır. Aynı zamanda yeni farmakolojik yöntemlerin kullanılmasının, bağımlılık tedavisinin başarılı olmasına katkı sağladığı söylenebilir.

Öte yandan 2000’li yıllardan itibaren teknoloji ile ilişkili bağımlılıklar ve diğer olgusal bağımlılıklar çarpıcı bir biçimde artış göstermeye devam etmektedir. Bu durum, bağımlılık danışmanlığı mesleğinin kapsamını da genişletmiştir. Bu gelişmeler bağımlılık danışmanlığı mesleğinin yeterlik, uygulama ve eğitim gereksiniminin ön plana çıktığı anlamına gelmektedir. Çünkü bağımlılık kavramı yalnızca uyuşturucu ve uyarıcı maddenin sorun oluşturması değil aynı zamanda farklı sorunlu davranışları ifade eden bir kavrama dönüşmüştür.

Sonuç olarak bağımlılık danışmanlığı mesleği multidisipliner bir çalışma alanıdır. Teknolojik gelişmeler, göç ve diğer küresel sorunlardan doğrudan etkilenmektedir. Sosyal hizmet uzmanlarının da yer aldığı bağımlılık danışmanlığı mesleği, yaklaşık iki asırdır madde kullanımı sorunu olan bireylere yönelik profesyonel müdahalelerin uygulanmasında temel bileşenlerden birisidir. Tarihsel süreç göz önüne alındığında alkol kullanımı sorunu ile başlayan danışmanlık mesleği, gönüllülük çalışmaları ve kendine yardım gruplarının desteği ile gelişim göstermiştir. Son yirmi yıldır yaşanan baş döndürücü teknolojik ve sosyal gelişmeler, olgusal bağımlılıkların çarpıcı bir biçimde artışına dolayısıyla bağımlılık danışmanlığı mesleğinin çalışma alanlarını geliştirmiştir. Özetle bu gelişmeler, mesleki yeterlikler konusunu ön plana çıkarmaktadır.

2.BAĞIMLILIK DANIŞMANLIĞI MESLEKİ YETERLİKLER

Mesleki çalışma alanı olarak bağımlılık danışmanlığı birçok bilgi, beceri ve uygulama yeterliliklerinin kazanılmasını gerektiren profesyonel çalışma alanıdır. Mesleki uygulamalar: klinik değerlendirme, psikososyal müdahaleler, yatılı/ayaktan tedavi hizmetleri ve bakım sonrası destek modelleri gibi birçok farklı uygulamanın bütünleşik bir biçimde sunulduğu hizmetleri kapsamaktadır. Mesleki uygulama alanlarından da anlaşılacağı gibi geniş kapsamlı uygulamaların gerekliliği, mesleki yeterliliklerin oldukça önemli olduğu anlamına gelmektedir.

Türkiye’de bağımlılık danışmanlığı ile ilgili mesleki tanım (MYK, 2017) yapılmış olsa da diğer gelişmiş ülkelerdeki örneklerle karşılaştırıldığında birçok sınırlılıkların olduğu söylenebilir. Bu nedenle de bu bölümde, bağımlılık danışmanlığı mesleğinde mesleki yeterliliklerin net bir biçimde tanımlandığı ABD’deki mevzuat/uygulamalar üzerinden açıklamalar yapılmıştır.

ABD ve diğer gelişmiş Ülkelerde bağımlılık danışmanlığı alanının sürekli genişlemesi mesleki sertifikalandırma süreçlerini geliştirmiştir. Bağımlılık danışmanlığı mesleği diğer mesleklere oranla daha genç bir meslek olarak tanımlanmaktadır. Sertifikasyon süreçleri 1970’lerin sonunda başlamış ve 1981’de Orta Batı’daki üç eyalette, sertifikasyon için bazı ortak standartlar geliştirmek üzere küçük bir konsorsiyum kurulmuştur (Hoge ve ark., 2005). Birch ve Davis (1984) tarafından hazırlanan raporda, daha sonra sertifikasyon standartlarının temeli olarak kullanılan 12 temel işlevi oluşturan, alkolizm ve uyuşturucu kullanımı danışmanları için ilk ulusal yeterlilik seti tanımlanmıştır.

ABD’de alkol ve uyuşturucu bağımlılığı danışmanlığı alanında resmi olmayan sertifika kurullarının olması bu alanda mesleki ihmallerin yaşanmasına neden olmuştur. Bu sorunun önlenmesi amacıyla, bu dönemde hızlı bir şekilde birçok eyalette remi kurullar oluşturulmuştur. 1980-1990 yılları arasında yaklaşık 43 eyalette bağımlılık danışmanlığı alanında sertifikalandırma işlemlerinin yapıldığı bilinmektedir. Bağımlılık danışmanlarının yeterliliklerinin ölçülmesi amacıyla hem yazılı hem de sözlü sınavlar, süpervizyon gözetiminde iş deneyimi ve belirli saat eğitim/öğretim standartları geliştirilmiştir (Hoge ve ark., 2005).

Bağımlılık danışmanlığında mesleki yeterliliklerin ölçülmesinde sınav, uygulama ve diğer standartların farklılaşması ve verilen sertifikalarda isim farklılıklarının olması aynı zamanda uygulama birliği sağlanması amacıyla Ulusal Alkolizm ve Uyuşturucu Bağımlılığı Danışmanları Birliği (NAADAC) başvuru sahiplerinin eyalet sertifikası almasını gerektiren Ulusal bir sertifika süreci geliştirmiştir. Bu çalışma ile bağımlılık tedavisi alanında ilk kez akademik derecelerle danışmanlık sertifikası ile eşleştirilmiştir. Sertifikalandırma işlemleri, geleneksel olarak akademik yeterliliklerden ziyade iyileşmekte olan bağımlıların yeterliliklerine dayanmaktadır (SAMSHA, 2022).

1993 yılında, Bağımlılık Teknoloji Transfer Merkezi (ATTC) ağı: Madde Bağımlılığı ve Ruh Sağlığı Hizmetleri İdaresi'nin (SAMHSA) ve Madde Bağımlılığı Tedavisi Merkezi (CSAT) tarafından bağımlılık tedavisi

uzmanlarının mesleki yeterliliklerinin geliştirilmesi için oluşturulmuştur. Sonrasında Bağımlılık Teknoloji Transfer Merkezi (ATTC), müfredatı değerlendirmek, müfredat geliştirmek ve öncelikleri belirlemek için çalışmalar yürütmüştür. Bu komite, bağımlılık danışmanlığı mesleğinin 121 yeterlik alt maddesinden oluşan mesleki tanımı oluşturmuştur. Temel yeterliliklerin belirlenmesi için eğitim düzeyi gözetilmeksizin alanda çalışan danışmanlarla Ulusal araştırma (Adams ve Gallon, 1997) yapılmıştır.

Mesleki yeterliklerin geliştirilmesinde bir sonraki adım: bilgi, beceri ve yeterliklerin belirlenmesi olmuştur. Bu süreçte alanda çalışan birçok farklı kurumdan bilgi alınmıştır. Aynı zamanda, saha araştırmaları ile bağımlılık alanında çalışan bilim insanlarından görüş alınmıştır. 1996 yılında bağımlılık danışmanlığı yetkinlikleri: Mesleki Uygulama Bilgisi, Becerileri ve Tutumları (ATTC, 1995) ile Uluslararası Sertifikasyon ve denklik işlemlerini yürütebilecek Ulusal Yönlendirme Komitesi oluşturulmuştur. Bu yapılanma ile bağımlılık alanında çalışan personelin eğitim, öğretim ve uygulama çalışmalarını içeren müfredat onaylanmıştır (Hoge ve ark., 2005).

Madde Kullanımı ve Ruh Sağlığı Hizmetleri İdaresi SAMHSA (1998) Bağımlılık danışmanlarının mesleki yeterliliklerinin bilgi, beceri ve tutumlar alt başlıklarında teknik bir rapor yayınlamıştır. Rapor temel olarak iki alt başlığa ayrılmaktadır. Birincisi, bağımlılık alanında çalışan tüm disiplinler için temel bilgi ve tutumları kapsayan dört boyutta düzenlenen transdisipliner temelleri içermektedir. Mesleki yeterlilikler için dayanak olarak kabul edilen maddeler altta verilmiştir.

- **Bağımlılığın anlaşılması:** bağımlılığa ilişkin güncel bilimsel modeller ve teorilerin anlaşılması odağında; Davranışsal bağımlılıklar, psikoaktif ve diğer uyuşturucu bağımlılıklarının psikolojik ve fiziksel zararlarının öğrenilmesi önemlidir.
- **Tedavi bilgisi:** sürekli bakım hizmetleri bağlamında aile, sosyal çevre ve diğer destek sistemlerinin önemini anlaşılması gerekmektedir. Bu süreç disiplinler arası bakış açısı ve ekolojik değerlendirme becerisini içerir.
- **Uygulama pratiği:** bağımlılık ile ilgili teşhis ve değerlendirme kriterlerinin anlaşılması önemli bir başlıktır. Bu nedenle DSM-5 tanı kriterlerinin öğrenilmesi, test ve test dışı tekniklerin uygulamalı olarak öğrenilmesi gerekmektedir. Aynı zamanda profesyonel yardım becerilerinin uygulamalı ve süpervizyon eşliğinde alınması gereklidir.

- **Profesyonel hazırlık:** öncelikle, kültürel farklılıkların anlaşılması önemlidir. Farklı müracaatçı gruplarına yönelik profesyonel tutum ve davranışların kazanılması gerekmektedir. Bu nedenle, mesleki etik ve değerler etrafında uygulama becerilerinin kazanılması gereklidir. Profesyonel hazırlık sürecinde sürekli eğitim ve klinik süpervizyon önem taşımaktadır.

İkinci bölümde ise, bağımlılık danışmanlığında mesleki uygulamalara odaklanan sekiz temel standart bulunmaktadır.

- **Klinik değerlendirme:** bağımlılık sorununa en uygun müdahale aşamalarının belirlenmesinde: tanı ve teşhis yöntemlerinin kullanılması ayrıca aile/sosyal sistem hakkında bilgilerin toplanmasını içerir. Elde edilen bilgiler bütüncül biçimde yorumlanır.
- **Tedavi planlaması:** bağımlılık danışmanı ve müracaatçı ile tedavi sürecinin birlikte değerlendirildiği ve başarısızlık durumunda yeni stratejilerin geliştirildiği paralel bir sürecin yaratılması anlamına gelir.
- **Hizmetlere havale:** müracaatçının gerekli destek sistemlerini ve toplumsal kaynakları kullanmasını kolaylaştıran bir süreçtir (Örneğin gerek duyulduğunda müracaatçının nakdi yardım alabilmesi için yönlendirme yapılması).
- **Hizmet koordinasyonu:** diğer profesyonellerle birlikte vaka yönetimi, müracaatçı savunuculuğu ve tedavi planının birlikte değerlendirilmesi sürecidir. Bu süreç tedavi planına göre müracaatçının disiplinler arası değerlendirilmesini içerir.
- **Danışmanlık:** birey, grup ve ailelere yönelik psikolojik danışmanlık hizmeti sunulmasıdır. Tedavi planında belirlenen hedefler doğrultusunda düzenli olarak yapılması gereken bir roldür.
- **Hasta, aile ve toplum eğitimi:** Hastalara, ailelere ve topluluklara psikoaktif madde kullanımının riskleri, tedavi, önleme ve iyileşme hakkında bilgiler verilmesidir. Bu danışmanların rutin görevlerinden birisi olarak görülmektedir. Tedavi merkezlerinde psikoeğitimler şeklinde planlanabilir ve düzenli olarak eğitimler verilmesi sürecidir.
- **Kayıt tutma:** müracaatçının kabulü, tedavi süreci, klinik değerlendirme raporları ile ayrılış belgelerinin kayıt altına alınması işlemleridir. Kayıt işlemleri online ortamlara kayıt edilmeli ve

kişisel verilerin gizliliğine dikkat edilmelidir. Bu durum aynı zamanda etik sorumluluklar arasında yer almaktadır. Yani kurumsal sistem kayıt tutma ve hasta verilerinin gizliliği ile ilgili politika belirlemelidir.

- **Mesleki etik sorumluluklar:** Kabul edilmiş etik standartlara ve mesleki davranış kurallarına bağlı kalma ve sürekli mesleki gelişim için sorumluluklar içerir. Tüm kamusal gizlilik düzenlemelerinin bilinmesi ve bunlara uyulmasını ayrıca mesleki etik kodlara uygun çalışmalar yapılması esastır. Diğer önemli bir etik sorumluluk ise bağımlılık danışmanlarının klinik süpervizyon almalarıdır. Klinik süpervizyon, mesleki gelişim ve kalitenin korunması açısından çok temel öneme sahiptir.

Amerika Birleşik Devletlerinde mesleki yeterliliklerin belirlenmesinde ve eğitim programlarının akreditasyonu alanında en önemli kurumlardan birisi olarak gösterilen CACREP, bağımlılık danışmanlığı alanında eğitim verecek kurumların eğitim müfredatı ve öğrencilerin sahip olması gereken becerileri 2016 yılında güncellemiştir. Yeni müfredat önleme, tedavi ve danışmanlık alanında daha geniş bir standart ortaya koymaktadır. Belirtilen standartlar üç başlık altında (CACREP, 2022) aşağıda açıklanmıştır.

2.1. Kuruluşlar İçin Standartlar

1. Bağımlılık danışmanlığının tarihçesi ve gelişimi hakkında,
2. Madde kullanımı ile davranışsal bağımlılık teorileri ve modelleri hakkında,
3. Bağımlılıkla tedavisinde kendi kendine yardım ilkeleri ve felsefeleri,
4. Biyopsikososyal vaka kavramsallaştırması ve tedavi planlamasının ilkeleri, modelleri ve dokümantasyon formatları,
5. Psikoaktif maddelerin kullanıcılar üzerindeki nörolojik, davranışsal, psikolojik, fiziksel ve sosyal etkileri,
6. Bağımlılık danışmanlığına özgü psikolojik testler ve değerlendirmeler hakkında müfredatın olması gerekmektedir.

2.2. Bağlamsal Boyutlar

1. Bağımlılık danışmanlarının rolleri ve uygulamaları,
2. Bağımlılık ve madde kullanım bozukluklarının çeşitli tıbbi ve psikolojik bozuklukları taklit etme ve/veya bunlarla birlikte ortaya çıkma potansiyeli,

3. Bir kişinin, topluluğun veya grubun psikoaktif madde kullanım bozuklukları için risk altında olması ya da yılmazlığını artıran faktörler,
4. Bağımlılık danışmanlığında hizmet sağlama fırsatlarına ilişkin düzenleyici süreçler ve madde bağımlılığı politikası,
5. Bağımlılık tedavisi ve iyileşme sürecinde meslek, aile, sosyal ağlar ve topluluk sistemlerinin önemi,
6. Bağımlılıktan kurtulma sürecinde sağlık ve maneviyatın rolü,
7. Bağımlılığı önleme ve iyileşme sürecini destekleyen ayrıca farkındalığı artıran eğitim programları,
8. Hizmetlere havale ve konsültasyon: yaygın olarak reçete edilen psikofarmakolojik ilaçların sınıflandırmaları, endikasyonları ve kontrendikasyonları,
9. Mental Bozuklukların Teşhis ve İstatistik El Kitabı (DSM) ve Uluslararası Hastalık Sınıflandırması (ICD) dahil olmak üzere mevcut tanı sınıflandırma sistemlerinin kullanımı,
10. Bağımlılık ve bağımlılık davranışıyla ilgili kültürel faktörler,
11. Bağımlılık danışmanlığı uygulamasıyla ilgili profesyonel kuruluşlar, hazırlık standartları ve yeterlilik belgelerinin alınması,
12. Bağımlılık danışmanlığına özgü yasal ve etik hususlara dikkat edilmesi,
13. Bağımlılık danışmanlığında kayıt tutma: üçüncü tarafa geri ödeme ve diğer uygulama ve yönetim hususlarının kayıt altına alınması ile yazılı hale getirilmesi beklenilmektedir.

2.3. Uygulama

1. Teşhis görüşmeleri, ruhsal durum muayenesi, semptom envanterleri ve psikoedükatörel ve kişilik değerlendirmeleri dahil olmak üzere bağımlılık için tarama, değerlendirme ve testlerin uygulanması,
2. Bağımlılıkla ilgili biyopsikososyal ve manevi geçmişin değerlendirilmesi,
3. Psikoaktif madde toksisitesi, zehirlenme ve yoksunluk belirtilerinin değerlendirmesi,
4. Madde bağımlılığı ve diğer bağımlılıklara müdahale tekniklerinin öğrenilmesi aynı zamanda süpervizyon desteği alınması,
5. Madde kötüye kullanımı ve bağımlılığın devam eden olumsuz etkilerini azaltmak için stratejiler,

6. Müracaatçılara, bağımlılığın yaşamları üzerindeki etkilerini görebilmelerine ve madde kullanımından uzaklaşmalarının yararlarını gösterebilecek müdahalelerin planlanması,
7. Müracaatçıların tedavilerinde akut (ilk kabul), primer (orta evre) ve uzatılmış dönemleri (uzun süre temiz kalma) için tedavi planlarının hazırlanması değerlendirilmesi,
8. Müracaatçıların adli sorunlarına yardımcı olunmasıdır.

SAMSHA'nın standartlarının 1998 yılında yayınlandığı raporun kurumlar, bağımlılık danışmanı adayları ve politika yapıcılar için yol gösterici olduğu görülmektedir. Aynı zamanda belirtilen standartların, tedavi kurumlarının açılmasında ve uygulamalarda ayrıca eğitim programlarının geliştirilmesinde önemli görüldüğü söylenebilir.

CACREP'in bağımlılık danışmanlığı ile ilgili standartlarının 2009'da ve son olarak 2016 yılında güncellendiği belirlenmiştir. Bağımlılık danışmanlığı ile ilgili sertifika, yüksek lisans, doktora programlarının açılmasında CACREP'in akreditasyonu önemli görülmektedir. Akreditasyon, yükseköğretim kurumlarının program açılması sürecinde CACREP standartlarını karşılamaları sonrası yapılan değerlendirme sonucu verilmektedir. Özetle CACREP standartlarının günümüzde ABD, Kanada'da bağımlılık danışmanlığı alanında eğitim programlarının açılması ve yasal tanınırlık açısından belirleyici olduğu görülmektedir. Sonuç olarak bağımlılık alanında çalışabilecek personelin yetkinliği oldukça önemli bir başlıktır. Profesyonel meslek elemanı yetiştirilmesinde eğitim kurumlarının standartları, uygulama ortamı ve süpervizyon desteği temel bileşenleri oluşturmaktadır.

Bağımlılık profesyonellerinin yetiştirilmesinde kurumsal standartların yanında, eğitim sonrası yeterlilik sınavı yapılması diğer önemli mesleki yeterlilik başlığıdır. Günümüzde ABD, Kanada başta olmak üzere ve birçok ülkede tanınırlığı bulunan NAADAC (Bağımlılık Profesyonelleri Birliği) yeterlilik sınavı sonrası adayların eğitim seviyelerine ve uygulama yeterliklerine göre altı farklı türden sertifika vermektedir. Bağımlılık danışmanlığı alanında çalışma yapmak isteyen adayların bu sertifikalardan alması zorunlu görülmektedir. İlgili kurumdan sertifikalı 100.000 bağımlılık danışmanının görev yaptığı bildirilmektedir (NAADAC, 2023).

Türkiye'de bağımlılık danışmanlarının yeterlilikleri ve mesleki tanım ile ilgili Mesleki Yeterlik Kurumu (2017) tarafından önergenin hazırlandığı bilinmektedir. Yönergede bağımlılık danışmanlarının iş tanımı: danışmanların

psikososyal değerlendirilmesi, psikoterapi çalışmaları, bağımlılıkla ilgili bilgilendirme faaliyetleri ve mesleki gelişim faaliyetlerinin yürütülmesi başlıkları altında açıklanmıştır (MYK, 2017). Belirtilen başlıklar dışında bağımlılık danışmanlığı mesleki uygulamalarda: eğitim/öğretim standardı, uygulama ortamı, sınav/değerlendirme ve süpervizyon desteği ile ilgili herhangi tanımlayıcı mevzuat bulunmamaktadır. Bu nedenle de Türkiye’de, bağımlılık danışmanlığı mesleğinin yeterliliklerinin geliştirilmesi için yeni çalışmalara acil gereksinim olduğu söylenebilir.

3.BAĞIMLILIK TEDAVİSİNDE MESLEKİ UYGULAMALAR

Kapsamlı ve nitelikli bir tedavi planlaması, bağımlılık tedavi sürecinin başarılı olabilmesi açısından oldukça önemlidir. Bağımlılık danışmanları, değerlendirme sürecini zaman alıcı ve çok fazla zaman alan sıkıcı bir rutin olarak görebilirler. Çünkü benzer vakalarla çalışmak bağımlılık danışmanlarının hastalar için tahminler yürütmesini kolaylaştırmaktadır. Fakat her bağımlı biyopsikososyal özellikleri ile farklılaşmaktadır. Bu durum tedavi sürecinin yapılandırılmasında birçok farklı değişkenin göz önünde bulundurulmasını zorunlu kılmaktadır.

Bu bölüm *bağımlılığın anlaşılması, tedavi bilgisi ve uygulama pratiği yapılması* başlıkları altında: SAMSHA (Madde Kullanımı ve Ruh Sağlığı Hizmetleri İdaresi) tarafından 2006 yılında hazırlanan rapordan yararlanılarak oluşturulmuştur.

3.1. Bağımlılığın Anlaşılması

Bağımlılık ilgili çeşitli kavramsal açıklamalar ve madde kullanımına eşlik eden diğer sorunların anlaşılması önemlidir. Bağımlılık danışmanlarının: bağımlılıkla ilgili teori, etiyoloji ve diğer uygulama bilgilerine ilişkin kavramları bilmeleri gerekmektedir. Aynı zamanda bağımlılıkla ilgili tıp, psikoloji, sosyal hizmet ve diğer disiplinlerde bilimsel ve teorik kavramların anlaşılması önemlidir. Bir vaka ile karşılaşıldığında, en uygun teorileri ve uygulama yöntemlerinin belirlenmesi bir sonraki aşamayı ifade eder. Bu aşamanın en önemli noktası farklı disiplinlerin gözünden bağımlılık sorununun değerlendirilmesidir.

Bağımlılığın anlaşılması sonrasında, danışmanın karşılaştığı vakalara yönelik bazı tutumlar geliştirmesi gerekmektedir. Danışmanın yeni bilgilere açık olması, bağımlılığın doğasında var olan karmaşıklığın farkına varılması önemlidir. Öte yandan kavramların, teori ve modellerin değerlendirilmesi yolu

ile bireysel olarak yeni kavramlar geliştirebilme isteği (muhakeme) oluşmalıdır.

İkinci yeterlilik ise bireyleri, grupları ve yaşam ortamlarını karakterize eden risk ve yılmazlık faktörleri dâhil olmak üzere, bağımlılığının var olduğu sosyal, politik, ekonomik ve kültürel bağlamı tanımadır. Bağımlılığın anlaşılmasında kültürel bağlam: sosyal, politik, ekonomik ve kültürel sistemler ile bu kavramların bağımlılık üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesidir. Madde kullanımı için risk ve yılmazlık faktörlerini tanımlayan araştırma raporları ve diğer literatürün gözden geçirilmesi gerekmektedir. Son olarak, genel popülasyon içerisinde madde kullanım bozukluklarının görülme sıklığı ve yaygınlığına ilişkin istatistiksel bilgiler hakkında bilgi sahibi olunması önemlidir.

Üçüncü yeterlilik: Psikoaktif maddelerin birey üzerinde davranışsal, psikolojik, fiziksel ve sosyal etkilerinin tanımlanmasıdır. Psikoaktif maddeler ve farmakolojik etkileri başta olmak üzere: uyuşturucu kullanımına başlama, kötüye kullanım, işlevlerin bozulması ile bağımlılık döngüsü (slip, laps ve relaps) değerlendirilmesi gereklidir. Bağımlılığın birey, aile ve toplum üzerindeki etkilerinin anlaşılması aynı zamanda müracaatçılara açıklanabilmesi önemlidir. Son olarak bağımlılık ve bulaşıcı hastalıklar arasındaki ilişkinin bilinmesi, tedavi planında diğer profesyonellerden yardım alınması gerekmektedir.

Dördüncü başlık, madde kullanım bozukluklarının farklı fiziksel/ruhsal sorunları taklit etme potansiyeli ve eş bağımlılık durumlarının öğrenilmesidir. Bağımlılık danışmanları, insan gelişim evrelerini bilmelidir. Bağımlılığın diğer fiziksel ve ruhsal sorunları nasıl etkilediği aynı zamanda karşılıklı etkileşimin olduğu öğrenilmelidir. Öte yandan bağımlılarda görülen ruh sağlığı sorunları ve fiziksel sorunların ayırt edilmesi de bağımlılığın doğru anlaşılması açısından önemli bir uygulama becerisidir.

3.2.Tedavi bilgisi

Öncelikle, bağımlılık danışmanlarının madde kullanımı ve diğer ilişkili sorunlar için iyileşme, nüksün önlenmesi aynı zamanda sürekli bakım hizmetlerine yönelik bilimsel kabul görmüş uygulama modellerinin öğrenmeleri temel gerekliliktir. Öte yandan tedavi modellerinin sonuçlarını da değerlendirebilecek ölçüde akademik bilgiye sahip olmaları önemli görülmektedir.

Bağımlılık danışmanlarının: farmakoterapi, kendine yardım gruplarının çalışma sistemleri (A.A, N.A v.b) bilişsel davranışçı yaklaşımlar, psikoterapi,

nüksü önleme müdahaleleri ve alternatif terapötik modellerini öncelikli olarak öğrenmeleri sonrasında ise süpervizyon eşliğinde uygulayabilmeleri beklenilmektedir.

Bu aşamada, danışmanlar tedavi alanında geçerliği-güvenirliği kabul gören yaklaşımları benimsemelidir. Ayrıca farmakolojik müdahaleler dâhil olmak üzere yeni tedavi modellerine açık olmaları önemlidir.

İkinci bilgi ise tedavi ve iyileşme sürecinde aile, sosyal ağların ve topluluk sistemlerinin öneminin anlaşılmasıdır. Yani bağımlı birey ve etkileşimde olduğu sosyal sistemler hakkında farkındalık kazanılmasıdır. Bu rol iki uygulama becerisini içerir: tedavi süreci ve sonrasında aile ya da sosyal sistemin olumlu/olumsuz etkilerinin belirlenmesi diğeri ise tedavi sürecinde sosyal destek sistemlerinden etkin biçimde yararlanılmasıdır.

Üçüncü aşama, bağımlılık tedavisi alanında yapılan araştırma sonuçlarının takip edilmesi ve bu sonuçların uygulamadaki öneminin anlaşılmasıdır. Danışmanların, sosyal bilimlerde kullanılan araştırma yöntemleri hakkında bilgi sahibi olmaları, bağımlılık hakkındaki güncel literatürü takip etmeleri son olarak epidemiyoloji, etiyoloji ve tedavi etkinliği için yapılan çalışmaları gözden geçirmeleri önemlidir. Çünkü bağımlılık tedavisi alanında sürekli yeni araştırmalar yapılmakta böylelikle literatüre yeni bilgiler eklenmektedir.

Tedavi bilgisinin son alt maddesi, bağımlılık hastalığının çok boyutlu ve karmaşık yapısı nedeniyle multidisiplinler yaklaşımının öneminin anlaşılmasıdır. Bu bakış açısı tedavi sürecinin bütün aşamalarında farklı disiplinlerin rolleri ve katkılarının öğrenilmesidir. Aynı zamanda multidisipliner çalışma için diğer mesleklere ilişkin kavramların bilinmesi gerekmektedir. Profesyonel ilişki, kurumsal ortamda ekip çalışması ve sürekli etkileşim ile gerçekleştirilebilir.

Bu süreçte bağımlılık danışmanları işbirliğine açık olmalıdırlar. Öte yandan diğer disiplinlerin iyileşme sürecine katkılarına saygı gösterilmesi, profesyonel çalışma bilincine sahip olunması önemlidir. Sonuç olarak tedavi bilgisi, yukarıda belirtilen alt başlıklarda kurumsal ortamda süpervizyon ve belirli uygulama mevzuatı doğrultusunda geliştirilebilecek becerilerdir.

Tedavi bilgisinin kurumsal ortamda uygulamalar yolu ile pekiştirildiği bilinmektedir. Öncesinde ise ön lisans, lisans ve lisansüstü eğitim yeterlilikleri ve uygulama eğitimlerine göre bağımlılık tedavisi alanında eğitimlerin alınması gerekmektedir. Eğitimler sonucunda NAADAC tarafından sınav yapılmakta adayların başarılı olması halinde danışmanlık görev yetkilerinin tanımlandığı çeşitli sertifikalar verilmektedir.

3.3.Uygulama pratiği

Madde kullanım bozuklukları için belirlenen tanı kriterlerinin anlaşılması, tedavi yaklaşımlarının öğrenilmesi ve de bakım hizmet planlaması yapılması gerekmektedir. Uygulama pratiği, kurumsal ortamda ya da bireysel tedavi hizmetleri yürüten danışmanlar tarafından yürütülebilir. Bu başlık altında bağımlılık danışmanlarının uygulamalarında hangi bilgilere sahip olmaları ve de uygulama tutumları hakkında bilgiler verilmiştir.

Birinci aşamada: bağımlılık danışmanları Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı (DSM) ve Uluslararası Hastalık Sınıflandırması (ICD)'yi bilmeleri gerekmektedir. Aynı zamanda bağımlılık sorununun teşhis ve tedavisinde kullanılan araçların bilinmesi önemlidir. Öte yandan yatılı tedavi ve ayaktan tedavi hizmetlerinin avantaj/dezavantajlarını vaka bazında değerlendirilmelidir.

İkinci aşamada: madde kullanımı, kötüye kullanımı ve bağımlılığın olumsuz etkilerini azaltmak için çeşitli yardım stratejilerinin uygulanması gerekmektedir. Müdahale sürecinde değerlendirme araçları ile vakanın sorunun tespit edilmesi gereklidir. Motivasyonel görüşmeler yolu ile tedavi motivasyonunu geliştirilebilir ve değişim inancı artırılabilir. Öte yandan vakaların kendine yardım gruplarına (A.A, N.A v.b.) katılımı için yönlendirme yapılabilir. Kurumsal ortamda kısa ve uzun dönem bakım planları hazırlanmalıdır.

Bu aşamada ek olarak, tedavi ve iyileşme sürecinin çeşitli aşamalarına uygun stratejiler belirlenebilir. Tedavi yöntemlerinin seçiminde esneklik olmalı, hastaların ırk, cinsiyet, cinsel yönelim ve diğer sosyo kültürel eğilimleri göz önünde bulundurulmalıdır. Ayrıca hastalarla iletişimde kullanılan dil'e (sözlü-sözsüz iletişim) dikkat edilmelidir. Sonuç olarak bireysel farklılıklara saygı gösterilmelidir.

Üçüncü aşamada: hastaların yaşayabileceği krizlerin bilinmesi önemlidir. Çünkü krizler madde kullanımının altında yatan nedenler olabilmektedir. Bu nedenle de krizlerin tespit edilmesi tedavinin başarısı açısından önemlidir. Hastaların yaşayabilecekleri kriz ya da travmalar çok farklılık gösterebilir. Parçalanmış aile üyesi olmak, boşanma, işsizlik/iflas, çocukluk çağı travmaları, ihmal ve istismar gibi durumlar madde kullanımının altında yatan önemli nedenler olarak ifade edilebilir. Danışmanların krize müdahale tekniklerini bilmeleri ve krizlerin neden olduğu psikolojik/fiziksel etkileri tanımları önemlidir. Bu müdahale profesyonel bilgi ve uygulama içeren bir süreçtir. Bu nedenle danışmanların bu konuda okuma yapmaları ve süpervizyon desteği almaları çok önemli görülmektedir.

Sonuç olarak bağımlılık tedavisinde uygulama pratiği: öncelikle bağımlılık tedavisi alanında belirli eğitim alınması gereken beceri olduğu, tanısall değerlendirme araçlarını kullanabilme bilgisinin olması gerektiği, psikoterapi uygulama becerisi ayrıca krize müdahale gibi profesyonel becerileri içeren bir süreçtir. Belirtilen becerilerin, uygulama sürecinde süpervizyon ile desteklenmesi oldukça önemlidir. Çünkü çok boyutlu bir sorun olan bağımlılıkla çalışma alanı, disiplinler arası bilgi, sürekli eğitim ve süpervizyon desteği gerektirmektedir.

SONUÇ

Alkol ve uyuşturucu bağımlılığı yaklaşık iki asırdır tüm dünya ülkelerinin önemli sorunlarından birisidir. Bağımlılık danışmanlığı mesleği ilk dönemlerde iyileşmekte olan bağımlılar tarafından yürütülen gönüllü çalışmalar ve Adsız Alkolikler (A.A) ve Adsız Narkotikler (N.A) gibi kendine yardım organizasyonlarının faaliyetleri ile başlamıştır. Bu süreçte, aynı zamanda medikal tedavi uygulamaları da uygulanmaya devam etmiştir. Mesleki gelişim sürecinde bazı duraksamalar yaşanmış olsa da 1970’li yıllardan itibaren mesleki profesyonelleşmenin başladığı görülmektedir. İyileşmekte olan bağımlılar ve eğitim yoluyla mesleki uygulama yeterliliği kazanmış danışmanların istihdamı profesyonelleşme sürecinin başlangıcını oluşturduğu söylenebilir.

Profesyonel mesleki gelişim süreci, mesleki yeterlilikler ve uygulama becerisi ile bütünleşmiş bir kavramdır. Bağımlılık danışmanlığı mesleki uygulamaları: klinik değerlendirme, tedavi planlaması, hizmetlere havale, danışmanlık, eğitim faaliyetleri ve etik sorumluluklar başlıkları altında tanımlanabilir. Belirtilen her bir rol: bilgi ve beceri gerektirmekte bu nedenle de danışmanlık mesleği yeterlilikleri temel öneme sahip bir kavramdır. Bağımlılık sorununun çok boyutlu ve karmaşık yapısı göz önüne alındığında mesleki yeterliliklerin tanımlanmasında eğitim, süpervizyon desteği, sınav ve sertifikalandırma yapılması gerekli görülmektedir.

Günümüzde ABD ve Kanada’da bağımlılık danışmanlığı mesleki eğitim standartları CACREP (Danışmanlık ve Eğitim programları Akreditasyon Konseyi) tarafından düzenlenmekte uygulama yetkisine ait sertifikalandırma işlemleri ise NAADAC (Bağımlılık Profesyonelleri Birliği) tarafından yürütülmektedir. Türkiye’de ise bağımlılık danışmanlığı mesleği alanında, yeterlik ve uygulama becerilerinin geniş ölçüde tanımlanmadığı görülmektedir. Kesin bir çözüm yöntemi olmayan bağımlılık hastalığında, kanıta dayalı uygulamaların tedavi sürecinde oldukça etkili olduğu

bilinmektedir. Bu nedenle de Türkiye’de bağımlılık danışmanlığı mesleğinin yapılandırılmasında iyi uygulama örneklerinden yararlanılmasının oldukça yararlı olabileceği söylenebilir.

Sonuç olarak küresel bir sağlık sorunu olan bağımlılık tedavisinde profesyonel çalışanların önemi her geçen gün öne çıkmaktadır. Öncelikle bağımlılık danışmanlığı mesleki yapılanmasını takip edebilecek bir kuruluşun da oluşturulması önemli görülmektedir. Öte yandan Türkiye’de yardımcı personel ve klinik personelin (Tıp, sosyal hizmet, psikoloji, hemşire v.b) mesleki yeterliliklerin geliştirilmesinde: eğitim müfredatı hazırlanması, süpervizyon desteği ve uygulamalı eğitimler verilmesi ve yasal mevzuatın etik ilkeler çerçevesinde belirlenmesi son olarak sertifikasyon süreçlerinin planlanmasının oldukça yararlı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Birch & Davis Associates, National Institute on Alcohol Abuse, & Alcoholism (US). (1984). *Development of model professional standards for counselor credentialing*. US Department of Health and Human Services, Public Health Service, Alcohol, Drug Abuse, and Mental Health Administration, National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism.
- CACREP (2022). <http://www.cacrep.org/wp-content/uploads/2018/05/2016-Standards-with-Glossary-5.3.2018.pdf>.
- Coyhis, D., & White, W. (2006). *Alcohol problems in Native America: The untold story of resistance and recovery-The truth about the lie*. Colorado Springs, CO: White Bison, Inc.
- EMCDDA (2022). https://www.emcdda.europa.eu/system/files/publications/14644/2022_2419_TDAT22001TRN_PDF.pdf.
- Fisher, G. L., & Harrison, T. C. (2009). *Substance abuse: Information for school counselors, social workers, therapists, and counselors*. Boston, MA: Pearson.
- Hoge, M. A., Paris, M., Adger, H., Collins, F. L., Finn, C. V., Fricks, L., ... & Young, A. S. (2005). Workforce competencies in behavioral health: an overview. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*, 32, 593-631.
- Kinney, J. (2009). *Loosening the grip: A handbook of alcohol information*. Boston, MA: McGraw.
- MYK (2017). [17UMS05716%20Rev%20000%20Madde%20Bağımlılığı%20Danışmanı%20\(1\).pdf](https://www.mycademy.org/17UMS05716%20Rev%20000%20Madde%20Bağımlılığı%20Danışmanı%20(1).pdf)
- NIDA (2022). <https://nida.nih.gov/about-nida/legislative-activities/budget-information/fiscal-year-2022-budget-information-congressional-justification-national-institute-drug-abuse/ic-fact-sheet-2022>.
- Narkotik (2022). <http://www.narkotik.pol.tr/kurumlar/narkotik.pol.tr/TUB%4%B0M/2021-Turkiye-Uyusturucu-Raporu.pdf>.
- NAADAC (2023) <https://www.naadac.org/certification>.
- SAMSHA (2006). Center for Substance Abuse Treatment. *Addiction Counseling Competencies: The Knowledge, Skills, and Attitudes of Professional Practice*. Technical Assistance Publication (TAP) Series 21. HHS Publication No. (SMA) 15-4171.

- SAMSHA (2022) <https://store.samhsa.gov/sites/default/files/d7/priv/sma12-4171.pdf>
- <https://www.narkotik.pol.tr/kurumlar/narkotik.pol.tr/TUB%C4%B0M/Ulusall%20Yay%C4%B1nlar/NARKOLOG-2022-MADDE-KULLANICILARI-PROFIL-ANALIZI.pdf>
- Statista (2020). <https://www.statista.com/statistics/452526/number-of-substance-abuse-treatment-clients-in-the-us/>
- TAPAN, M. G. BAĞIMLILIK TEDAVİSİ ALANINDA KLİNİK SOSYAL HİZMET SÜPERVİZONU: MESLEKİ GELİŞİM, YETERLİLİKLER VE SÜPERVİZYONUN ÖNEMİ. *Tıbbi Sosyal Hizmet Dergisi*, (20), 112-133.
- TUBİM (2022). <https://www.narkotik.pol.tr/kurumlar/narkotik.pol.tr/TUB%C4%B0M/Ulusall%20Yay%C4%B1nlar/Turkiye-Uyusturucu-Raporu-2022.pdf>
- White, W. L. (1998). *Slaying the dragon: The history of addiction treatment and recovery in America*. Bloomington, IL: Chestnut Health Systems.
- White, W. L. (2004). Recovery: The next frontier. *Counselor*, 5(1), 18-21.
- White, W. L. (2000). The history of recovered people as wounded healers: II. The era of professionalization and specialization. *Alcoholism Treatment Quarterly*, 18(2), 1-25. doi:10.1300/J020v18n02_01.
- White, W. (2012). A brief history of recovery orientation in addiction counseling. Posted at www.williamwhitepapers.com (Prepared for inclusion in Recovery to Practice Situational Analysis developed by NAADAC, the Association for Addiction Professionals under contract with SAMHSA) Posted at www.williamwhitepapers.com.
- White, W. L. (1998). *Slaying the dragon: The history of addiction treatment and recovery in America*. Bloomington, IL: Chestnut Health Systems.
- White, W. (2009). *Peer-based addiction recovery support: History, theory, practice, and scientific evaluation*. Chicago, IL: Great Lakes Addiction Technology Transfer Center and Philadelphia Department of Behavioral Health and Mental Retardation Services.

BÖLÜM 22

GIDA GÜVENLİĞİNDE FARKEDİLMİYENLER: NUS'TAN FSF'LERE

Öğr. Gör. Dr. Ömer BÜYÜKBAŞ¹,

Öğr. Gör. Hamdi AYYILDIZ²

¹ Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Pazarlama Programı, ORCID ID: 0000-0002-4415-3450, omerbuyukbas@ksu.edu.tr

² Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Meslek Yüksekokulu, Tıbbi Hizmetler ve Teknikler, Tıbbi Dokümantasyon ve Sekreterlik Programı, ORCID ID: 0000-0001-6280-7182, hayyildiz@ksu.edu.tr

Sıfır Açlık Hedefi

2030 yılına kadar Birleşmiş Milletler Örgütü'nün ve çeşitli bağlı kuruluşlarının temel 17 amacından birisi de SDG2 olarak kabul edilen sıfır açlık hedefidir. Bu hedefe göre, açlığın bitirilmesi, gıda güvenliğinin sağlanması ve beslenmenin geliştirilmesi ile sürdürülebilir tarımın desteklenmesi bu hedefin alt hedefleri olarak sıralanmaktadır. Dünyanın birçok bölgesinde çok sayıda yetersiz beslenen bireyleri bulmak mümkündür. Beslenme bozukluklarının başka formlarının büyük problemler oluşturması ise, başka ülkelerde obezite ve aşırı kilo alma olarak karşımıza çıkmaktadır.

Herkesin bugün ve yarın besleyici gıdalara erişebilmesini sağlamak, sürdürülebilir tarımın yaygın bir şekilde teşvik edilmesini ve biyolojik çeşitliliğin korunmasını gerektirir; orman araştırmacıları ve pastoralistler de dahil olmak üzere küçük toprak sahibi çiftçilerin geçim kaynaklarının artırılması ve tarıma, pazarlara, tarım işletmelerine ilgili altyapılara yapılan yatırımların artması da sıfır açlık hedefine ulaşılması için gereklidir.

Bu durumların temelinde ise, hem arz hem de talep kısmında oluşan sorunlar bulunmaktadır. Kısaca, talep perspektifinden bakıldığında, küresel tarım ve gıda sistemleri için çoklu zorluklar arasında nüfus artışı, artan kentleşme ve yeni gıda tercihlerine ve gıda kalitesi ve güvenliği ile ilgili endişeleri içeren değişen tüketici tutumlarına yol açan daha büyük bir orta sınıfın ortaya çıkması yer almaktadır. Birlikte ele alındığında, bu eğilimlerin Dünyanın gelecekteki diyet kalıpları üzerinde büyük bir etkisi olacaktır. Arz perspektifinden bakıldığında, temel ürünlerdeki verim artışının, zaten az bulunan tarım arazilerinin genişlemesi olmadan gelecekteki gıda taleplerini karşılamak için yetersiz olan seviyelere gerilemesi konusunda endişeler bulunmaktadır. Bazı çalışmalar, Güney Asya'da, iklim değişikliği senaryosunun, iklim değişikliği olmayan senaryoya göre pirinç üretiminde yüzde 14'lük bir düşüşe, buğday üretiminde yüzde 44-49'luk bir düşüşe ve mısır üretiminde yüzde 9-19'luk bir düşüşe neden olacağını öngörmektedir (Nelson ve diğerleri, 2009).

Gıda ve tarım sistemlerinde, bu durumda karşılaşılabilecek iki ana ikilem şunlardır:

1. Üretim boşluğu

2050 yılına kadar küresel nüfusta yüzde 30'luk bir artış, değişen tüketim kalıpları dikkate alındığında, gıda üretiminde yüzde 60-70'lik bir artış

gerektirecektir. Geleneksel temel ürünlerin üretim artışlarının artan talebi karşılması bu noktada gerçekçi değildir; sulanan buğday, pirinç ve mısır sistemlerinin verim potansiyelinin yüzde 80'e yakın olduğu görülmektedir. Bu nedenle, yalnızca bu ürünlere güvenmek, gıda arzı ve talebi arasındaki boşluğu kapatmak için yeterli olmayacaktır.

2. Beslenme boşluğu

Geleneksel temel ürünler açlığı önlemek için yeterli kalori sağlasa bile, sağlıklı bir diyet için gerekli tüm besinleri sağlamazlar. Mevcut yüksek yetersiz beslenme seviyeleri genellikle yetersiz beslenme oluşumuna neden olabilecek dengesiz diyetlerden kaynaklanmaktadır.

Dolayısıyla, üretim ve beslenme boşluklarının giderilmesi, ancak günümüzdeki tarım ve gıda sistemlerinin dönüşmesi ve çeşitlenmesi durumunda mümkün olacaktır. Bütüncül bir gıda sistemi perspektifi, yetersiz beslenmeyle mücadele etmek ve tarımsal üretimdeki iklim değişikliği ve çevresel tehditleri ele almak için cevaplar sağlayabilir. Beslenmeye duyarlı ve iklime duyarlı tarım düzenlemeleri, beslenme gereksinimlerini karşılayan tarımsal üretkenliği teşvik etmek için yerel potansiyelden yararlanabilir. Bu düzenlemeler, mevcut temel varolan kaynakların tanıtımının ötesine geçecek ve daha önce ikincil öneme sahip olduğu düşünülen kaynakları da içerecektir. Bu kaynakların ismi, literatürde, ihmal edilmiş ve az yararlı türler olarak isimlendirilen gözden kaçırılmış zengin kaynaklardır.

NUS (Neglected and Underutilized Species) nedir?

Karakteristik olarak, NUSlar başka bir deyişle ihmal edilmiş ve az yararlanılan türler olarak kabul edilen bitkiler; besleyici, iklime dayanıklı, ekonomik olarak uygulanabilir (doğru ortamda) ve özellikle marjinal alanlarda yerel koşullara uyum sağlar. Geçmişte, NUS tarımsal araştırmalar tarafından göz ardı edilmiş, tarımsal genişleme müfredatına dahil edilmemiş ve organize değer zincirlerinden yararlanmamıştır. Bununla birlikte, uyarlanabilirlikleri ve beslenme nitelikleri nedeniyle, birçok NUS artan gıda mevcudiyetine, kullanılabilirliğine ve beslenme güvenliğine büyük katkı sağlayabilir. Bu nedenle, alışlageldik yöntemlerden farklı olarak üç temel katkı ile bütüncül ve maliyet etkin bir gıda sistemi önerisi sunmaktadır: 1.yetersiz beslenmeyi önleme, 2.beslenme çeşitliliği, 3.üretim çeşitliliği.



Şekil 1: Bütüncül ve maliyet etkin NUS gıda sistemi (Yazarlar tarafından literatürden yararlanılarak geliştirilmiştir, 2023)

Birkaç temel ürüne aşırı bağımlılık, düşük porsiyon çeşitliliği ve ülke düzeyinde tarım ve gıda sistemlerinde yetersiz beslenme arasında açık bir bağlantı bulunmaktadır. Kalıcı yetersiz beslenmenin önde gelen bir nedeni, zayıf porsiyon çeşitliliğidir (porsiyonda düşük kalite ve sınırlı yiyecek çeşitliliği). Yüksek tahıl tüketimine, gerekli mikro besinleri ve lifleri sağlayabilecek düşük sebze, meyve ve bakliyat alımı eşlik ettiğinde porsiyon çeşitliliği düşüktür. Bu bağımlılık önemli bir beslenme açığına yol açar. Örneğin; Asya'daki tarımsal üretim, özellikle pirinç olmak üzere birkaç temel ürüne odaklanmaktadır. Bu tarımsal desen yapısal bir sorunu ortaya koymaktadır: çok fazla insan çok az besin faydası içeren yiyecekleri tüketiyor ve yeterli besin maddesi olmadan çok fazla yiyecek üretiliyor. Bu genellikle nicel gıda üretim hedeflerine öncelik veren hükümet politikalarının istemsiz olumsuz sonucudur.

Bu durumda, Asya örneği başta olmak üzere, iki temel sınırlayıcı faktör sıfır açlık hedefi karşısında, karşımıza çıkmaktadır: 1.Sınırlı üretim çeşitliliği, 2.Belli başlı ürünlere olan bağımlılık. Graziano da Silva'ya

göre(FAO, 2012a), sınırlı ürünlere bağlı üretim, ekosistem, gıda çeşitliliği ve sağlık açısından negatif sonuçlara yol açmaktadır.

Gıda sistemi perspektifinden bakıldığında, yetersiz beslenmeyi ele almak için diyet-porsiyon ve üretim çeşitliliğinin iyileştirilmesi gerekmektedir. NUS yeterince keşfedilmemiştir ve yoksulluğu, açlığı ve yetersiz beslenmeyi azaltmak için muazzam fırsatlar sunan 'gizli hazineler' olarak adlandırılabilir. FAO Genel Direktörünün vurguladığı gibi, NUS açlığa karşı mücadelede çok önemli bir rol oynamaktadır ve tarım ve kırsal kalkınma için kilit bir kaynaktır (FAO, 2012a).

NUS'un geniş kapsamı göz önüne alındığında, yerel bitkileri açlık ve yetersiz beslenmeyi ele almak, yerel NUS kaynaklarını belirlemek için temel adımdır. Tarihsel olarak, az kullanılan bitkiler büyük ölçekte diğer kullanımlar için kullanılmıştır.

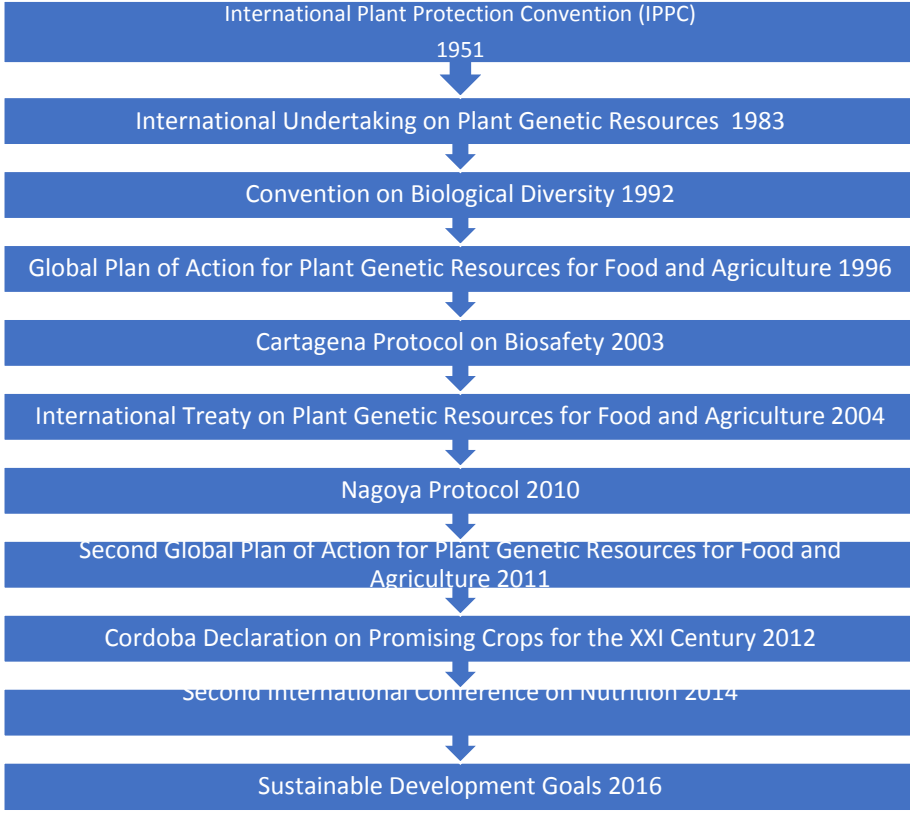
NUS yüksek besin değerine sahiptir ve gıda ve beslenme güvenliğine katkıda bulunan önemli bir mikro besin, protein, enerji ve lif kaynağı olabilir. Üstün besinsel niteliklerinin yanı sıra, bu kaynakların birçoğu yüksek girdiler gerektirmez, marjinal topraklarda yetiştirilebilir ve temel mahsullerle kolayca kırılabilir veya döndürülebilir, ayrıca agro-ekoloji gibi ileri uygulamalara kolayca entegre edilebilir. Genellikle marjinal koşullara adapte olduklarından ve birçoğu stresleri tolere etme veya bunlara dayanma konusunda benzersiz bir yeteneğe sahip olduklarından, NUS üretim sistemlerini daha sürdürülebilir ve iklime dayanıklı hale getirebilir.

Bu kapsamda, bitkiler ve türlerin korunumu konusundaki gelişmelerde bu tartışmanın yapılmasına imkan sağlamıştır. NUS'un önemi küresel bilim camiası tarafından yaygın olarak kabul edilmektedir (FAO/IAEA 2004; Kahane ve ark., 2013; Khoury ve ark., 2014; Nyadanu ve ark., 2016; Rutto ve ark., 2016; Stamp ve ark., 2012). Tarımsal politikaların geliştirilmesi ve uygulanması genellikle NUS / FSF'yi tarımsal üretim sistemlerine teşvik etmede kilit bir bileşendir (Noorani ve ark., 2015).

1996 yılında 150 ülke tarafından kabul edilen Gıda ve Tarım için Bitki Genetik Kaynaklarının Korunması ve Sürdürülebilir Kullanımı için Küresel Eylem Planı'nı (GPA) (PGRFA) (FAO, 1996); 2004 yılında yürürlüğe giren ve hükümetlerin, çiftçilerin, araştırma enstitülerinin ve tarım endüstrilerinin PGRFA'yı ve bunların kullanımından elde edilen faydaları paylaşabileceği ve takas edebileceği yasal bir çerçeve sağlayan Gıda ve Tarım

için Bitki Genetik Kaynakları Uluslararası Antlaşması (Antlaşma) (FAO, 2009); 2011 yılında Gıda ve Tarım için Bitki Genetik Kaynakları için İkinci Küresel Eylem Planı (İkinci GPA) (FAO, 2012b); XXI. Yüzyıl için Mahsuller konulu uluslararası seminerde detaylandırılan ve uluslararası arena için az kullanılan ve gelecek vaat eden mahsullerin önemini vurgulayan Cordoba Deklarasyonu (FAO, 2012c); ve 2014 yılında Roma'da düzenlenen İkinci Uluslararası Beslenme Konferansı (ICN2), NUS'un önemini kanıtladı ve Roma Deklarasyonu'nu kabul etti. Şekil 2'de bu tarihsel sıralama yer almaktadır.

Açıkçası, 2016 yılında 2030 hedeflerinin oluşturulması, başka bir dünyanın mümkün olmadığı anlayışı çerçevesinde oluşmuştur. Bu şekilde oluşan hedefler, insanlığın yararı için 17 başlık altında planlanarak küresel düzeyde çalışmalar gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır. Öte taraftan, değişen iklim yapıları, yağış oranlarının azalması, artan sıcaklık ve azalan su miktarı da sürdürülebilirlik hedeflerinin tekrar tekrar düşünülmesi gerektiğini göz önüne getirmektedir. Bu kapsamda, Sürdürülebilirlik hedeflerinin uygulanması ile birçok farklı kazanım elde edilirken bu sayede farklı konuların araştırılması ile beslenme ve üretim alışkanlıklarımızın değişmesine dönük kabullerde gelişmiştir. Bunlardan en önemlilerinden birisi de, NUSların farkına varmamız ve gelecek için akıllı yiyecek ve porsiyon tasarımlarının oluşturulması yönünde çaba göstermektir.



Şekil 2: Bitki Koruma İle ilgili Temel Yasal Kabullere İlişkin Zaman Akışı (Li, X. ve Siddique, 2018)

NUS'un önemi Tavsiye 10 ile FAO tarafından şu şekilde vurgulanmıştır: "Az kullanılan geleneksel mahsuller, daha fazla meyve ve sebze üretimi ve gerektiğinde hayvansal kaynaklı ürünlerin uygun üretimi de dahil olmak üzere mahsullerin çeşitlendirilmesini teşvik etmek, sürdürülebilir gıda üretimi ve doğal kaynak yönetimi uygulamalarını sağlamak." (FAO, 2014a).

NUStan FSFye: İhmal Edilmiş Ve Az Yararlanılan Türlerden Geleceğin Akıllı Yiyeceklerine

Sıfır Açlık hedefinin gerçekleştirilmesi amacı ile NUSların geniş yarar yelpazesi ve özellikleri, gelecek vaat eden NUSların fayda temellerini belirlemeyi gerektirmektedir. Sosyal olarak kabul edilebilir bir NUS olması aynı zamanda, ekonomik olarak uygulanabilir bir kaynak da sunacaktır.

Tarımsal biyoçeşitlilik, sürdürülebilirlik kavramının sonuçlarından birisi olacaktır. Bu kapsamda, NUSların konumu ile ilgili genel istatistiklere bakıldığında, Garn ve Leonard'a göre, 300.000 ila 500.000 arasında bitki türü vardır ve bunların 30.000'i yenilebilir bitki türleri olarak tanımlanmıştır. Bunlardan 7.000'den fazla mahsul türü ya gıda için yetiştirilmiş ve evcilleştirilmiştir ya da insanlık tarihi boyunca vahşi doğadan toplanmıştır(Garn ve Leonard, 1989). Dahası, 150'den fazla mahsul türünün ticari olarak yetiştirilmemesi ve bunlardan sadece 103'ünün insan diyetindeki kalorilerin yüzde 90'ını sağlamasıdır. Pirinç, mısır ve buğday olmak üzere sadece üç ana ürün, dünyadaki gıda enerjisi alımının yüzde 60'ını sağlamaktadır (FAO, 1995). Bu nedenle, on binlerce yenilebilir bitki türü, dünyanın artan gıda gereksinimlerine katkıda bulunma yetenekleri açısından nispeten 'az kullanılmış' kalmaktadır (Chivenge ve Mabhaudhi, 2015).

Canahua (*Chenopodium pallidicaule*), ıspanak ailesinin bir parçası olan ve kinoa ile yakından ilişkili, 200'den fazla çeşidi olan, az kullanılan bir And bitkisidir. Donmaya karşı oldukça toleranslıdır ve protein içeriği ve kinoaya yakın diyet fibre seviyeleri açısından yüksek besin değerine sahiptir. (*Chenopodium kinoa*) (Giuliani, et al, 2012). Bu uyarlanabilir kapasite, birçok NUS'un temel özelliklerinden biridir. Yüksek girdi gerektiren büyük yatırımların başarısız olduğu bölgelerde yetiştirilebilirler ve yerel zararlılara ve hastalıklara karşı daha dirençli olurlar. Ek olarak, Asya'daki birkaç NUS, ekmek meyvesi ve ekmek somunu (*Artocarpus spp.*), mangosten (*Garcinia mangostana*), durian (*Durio zibethinus*) ve rambutan (*Nephelium lappaceum*) gibi çok yıllık ürünlerdir. Bu nedenle, NUS hava koşulları elverişsiz olduğunda dış girdiler kullanılamaz veya çevreye zararlı hale geldiğinde bir güvenlik ağı sağlamaktadır.

NUS, beslenmeye duyarlı, iklime dayanıklı ve ekonomik olarak sürdürülebilir tarıma ulaşmak için sadece potansiyel değil, aynı zamanda gerçek çözümler de sunmaktadır. Ayrıca üretim ve beslenme boşluklarının kapatılmasında önemli bir rol oynarlar. Bununla birlikte, tüm NUS'lar besleyici veya iklime dayanıklı değildir. Peki, ülke düzeyinde mevcut olan umut verici NUS nasıl belirlenir ve geleceğin akıllı yiyeceklerine(FSF) dönüştürülür?

Bu doğrultuda, FAO'nun Asya Pasifik Ofisi ve Avustralya Uluslararası Tarım Araştırmaları Merkezi'nce NUSların FSF'ye dönüştürülmeleri kapsamında 4 temel aşama bulunduğu belirlenmiştir, bu aşamalar sırası ile:

- 1.Hedef grup bitkileri için kapsam ve konsept geliştirme
- 2.Güçlü işbirliklerinin toplumsal kabul için oluşturulması
- 3.Ulusala yaygınlaştırma
- 4.İleri çalışmalar

NUSların önceliklendirilmesi ve sınıflandırılmaları ise 4 temel kategoride olabilir: 1. Beslenme (besin değeri ve sağlık yararları); 2. Üretim (yerel bilgi, kullanılabilirlik, mevsimsellik, verimlilik, diğer mahsullerden gelen kırpm ve rekabet ve işleme) 3.Tarımsal-Ekoloji (yerel iklimlere ve toprak tiplerine uyum), 4.Sosyo-ekonomi (kültürel kabul, tüketici tercihleri, pazara erişim ve potansiyel gelir katkısı).

Öte yandan, ana kapsam ve konsept geliştirilmesinde hedef grup bitkileri tanımlama ve ikinci aşamada güçlü işbirliklerinin toplumsal kabul yolunda oluşturulması birbiri ile sıkı sıkıya bağlıdır. Hem kültürel öğeler hem de ekonomik öğelerin öne çıkartıldığı bir sınıflandırmada kullanılabilir ancak bunun dışında beslenme açısından yüksek besin değerli ve kolay üretilen bitkilerin düşünülmesi de doğru bir kategorizasyon ve konsorsiyum oluşmasına imkan sağlayacaktır.

NUSların keşfi, ne kadara sahip olduğu, kullanım biçimleri ve porsiyonda kullanımları konusunda detaylı araştırmaların başlaması ulusalda NUSların belirlenmesi ve geleceğin akıllı yiyeceklerine (FSF) dönüşmesi için temel koşuldur. Bu dönüşüm, NUSların keşfi için öncelikle, bitki yoğunluklarının ve bitki kapasitelerinin her bir yönetim sınırı içerisinde belirlenmesini, buna dönük olarak bitki kapasitelerinin ve nelere sahip olduğunun bulunması ile de besin değerleri ve porsiyon içerisindeki yerlerinin dağılımı incelenmelidir.

Sonuç Yerine

Bitki kapasitesi olarak oldukça zengin olan yarımada üzerinde konumlu Türkiye'nin, henüz porsiyonlara girmemiş bitkileri de araştırarak, kullanım imkanlarını keşfetmesi halihazırda besin kullanımına bağlı olarak gerçekleşen birçok olumsuzluğu giderebilmede alternatif rol oynayacağı açıkça görülmektedir. Değişen nüfus yapıları ve gittikçe zorlaşan yaşam koşulları,

kırılganlıkların bulunduğu sahaları birer birer alt etmektedir. Örneğin; iklimsel duyarlılığa sahip bir bitki, dayanıklılık geliştiremediğinden yaşam enerjisini yitirmekte ve biyolojik çeşitlilikten eksilmektedir. Bitkilerin yaşam ömürleri kısalmakta ve buna bağlı olarak besin değerleri de düşmektedir. Artan nüfusun doyurulması ve bunu yaparken de, gelişimlerinin yavaşlamaması gerekmektedir. İnsani koşullarda yaşamak için varolan porsiyonlarımızın şekillenmesi ve önemli değişiklikler yapmamız gerektiği tüm bu süreçten çıkarılmalıdır.

Ne ölçüde bitkilerden yararlanabileceğimizin ortaya konulması, açıkçası yeni porsiyonların, yeni beslenme düzenlerinin oluşturulmasına da bağlıdır. Ancak bu durumun ortaya çıkmasından hemen önce ilk olarak bu bitkilerin neler olduğu, yerelde sahip olunan alternatif bitki potansiyeli ve bu bitkilerin nerelerinden yararlanılarak üretimin veya porsiyonlara dahil olabileceğinin belirlenmesi gerekmektedir.

NUS kavramının alt boyutları da Türkiye özelinde çalışılabilir konular olup, bu bitkilerin nerelerinden nasıl yararlanılabileceğinin ortaya konulması, yüksek enerji ve olası yüksek su maliyetlerinin de önüne geçebilecek üretim desenleri de oluşmasına imkan sağlayacaktır. Bu sayede, üretim desenlerinin yerel olarak güçlü ve dayanıklı bitkilerden belirlenmesi ve öte taraftan, üretim maliyetlerini azaltacağından, böylece üretimin yerelde dayanıklı bitkilerden oluşması hem taşıma hem de işçilik maliyetlerini de azaltacaktır. Dolayısı ile, ekonomik olan varolan yerel bitki kapasitesinin azami olarak yararlanılacak boyutta araştırılması gerekliliğidir.

Bu çalışmada, NUSlardan FSFlere gidilen yolda, geleceğin porsiyonlarının belirlenmesi ve yiyeceklerinin tanımlanması için giriş niteliğinde bilgi seti oluşturulmuştur. İlerleyen çalışmaların, yerel bitki kapasiteleri ve porsiyonlar üzerine odaklanması, çok disiplinli bir halde düşünülmelidir. Böylece, hem üretim hem de üretim maliyetleri için gerekli öngörüler sonraki seneler için yapılabilecektir.

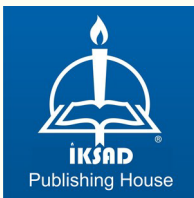
Bundan sonraki çalışmalarda, yerelden başlayarak bölge bölge bitki kaynaklarının araştırılması ve Türkiye için az kullanılan ve porsiyonlara henüz dahil edilmemiş bitkiler tanımlanmalı ve tespit edilmelidir. Böylece, öncelikle NUS kapasitesi ortaya çıkacak, daha sonra beslenme için kullanım alanları ve kullanım yerleri tanımlanacaktır. Daha sonra, NUSların üretim

imkanları konusunda desteklemeler ve üretimlerinin gelişimleri konuları planlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Chivenge, P., Mabhaudhi T., Modi A.T. ve Mafongoya P. 2015. The Potential Role of Neglected and Underutilised Crop Species as Future Crops under Water Scarce Conditions in Sub-Saharan Africa. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 12, 5685-5711; doi:10.3390/ijerph120605685. (also available at https://pdfs.semanticscholar.org/8e40/7bd96dcc2ef88eb0b46fa8b8737074785887.pdf?_ga=2.55922155.1964963565.1507962476-907447402.1507962476).
- FAO. 1996. The Global Plan of Action for the Conservation and Sustainable Utilization of Plant Genetic Resources for Food and Agriculture. FAO, Rome. (also available online at <http://www.fao.org/focus/e/96/06/more/declar-e.htm>).
- FAO. 2009. International Treaty on Plant Genetic Resources for Food and Agriculture. FAO, Rome. (also available online at www.planttreaty.org/content/texts-treaty-ofcial-versions).
- FAO. 2012a. Neglected crops need a rethink – can help world face the food security challenges of the future. (also available at www.fao.org/news/story/en/item/166368/icode/).
- FAO. 2012b. The Second Global Plan of Action for Plant Genetic Resources for Food and Agriculture. FAO, Rome. (also available at <http://www.fao.org/docrep/015/i2624e/i2624e00.htm>).
- FAO. 2012c. Cordoba Declaration on Promising Crops for the XXI Century. (also available at www.fao.org/fleadmin/templates/food_composition/documents/Cordoba_NUS_Declaration_2012_FINAL.pdf)
- FAO. 2014a. Building a Common Vision for Sustainable Food and Agriculture. Rome.
- Garn S.M. ve Leonard W.R. 1989. What did our ancestors eat? *Nutrition Review* 47: pp. 337-345.
- Joint FAO/IAEA Division of Nuclear Techniques in Food and Agriculture, Vienna. 2004. Genetic improvement of under-utilized and neglected crops in low income food deficit countries through irradiation and related techniques. Proceedings of a final research coordination meeting (IAEA-TECDOC--1426). International Atomic Energy Agency (IAEA).
- Kahane R., ve diğerleri 2013. Agrobiodiversity for food security, health and income. *Agronomy for sustainable development* 33(4), pp. 671-693.

- Khoury, C.K., et al. 2014. Increasing homogeneity in global food supplies and the implications for food security. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(11), pp. 4001-4006.
- Li, X. ve Siddique, K.H.M. 2018. *Future Smart Food - Rediscovering hidden treasures of neglected and underutilized species for Zero Hunger in Asia*, Bangkok, 242 pp.
- Nelson G.C., ve diğerleri. 2009. *Climate Change: Impact on Agriculture and Costs of Adaptation*. Food Policy Report. International Food Policy Research Institute (IFPRI), Washington, D.C., pp. DOI: 10.2499/0896295354.
- Noorani A., Bazile D., Diulgherof S., Kahane R. & Nono-Womdim R. 2015. Promoting neglected and underutilized species through policies and legal frameworks. In: De Ron, Antonio M. (ed.) *EUCARPIA International Symposium on Protein Crops: V Meeting AEL*. AEL. Pontevedra. pp. 107-111
- Nyadanu, D., Aboagye, L.M., Akromah, R. & Dansi, A. 2016. Agrobiodiversity and challenges of on-farm conservation: the case of plant genetic resources of neglected and underutilized crop species in Ghana. *Genetic Resources and Crop Evolution*, 63(8), pp.1397-1409.
- Rutto, L. K., Temu, V.W. ve Ansari, M.S. 2016. *Genetic Vulnerability and Crop Loss: The Case for Research on Underutilized and Alternative Crops*. *Mathematical Sciences with Multidisciplinary Applications*. pp. 465-479. Springer International Publishing.
- Stamp, P., Messmer, R. ve Walter, A. 2012. Competitive underutilized crops will depend on the state funding of breeding programmes: an opinion on the example of Europe. *Plant breeding*, 131(4), pp.461-464.



ISBN: 978-625-6404-86-1