

ISBN: 978-625-6069-58-9

# SOSYAL, İNSAN VE İDARİ BİLİMLERDE AKTÜEL YAKLAŞIMLAR

Editör: Doç. Dr. Serap SARIBAŞ



**SOSYAL, İNSAN VE  
İDARİ BİLİMLERDE  
AKTÜEL YAKLAŞIMLAR**

**Editör**

**Doç. Dr. Serap SARIBAŞ**



**SOSYAL, İNSAN VE İDARİ BİLİMLERDE AKTÜEL YAKLAŞIMLAR**  
**Doç. Dr. Serap SARIBAŞ**

**Genel Yayın Yönetmeni:** Berkan Balpetek  
**Kapak ve Sayfa Tasarımı:** Duvar Design  
**Yayın Tarihi:** Ağustos 2024  
**Yayıncı Sertifika No:** 49837  
**ISBN: 978-625-6069-58-9**

© Duvar Yayınları  
853 Sokak No:13 P.10 Kemeraltı-Konak/İzmir  
Tel: 0 232 484 88 68

[www.duvar yayinlari.com](http://www.duvar yayinlari.com)  
[duvarkitabevi@gmail.com](mailto:duvarkitabevi@gmail.com)

## İÇİNDEKİLER

### 1. Bölüm.....5

METAVERSE EKONOMİSİ:  
DİJİTALLEŞME VE SANAL REKREASYONUN GELECEĞİ  
*Yusuf ER, Erhan Nuh ÖZTÜRK*

### 2. Bölüm ..... 22

KURUMSAL İMAJ OLUŞUMUNDA SOSYAL SORUMLULUK UYGU-  
LAMALARININ ETKİSİ  
*Fadime DİLBERİ*

### 3. Bölüm ..... 42

MEDYA DİPLOMASİSİ VE TRT ÖRNEĞİ  
*Fadime DİLBER*

### 4. Bölüm ..... 57

ÜRETİM, TÜKETİM VE YÖNETİM BOYUTUYLA  
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK  
*Hasan Hüseyin CEYLAN, Bekir KÖSE, Ahmet COŞKUN*

### 5. Bölüm ..... 71

YAPAY ZEKÂNIN GASTRONOMİ ALANINDAKİ  
YERİ VE ÖNEMİ  
*Hilal ÖZ*

### 6. Bölüm ..... 81

BLOCKCHAIN TABANLI KİTLE FONLAMASI:  
SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM PROJELERİNDE YENİ YAKLAŞIMLAR  
*Korkmaz KESKENDİR, Erhan Nuh ÖZTÜRK*

### 7. Bölüm ..... 97

ÖLÜM LABİRENTİNDEN ÇIKIŞ YOLUNUN PAROLASI:  
“KAHROLSUN ÖLÜM!” OLABİLİR Mİ?  
*Nurten KİRİŞ YILMAZ*

**8.Bölüm ..... 121**  
CUMHURİYET DÖNEMİNDE İLGİLİ ESERLERDE  
HAFIZLIK ALGISI

*Ömer ÖZBEK, Gamze ÇEVİK*

**9. Bölüm ..... 159**  
TEKNOLOJİ VE ÖRGÜT

*Süreyya ECE*

**10. Bölüm ..... 182**  
NEVŞEHİR, KIRŞEHİR VE KAYSERİ İLLERİNİN  
GASTRONOMİK UNSURLARININ COĞRAFI İŞARET  
KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

*Zehra GÜNEL*

## 1. Bölüm

# METAVERSE EKONOMİSİ: DİJİTALLEŞME VE SANAL REKREASYONUN GELECEĞİ

**Yusuf ER<sup>1</sup>**  
**Erhan Nuh ÖZTÜRK<sup>2</sup>**

---

<sup>1</sup> Doç. Dr., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi,  
Uygulamalı Bilimler Fakültesi Rekreasyon Yönetimi Bölümü <https://orcid.org/0000-0002-6490-4880>  
<sup>2</sup> Öğr. Gör., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Ermenek MYO,  
Yönetim ve Organizasyon Bölümü, <https://orcid.org/0000-0001-5070-8195>

## ÖZET

Bu çalışma, dijitalleşmenin hızla ilerleyen etkilerini ve bu sürecin rekreasyon alanındaki yansımalarını ele almaktadır. Özellikle Metaverse kavramının ekonomik yapısı ve sanal rekreasyon üzerindeki rolü incelenmiştir. Çalışmada, Metaverse'in dijital ekonomideki yerinin kripto paralar, NFT'ler, dijital mülkiyet ve sanal gayrimenkul gibi unsurlar üzerinden nasıl şekillendiği ve bu yapıların ekonomik potansiyeli vurgulanmıştır. Ayrıca, sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin, rekreasyonel faaliyetlerin evriminde oynadığı rol ve bu teknolojilerin sanal dünyalarda nasıl yeni fırsatlar sunduğu tartışılmıştır. Sanal rekreasyonun sadece eğlence ile sınırlı kalmayıp eğitim, iş dünyası, sağlık ve sosyal etkileşim gibi çeşitli alanlarda da kullanımının artacağına dikkat çekilmiştir. Dijital çağda sanal rekreasyonun gelecekteki trendleri, VR, AR ve karma gerçeklik teknolojilerinin sunduğu yenilikler ve bu trendlerin turizm sektörüne olan etkileri de ele alınarak, dijitalleşmenin rekreasyon alanındaki potansiyeli ortaya konmuştur. Bu bağlamda, çalışmanın amacı, Metaverse ekonomisinin ve sanal rekreasyonun dijital çağdaki önemini ve gelecekteki eğilimlerini analiz etmektir.

**Anahtar Kelimeler:** Metaverse Ekonomisi, Dijitalleşme, Sanal Rekreasyon.

## ABSTRACT

This study explores the rapidly advancing effects of digitalization and its implications in the field of recreation. It specifically examines the economic structure of the Metaverse and its role in virtual recreation. The study highlights how the Metaverse's place in the digital economy is shaped by elements such as cryptocurrencies, NFTs, digital ownership, and virtual real estate, emphasizing the economic potential of these structures. Additionally, the role of virtual and augmented reality technologies in the evolution of recreational activities and how these technologies offer new opportunities in virtual worlds are discussed. The paper underscores that virtual recreation extends beyond mere entertainment, gaining traction in areas such as education, business, healthcare, and social interaction. Future trends in virtual recreation within the digital age, innovations brought by VR, AR, and mixed reality technologies, and the impact of these trends on the tourism industry are also addressed, thereby highlighting the potential of digitalization in the recreation sector. In this context, the study aims to analyze the significance of the Metaverse economy and virtual recreation in the digital age and their future trends.

**Keywords:** Metaverse Economy, Digitalization, Virtual Recreation.

## 1. Giriş

Dijitalleşme, son birkaç on yılda toplumsal ve ekonomik yaşamın neredeyse tüm alanlarını dönüştüren bir olgu haline gelmiştir. Teknolojik yeniliklerin hızlanması, internetin yaygınlaşması ve dijital teknolojilerin entegrasyonu, hem bireylerin hem de kurumların iş yapma biçimlerini köklü bir şekilde değiştirmiştir (Bayrak, Demirel, & Demirel, 2023). Bu dönüşüm süreci, eğlence ve rekreasyon alanında da kendini güçlü bir şekilde hissettirmektedir. Özellikle son yıllarda, sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) gibi teknolojilerin olgunlaşmasıyla birlikte "Metaverse" kavramı giderek daha fazla ilgi çekmeye başlamıştır (Sabarwal, 2023). Metaverse, dijitalleşmenin nihai bir uzantısı olarak kabul edilen, kullanıcıların sanal ortamlarda etkileşimde bulunabildiği, yaratıcılığını ifade edebildiği ve hatta ekonomik faaliyetlerde bulunabildiği bir dijital evrendir.

Bu araştırmada, Metaverse'in ekonomik yapısı ve sanal rekreasyonun bu yapı içerisindeki rolü ele alınacaktır. Ayrıca, dijitalleşmenin sanal rekreasyon üzerindeki etkileri, Metaverse'in sunduğu ekonomik fırsatlar ve karşılaşılan zorluklar incelenecektir. Çalışmanın amacı, dijital çağda sanal rekreasyonun gelecekteki eğilimlerini ve Metaverse ekonomisinin potansiyelini analiz etmektir.

## 2. Metaverse Kavramı ve Ekonomik Yapısı

Metaverse terimi, 1992 yılında Neal Stephenson'ın bilim kurgu romanı "Snow Crash"te ortaya atılmıştır (Stephenson, 1992). Bu kavram, dijital bir evrende insanların avatarlar aracılığıyla etkileşimde bulunduğu, dijital varlıkların değiştirilebilir olduğu ve ekonomik faaliyetlerin yürütülebildiği bir sanal dünya anlamına gelir. Metaverse, sadece bir teknoloji trendi değil, aynı zamanda büyük bir ekonomik potansiyele sahip yeni bir dijital ekosistemdir. Metaverse, yeni teknolojilerle güçlendirilmiş bir alan olarak hem fırsatlar hem de zorlukları bir arada barındırmaktadır. Küresel COVID-19 salgını, dijitalleşmeyi hızlandırarak yeni fırsatlar doğurmuştur. Hem ön uç hem de arka uç teknolojilere dayanan metaverse, birçok alanda entegrasyon sağlayarak çeşitli yenilikçi gelişmeleri beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda metaverse, ilerleme için büyük potansiyel taşıyan verimli bir alan olarak görülmektedir ve çeşitli sektörlerde uygulanabilirliği giderek artmaktadır (Bailey, Leonardi ve Barley, 2012; Cheng, Fu ve Druckenmiller, 2017). Yerli ve yabancı işletmeler de metaverse'ü üretim ve operasyon süreçlerine dahil etmeye başlamıştır. Bu sayede metaverse, dijital ekonominin büyümesi için yeni bir ivme yaratmaya devam etmektedir.

Metaverse ekonomisi, bir dizi dijital varlık ve hizmetin yaratıldığı, ticaretinin yapıldığı ve tüketildiği bir ortamı ifade eder. Bu ekonomik yapı, kripto paralar,



NFT'ler (Non-Fungible Tokens), dijital mülkiyet hakları ve sanal ürünler gibi unsurlarla desteklenmektedir. Bu unsurlar, kullanıcıların sanal dünyalarda gerçek dünya değerine sahip dijital varlıklar yaratmasını ve ticaret yapmasını mümkün kılar(Belk, Humayun, & Brouard, 2022; Q. Wang, Li, Wang, & Chen, 2021). Örneğin, Decentraland ve The Sandbox gibi Metaverse platformlarında, kullanıcılar dijital gayrimenkul satın alabilir, kendi sanal dünyalarını inşa edebilir ve bu dünyalar üzerinden gelir elde edebilirler.

- **Kripto Paralar ve Dijital Ödeme Sistemleri:** Kripto paralar, Metaverse ekonomisinin temel yapı taşlarından biridir. Bitcoin, Ethereum gibi kripto paralar, kullanıcıların dijital ürünler satın almasını, hizmetlere erişimini ve diğer kullanıcılarla ticaret yapmasını sağlar. Blockchain teknolojisi ile güvence altına alınmış bu dijital para birimleri, kullanıcıların sanal dünyalarda gerçek dünya ekonomilerine benzer bir şekilde işlem yapmasına olanak tanır(Cheng, 2023). Örneğin, Decentraland ve The Sandbox gibi platformlar, kullanıcıların dijital mülk satın almasına, sanal iş yerleri açmasına ve bu mülkleri kripto paralar karşılığında kiraya vermesine olanak tanır.

- **NFT'ler ve Dijital Mülkiyet:** NFT'ler, Metaverse içerisindeki dijital varlıkların benzersizliğini ve mülkiyetini kanıtlayan kriptografik tokenlerdir. Sanat eserleri, müzik, oyun içi öğeler gibi çeşitli dijital içerikler, NFT'ler aracılığıyla satılabilir ve satın alınabilir hale gelir(Sestino, Guido, & Peluso, 2022). Bu durum, içerik üreticileri için yeni bir gelir kaynağı oluştururken, koleksiyoncular için de dijital varlıkların ticaretine olanak tanır. Özellikle dijital sanatçılar, NFT'ler sayesinde eserlerini küresel bir kitleye ulaştırabilir ve doğrudan satışlar yoluyla kazanç elde edebilir.

- **Sanal Mülkiyet ve Gayrimenkul:** Metaverse'deki dijital gayrimenkul piyasası, sanal arazi ve mülklerin alım satımı üzerine kuruludur. Kullanıcılar, sanal dünyalardaki arsaları satın alabilir, üzerine binalar inşa edebilir ve bu mülkleri kiraya verebilirler. Bu dijital gayrimenkuller, gerçek dünya gayrimenkul piyasalarına benzer şekilde değer kazanabilir ve hatta büyük karlar getirebilir(Ruggeri, Marella, & Gabrielli, 2024). Metaverse'deki bu gayrimenkul piyasası, özellikle yatırımcılar için büyük bir potansiyel sunmaktadır. Sanal dünya platformları, kullanıcıların sanal mülkleri geliştirmesine ve bu mülklerden gelir elde etmesine olanak tanır.

- **Dijital Ürünler ve Hizmetler:** Metaverse'deki ekonomik faaliyetlerin bir diğer önemli bileşeni, dijital ürünler ve hizmetlerdir. Sanal dünyalarda

sunulan bu ürün ve hizmetler, kullanıcıların avaturları için giysiler, aksesuarlar, dijital sanat eserleri, sanal etkinlikler için biletler gibi çeşitli dijital varlıkları kapsar. Bu dijital ürünler, kullanıcıların sanal dünyalarda kendilerini ifade etmelerini ve sosyal statü kazanmalarını sağlar(Dwivedi et al., 2022). Ayrıca, içerik üreticileri ve hizmet sağlayıcılar, Metaverse içerisinde sundukları ürün ve hizmetlerden gelir elde edebilirler.

Bu dijital ekonominin büyüklüğü, her geçen gün artan kullanıcı sayısı, sanal dünyalara olan ilgi ve yatırımcıların bu alanı keşfetmesiyle hızla büyümektedir. McKinsey'in 2022 tarihli bir raporuna göre, metaverse pazarının 2030 yılına kadar 5 trilyon dolara ulaşabileceği tahmin edilmektedir (McKinsey & Company 2022).. Bu rakamın, önümüzdeki birkaç yıl içinde katlanarak artması beklenmektedir. Bu büyüme, özellikle genç nesillerin sanal dünyalara olan ilgisi, blockchain teknolojisinin benimsenmesi ve dijital varlıkların değerinin artması gibi faktörlerden kaynaklanmaktadır.

### **3. Dijitalleşme ve Sanal Rekreasyonun Evrimi**

Dijitalleşme, bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte hız kazanan bir süreçtir. Sanal rekreasyon ise, postmodern bireylerin evlerinde veya ev dışı mekânlarda çeşitli dijital cihazlar aracılığıyla gerçekleştirdikleri elektronik aktiviteler, sanal turlar veya elektronik oyunlar olarak tanımlanabilir(Günçan, 2023). Bu aktiviteler, bilgisayarlar, cep telefonları, tabletler, dijital oyun makineleri, sanal gerçeklik gözlükleri ve sanal gerçeklik kıyafetleri gibi teknolojik araçlar kullanılarak gerçekleştirilir. Dijitalleşmenin rekreasyon alanındaki etkileri, sanal oyunlar, dijital müzik platformları, çevrimiçi video içerikleri ve sosyal medya aracılığıyla kendini göstermiştir. Sanal rekreasyon, bu dijitalleşme sürecinin bir ürünü olarak, fiziksel dünyanın sınırlarını aşan yeni deneyimler sunar. Özellikle VR ve AR teknolojileri, kullanıcıların tamamen sanal ortamlarda bulunmalarını ve bu ortamlarda rekreasyonel faaliyetlerde bulunmalarını sağlar(L. N. Lee, Kim, & Hwang, 2019). Sanal rekreasyonun evrimi, bilgisayar oyunları ve sanal dünyalarla başlamış ve zamanla daha karmaşık ve etkileşimli deneyimlere doğru evrilmiştir. 1990'ların sonlarında, "The Sims" ve "Second Life" gibi sanal dünya oyunları, kullanıcıların kendi sanal yaşamlarını yaratma ve başkalarıyla etkileşime geçme olanağı sunmuştur(Messinger et al., 2009). Bu tür deneyimler, kullanıcıların sanal dünyalarda daha fazla zaman geçirmesine ve bu dünyalarda yaratıcı faaliyetlerde bulunmasına olanak tanımıştır.

Günümüzde, sanal rekreasyon sadece eğlence ile sınırlı kalmamakta, aynı zamanda eğitim, iş dünyası, sağlık ve sosyal etkileşim gibi alanlarda da kullanılmaktadır. Örneğin, sanal turizm uygulamaları, kullanıcıların dünyanın

farklı yerlerini sanal olarak ziyaret etmelerini sağlarken, sanal sporlar ve e-sporlar, fiziksel sporların dijitalleştirilmiş versiyonları olarak rekreasyonun yeni bir biçimini sunmaktadır. Sanal rekreasyonun kendine özgü özellikleri ve temel unsurları bulunmaktadır. Bu unsurlar arasında boş zaman, eşzamanlı ve eşzamansız katılım, zamansal ve mekansal sınırsızlık, katılım amacı, aktivite, deneyim, sanal gerçeklik deneyimi, bireysellik, gönüllülük, evrensellik, internet etkileşimi, internet tabanlı kısıtlıklar, görünmezlik, keyif ve mutluluk ile sosyal ve psikolojik fayda yer almaktadır(Günca, 2021).

Hızla gelişen dijital teknolojiler sayesinde sanal rekreasyon kavramı da sürekli olarak evrim geçirmektedir. Bu alanda yapılan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir Günca, Ö. (2021). Ancak, sanal rekreasyonun önemi ve potansiyeli göz önüne alındığında, bu konuda daha fazla araştırma yapılması gerekmektedir. Sanal rekreasyon, bireylere keyif ve mutluluk sağlamanın yanı sıra sosyal ve psikolojik faydalar da sunmaktadır. Bu aktiviteler, kullanıcıların stres atmasına, yeni beceriler geliştirmesine ve sosyal bağlantılar kurmasına yardımcı olabilir. Ayrıca, engelli bireyler veya coğrafi kısıtlamaları olan kişiler için de erişilebilir rekreasyon fırsatları sunmaktadır. Sanal rekreasyon kavramı ve kapsamı, dijital çağın getirdiği yeniliklerle birlikte sürekli genişlemekte ve çeşitlenmektedir. Bu yeni rekreasyon biçimi, geleneksel aktivitelerin ötesine geçerek, bireylere daha esnek, erişilebilir ve kişiselleştirilmiş deneyimler sunmaktadır. Gelecekte, teknolojik gelişmelerle birlikte sanal rekreasyonun daha da yaygınlaşması ve çeşitlenmesi beklenmektedir.

#### **4. Dijital Çağda Sanal Rekreasyon Trendleri**

Teknolojinin hızlı gelişimi, üretim ve tüketim biçimlerinde yeni bir çağ açmıştır. Bu gelişmelerin bireylerin yaşam tarzları üzerindeki etkileri gün geçtikçe artmaktadır. Turizm ve rekreasyon sektörü de bu teknolojik dönüşümden payını almakta, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik uygulamaları ile kendini göstermektedir (Timur, B., & Köz, E. N. 2022). Bu bağlamda, sanal rekreasyon kavramı, geleneksel rekreasyon faaliyetlerini dijital platformlara taşıyarak yeni bir boyut kazandırmıştır.

- **Sanal gerçeklik (VR) tabanlı rekreasyon:** Sanal gerçeklik tabanlı dijital rekreasyon, kullanıcılara tamamen sanal bir ortamda deneyimler sunmaktadır. Bu tür rekreasyon faaliyetleri, çeşitli alanlarda kendini göstermektedir. Araştırmalar, sanal gerçeklik tabanlı dijital rekreasyon faaliyetlerinin en çok sportif faaliyetler, kültürel etkinlikler, doğaya yönelik aktiviteler olarak bu üç alanda ortaya çıktığını göstermektedir(Aylan & Aylan, 2020). VR teknolojisi, kullanıcılara gerçek dünyada mümkün olmayan

deneyimler yaşama fırsatı sunmaktadır. Örneğin, “Beat Saber “Kullanıcılar, müziğin ritmine uygun olarak hareket ederken, VR başlığı ve kontrol cihazlarıyla sanal dünyada blokları keserek bir nevi dans ederler. Bu tür oyunlar, hem eğlenceli hem de fiziksel aktivite içerir. Yine “The VR Museum of Fine Art “ ile bireyler evlerinden çıkmadan dünyanın farklı yerlerindeki müzeleri gezebilir veya ekstrem sporları deneyimleyebilirler.

- **Artırılmış gerçeklik (AR) tabanlı rekreasyon:** Artırılmış gerçeklik tabanlı dijital rekreasyon, gerçek dünya üzerine dijital içeriklerin eklenmesiyle oluşturulur(Dargan, Bansal, Kumar, Mittal, & Kumar, 2023). Bu tür rekreasyon faaliyetleri genellikle şu alanlarda yoğunlaşmaktadır: Sportif aktiviteler, Kültürel deneyimler, Sanatsal etkinlikler.

AR teknolojisi, kullanıcıların fiziksel çevreleriyle etkileşime girmelerini sağlarken, aynı zamanda dijital içeriklerle zenginleştirilmiş bir deneyim sunar. Örneğin, Konser veya spor etkinlikleri sırasında, telefonunuzun kamerasını sahneye tutarak, sanatçının veya oyuncunun özel efektlerle donatılmış bir avatarını görebilir, veya sahne arkasına sanal bir tur atabilirsiniz ya da Bir aynaya baktığınızda, AR uygulaması sayesinde üzerinizde farklı kıyafetler veya aksesuarlar deneyebilirsiniz.

- **Karma gerçeklik (MR) deneyimleri:** Karma gerçeklik, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik özelliklerini bir araya getiren yeni bir teknolojidir. MR, gerçek ve sanal öğelerin gerçek zamanlı olarak etkileşime girdiği ortamları tanımlar(Rokhsaritalemi, Sadeghi-Niaraki, & Choi, 2020). Bu teknoloji, rekreasyon faaliyetlerine yeni bir boyut kazandırmaktadır. Karma gerçeklik deneyimleri, özellikle şu alanlarda kendini göstermektedir: Oyun ve eğlence sektörü, Sanat ve tasarım, İşbirliği ve paylaşım platformları. Microsoft HoloLens gibi karma gerçeklik gözlükleri, kullanıcılara benzersiz deneyimler sunmaktadır. Bu cihazlar, kullanıcının çevresinin sürekli olarak haritasını çıkaran kameralar içerir ve sanal karakterlerin fiziksel dünyada dolaşmasına olanak tanır.

Karma gerçeklik teknolojisi, sadece eğlence amaçlı değil, aynı zamanda profesyonel uygulamalar için de kullanılmaktadır(Künüçen & Samur, 2021). Sanatçılar, tasarımcılar ve reklamverenler, hikayelerini anlatmak ve insanlarla yeni yollarla etkileşime geçmek için bu teknolojiyi kullanabilmektedir. Dijital rekreasyon alanındaki bu trendler, turizm sektöründe de önemli değişikliklere yol açmaktadır. Sanal ve artırılmış gerçeklik uygulamaları, turizm pazarlaması ve müzecilik alanlarında yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır(Ercan, 2022). Ancak, ulusal literatürde teoriye dayalı ve ampirik verilere dayanan çalışmaların eksikliği dikkat çekmektedir. Bu teknolojik gelişmeler, rekreasyon faaliyetlerinin

kapsamını genişletmekte ve yeni fırsatlar sunmaktadır. Örneğin, Angry Birds FPS gibi oyunlar, Magic Leap gözlüğü aracılığıyla oyun karakterlerini gerçek dünyaya yerleştirerek uzamsal bir oyun deneyimi sunmaktadır Karma gerçeklik teknolojisi, aynı zamanda işbirliği ve paylaşım için yeni olanaklar sunmaktadır. İnsanlar, sanal olarak bir araya gelerek deneyimlerini paylaşabilir ve ortak projeler üzerinde çalışabilirler. Bu teknoloji, hologramları gerçek nesnelere hizalama veya birden fazla cihazı ortak bir dünya koordinat sistemine yerleştirme gibi özellikleriyle, ortak çalışma ve paylaşım için yeni fırsatlar yaratmaktadır(Cýrus, Krčmařík, Petrů, & Kočí, 2020)

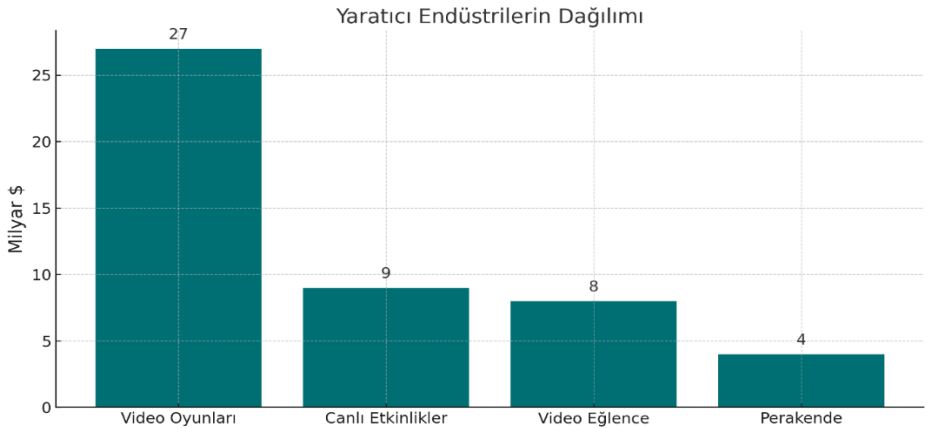
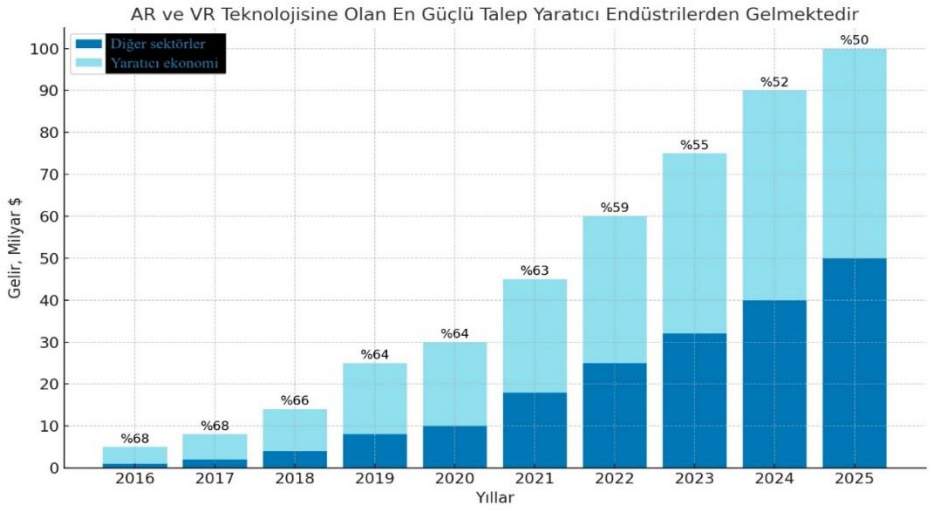
- **Haptik teknoloji tabanlı rekreasyon:** Haptik teknoloji, dijital dünyada dokunma hissini simüle eden bir teknolojidir. Bu teknoloji, kullanıcıların dijital ortamda dokunsal geri bildirim almasını sağlar(Bermejo & Hui, 2021). Örneğin, bir sanal gerçeklik (VR) deneyiminde, kullanıcılar sadece görme ve işitme duyularını değil, aynı zamanda dokunma duyusunu da kullanabilirler(Paterson, 2020). Bu da, sanal sporlar, oyunlar ve diğer rekreasyonel faaliyetlerin daha da gerçekçi hale gelmesine katkıda bulunacaktır.

Son olarak dijital çağda sanal rekreasyon trendleri, VR, AR ve MR teknolojilerinin gelişimiyle sürekli olarak evrilmektedir. Bu teknolojiler, kullanıcılara daha önce mümkün olmayan deneyimler sunarak, rekreasyon faaliyetlerinin kapsamını genişletmekte ve yeni ekonomik fırsatlar yaratmaktadır. Gelecekte, bu teknolojilerin daha da gelişmesi ve yaygınlaşması ile sanal rekreasyon alanında daha fazla yenilik ve fırsat ortaya çıkması beklenmektedir.

## **5. Sanal Rekreasyonun Ekonomik Potansiyeli ve Metaverse İçindeki Rolü**

Sanal rekreasyon, dijital teknolojilerin gelişimiyle birlikte ortaya çıkan ve hızla büyüyen bir sektör haline gelmektedir. İnternetin ve teknolojinin hızla ilerlemesi, sanal ve artırılmış gerçeklik kavramlarının turizm ve rekreasyon sektöründe kullanılmaya başlamasına yol açmıştır(Wei, 2019). Bu gelişmeler, sanal rekreasyonun ekonomik potansiyelini artırmakta ve yeni fırsatlar sunmaktadır. Sanal rekreasyon pazarının büyüklüğü hakkında kesin veriler bulunmama ile birlikte, bu alanın hızla büyüdüğü gözlemlenmektedir. Özellikle Haptik teknolojiler, sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte, sanal rekreasyon pazarı da genişlemektedir. Bu teknolojiler, turizm ve rekreasyon sektöründe dönüşüme yol açarak, yeni iş modellerinin ve gelir kaynaklarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. 2016 yılında Oculus VR, Sony ve Google gibi şirketler tarafından bir dizi önemli ürün piyasaya sürüldü. Facebook, Oculus'u 2.1 milyar dolara satın aldıktan sonra, AR ve VR alanında 11 şirket daha satın alarak, bu teknolojilerin geleceğın sınırını

oluşturacağı görüşünü desteklemiştir(Baikulova & Suderevskaia, 2019). Teknoloji devlerinin yaptığı büyük yatırımlar ve satın almalar, bu teknolojilerin içerik tükettiğimiz platformlara giderek daha fazla entegre olacağını göstermektedir. Goldman Sachs'ın yakın tarihli bir tahminine göre, AR ve VR'nin 2025 yılına kadar 95 milyar dolarlık bir pazar haline gelmesi beklenmektedir(Hutzschenreuter & Burger-Ringer, 2018). Bu teknolojilere olan en güçlü talep şu anda yaratıcı ekonomi endüstrilerinden - özellikle oyun, canlı etkinlik, video eğlence ve perakende - geliyor ancak zaman içinde sağlık, eğitim, askeriye ve emlak gibi çeşitli sektörlerde daha geniş uygulama alanları bulması mümkündür.



Kaynak: McKinsey&Company

İlk grafikte, 2016-2025 yılları arasında AR (Artırılmış Gerçeklik) ve VR (Sanal Gerçeklik) teknolojilerinin büyümesini ve bu büyümenin sektörel dağılımını göstermektedir. Grafik, bu dönemde AR ve VR teknolojilerinin hızla büyüyeceğini ve bu büyümenin büyük ölçüde yaratıcı ekonomiden kaynaklandığını ortaya koymaktadır. 2016 yılında nispeten düşük olan AR ve VR teknolojilerinin geliri, 2025 yılına gelindiğinde 90 milyar dolara yaklaşarak büyük bir artış göstermektedir. Yaratıcı ekonominin, AR ve VR teknolojilerine olan talepte önemli bir rol oynadığı görülmektedir. 2016 yılında AR ve VR teknolojilerine yönelik talebin %68'i yaratıcı ekonomiden kaynaklanırken, bu oran 2025 yılına kadar %50'ye düşmektedir. Bu durum, yaratıcı ekonominin payının azalmasına rağmen diğer sektörlerin de AR ve VR teknolojilerine artan ilgisini göstermektedir. Gelir artışı, her iki sektör için de istikrarlı bir şekilde büyüme göstermekte ve 2025 yılında zirveye ulaşmaktadır. Bu, AR ve VR teknolojilerinin gelecekte ne kadar önemli bir rol oynayacağını ve geniş bir yelpazede kullanılacağını işaret etmektedir.

İkinci grafikte ise, 2025 yılına yönelik yaratıcı endüstrilerdeki AR ve VR teknolojileri kullanımına ilişkin tahmini gelir dağılımını göstermektedir. Video oyunları 2025 yılında yaratıcı endüstrilerde AR ve VR teknolojilerinin en büyük payı video oyunları sektöründe olacaktır. Bu sektörün tahmini geliri 27 milyar dolar civarındadır. Bu, video oyunlarının AR ve VR teknolojilerinde en yüksek büyümeyi gösteren alan olduğunu ve gelecekte bu teknolojilerin oyun sektöründe daha da yaygınlaşacağını işaret etmektedir. Canlı etkinlikler, AR ve VR teknolojilerinde önemli bir pazar payına sahiptir ve tahmini geliri 9 milyar dolardır. Bu, konserler, spor etkinlikleri ve diğer canlı etkinliklerin sanal gerçeklik üzerinden sunulmasının artan popülaritesini yansıtmaktadır. Video eğlence sektörü, 8 milyar dolarlık bir tahmini gelir ile üçüncü sırada yer almaktadır. Bu, film ve dizi izleme deneyimlerinin AR ve VR teknolojileri ile zenginleştirileceğine işaret etmektedir. Perakende sektörü, AR ve VR teknolojilerinde daha küçük bir paya sahip olup, tahmini geliri 4 milyar dolar civarındadır. Ancak, bu sektörün de AR ve VR teknolojileri ile büyüme potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir.

Bu iki grafik birlikte incelendiğinde, AR ve VR teknolojilerinin önümüzdeki yıllarda yaratıcı endüstrilerde önemli bir yer edineceği ve bu teknolojilerin yaygınlaşmasının hızla devam edeceği görülmektedir. Video oyunları, canlı etkinlikler ve video eğlence, AR ve VR teknolojilerinin en büyük kullanıcıları olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, dijitalleşmenin ve sanal rekreasyonun gelecekte yaratıcı endüstrilerde nasıl şekilleneceğine dair önemli ipuçları sunmaktadır.

Metaverse, fiziksel ve dijital dnyaların birleŖtiđi, kullanıcıların sanal ortamlar içinde etkileŖimde bulunduğu bir evrendir. Sanal rekreasyon, bu evrende merkezi bir rol üstlenir. Grafiklerin ortaya koyduğu üzere, AR ve VR teknolojilerinin büyümesi, metaverse içindeki sanal rekreasyonun da hızla büyüyeceğini ve çeŖitleneceđini göstermektedir. Video oyunları, sanal konserler ve diğer dijital eğence biçimleri, metaverse evreninde kullanıcıların en çok etkileŖime geçtiği alanlar olacaktır. Bu alanlardaki ekonomik faaliyetler, metaverse'ün gelişimi için önemli bir itici güç olacaktır(Aydoğan, Yengin, & Bayrak, 2022).

Sanal rekreasyonun metaverse içindeki rolü, yalnızca eğence değil, aynı zamanda ekonomik büyüme için de kritik bir unsur olarak karŖımıza çıkmaktadır. AR ve VR teknolojilerinin hızla gelişmesi ve yaratıcı endüstrilerdeki etkisi, sanal rekreasyonun metaverse içinde nasıl Ŗekilleneceđini ve bu evrenin ekonomik yapısını nasıl dönüŖtüreceđini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, sanal rekreasyonun gelecekte metaverse içinde daha da önemli bir yere sahip olacağı ve hem bireysel hem de ekonomik düzeyde yeni fırsatlar sunacağı açıktır.

## **6. Metaverse Ekonomisinin Fırsatları ve Riskleri**

Metaverse, hızla büyüyen bir pazar olarak dikkat çekmektedir. Bu dijital evren, geleneksel ekonomilerden farklı olarak tamamen sanal ortamlar üzerine kurulmuş yeni bir ekonomik yapı sunar. Metaverse'in büyüme potansiyeli, onu geleceğin en parlak sektörlerinden biri haline getirirken, aynı zamanda yeni iş alanları ve kariyer fırsatları yaratmaktadır. Özellikle dijital ürünler ve hizmetler üzerinden gerçekteŖen ticaret, dijitalleşen dnyanın sunduğu ekonomik fırsatların bir göstergesidir(Dwivedi et al., 2022). Metaverse'teki yatırım fırsatları, start-up'lar, dijital ürünler ve hizmetler aracılığıyla da büyük potansiyel sunar. Örneğin, sanal gayrimenkul yatırımları, kullanıcıların dijital dnyalarda arazi satın almasına ve bu arazileri çeŖitli Ŗekillerde değerlendirmesine olanak tanır. Dijital sanat eserleri, özellikle NFT'ler aracılığıyla ticarete konu olabilir ve sanatçılara yeni gelir kapıları açar. Metaverse, sadece ekonomik alanlarda değil, sosyal alanlarda da önemli etkiler yaratmaktadır. İnsanların sanal dnyalarda sosyalleŖme ve etkileŖim kurma biçimlerini deđiŖtiren bu platform, dijital çağın yeni bir sosyal dinamiğini de beraberinde getirmektedir. Ancak, Metaverse ekonomisinin sunduğu fırsatlar kadar, getirdiği riskler de dikkate alınmalıdır. Henüz tam anlamıyla düzenlenmemiş bir alan olan Metaverse, hukuki ve etik belirsizlikler barındırmaktadır. Bu durum, ekonomik işlemlerde ve kullanıcı güvenliğinde riskler doğurabilir. Ayrıca, siber güvenlik tehditleri de Metaverse için önemli bir endişe kaynağıdır(Dwivedi et al., 2022). Sanal dnyaların siber saldırılara karŖı savunmasız olma ihtimali, bu ekonominin en büyük



zayıflıklarından biridir. Bununla birlikte, Metaverse, mevcut sosyal eşitsizlikleri derinleştirebilir ya da yeni tür sosyal ayrımların ortaya çıkmasına yol açabilir. Son olarak, aşırı kullanım durumunda Metaverse'e olan bağımlılık, bireyler üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir ve bu dijital evrenin potansiyel tehlikeleri arasında yer almaktadır.

## 7. Gelecek Beklentileri ve Stratejik Öneriler

Metaverse ekonomisi, dijitalleşme süreçlerinin hız kazandığı bu dönemde, yalnızca teknolojik bir devrim değil, aynı zamanda küresel ekonomik yapıyı derinden etkileme potansiyeline sahip bir paradigma değişimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yeni dijital evren, çeşitli sektörlerde köklü dönüşümleri beraberinde getirirken, aynı zamanda geleceğe yönelik önemli ekonomik beklentiler ve stratejik gereklilikler sunmaktadır. Metaverse'in sunduğu ekonomik fırsatlar oldukça geniş bir yelpazede değerlendirilebilir. Özellikle sanal rekreasyon, eğitim, iş dünyası, eğlence ve sosyal etkileşim gibi alanlar, bu yeni dijital ortamın sağladığı yeniliklerden faydalanacaktır. Metaverse'in, geleneksel ekonomi modellerine entegre olarak veya tamamen bağımsız bir dijital ekonomi oluşturma potansiyeli, gelecekte bu alanın ne denli önemli olacağını göstermektedir(L.-H. Lee et al., 2021). Bu bağlamda, Metaverse'in pazar büyüklüğü ve kullanıcı tabanı hızla genişlemekte, bu da dijital mülkiyetin ve yatırım fırsatlarının artmasına zemin hazırlamaktadır.

Gelecek beklentileri açısından bakıldığında, Metaverse'in sanal rekreasyon alanında büyük bir pazar oluşturacağı öngörülmektedir. Yapılan bir araştırmada, 2026 yılına kadar bireylerin %25'inin metaverse ortamlarında günde en az bir saat geçirmesinin beklendiği açıklanmıştır. Sanal sporlar, dijital konserler ve sanal turizm gibi etkinlikler, kullanıcılar için hem yeni eğlence hem de sosyalleşme fırsatları sunacaktır(Keskin & Bayram, 2023). Özellikle genç nesillerin bu tür dijital deneyimlere olan ilgisi, sanal rekreasyonun hızla büyüyen bir sektör haline gelmesine katkıda bulunacaktır. Aynı zamanda, eğitim ve iş dünyasında Metaverse'in getireceği yenilikler, daha erişilebilir ve esnek öğrenme modelleri ve dijital iş yerleri aracılığıyla önemli dönüşümler yaratacaktır(Sürmeli, Türkmen, & Fırat, 2024). Bu durum, hibrit çalışma modellerinin benimsenmesi ve dijital becerilerin artan önemi ile birlikte iş dünyasında da köklü değişimlere yol açacaktır. Ancak, Metaverse ekonomisinin sunduğu fırsatlarla birlikte çeşitli riskler ve zorluklar da dikkate alınmalıdır. Henüz tam anlamıyla düzenlenmemiş bir alan olan Metaverse, hukuki ve etik belirsizlikler barındırmakta ve bu durum, ekonomik işlemler ve kullanıcı güvenliği açısından riskler doğurmaktadır. Özellikle siber güvenlik tehditleri, Metaverse'in en büyük zayıflıklarından biri olarak öne çıkmaktadır. Sanal

dünyaların siber saldırılara karşı savunmasız olma ihtimali, dijital varlıkların ve kişisel bilgilerin tehlikeye girmesine neden olabilir(Saracoglu, 2023). Aynı zamanda, Metaverse'in sosyal ve kültürel etkileri de dikkatle yönetilmelidir. Dijital dünyalarda sosyalleşme biçimleri, yeni sosyal normların ve toplulukların oluşmasına zemin hazırlarken, bu süreçte mevcut sosyal eşitsizliklerin derinleşmesi veya yeni tür sosyal ayrımların ortaya çıkması gibi riskler bulunmaktadır. Bu doğrultuda, Metaverse ekonomisinin sürdürülebilir bir şekilde gelişmesini sağlamak için stratejik yaklaşımlar geliştirilmesi gerekmektedir. Öncelikle, teknolojik yatırımların artırılması, Metaverse'in sunduğu pazar fırsatlarından faydalanmak isteyen şirketler için kritik öneme sahiptir. Sanal gerçeklik (VR), artırılmış gerçeklik (AR) ve blockchain gibi temel teknolojilere yapılan yatırımlar, inovasyonu teşvik edecek ve şirketlerin bu dijital evrende rekabetçi bir konum elde etmelerini sağlayacaktır. Ayrıca, dijital yeteneklerin geliştirilmesi, Metaverse ekonomisinin gelecekteki iş gücünü hazırlamak adına büyük önem taşımaktadır. Eğitim kurumları ve şirketler, çalışanların ve öğrencilerin dijital becerilerini artırmak için programlar geliştirmeli, bu süreçte özellikle kodlama, veri analitiği ve blockchain gibi alanlarda yetkinlik kazandıracak eğitimler sunmalıdır.

Düzenleyici çerçevelerin oluşturulması da Metaverse'in sürdürülebilir bir şekilde büyümesi için elzemdir. Hükümetler ve uluslararası kuruluşlar, dijital mülkiyet, veri güvenliği, siber suçlar ve kullanıcı hakları gibi konulara yönelik yasal düzenlemeler yaparak, hem bireysel kullanıcıların hem de şirketlerin güvenli ve şeffaf bir dijital ortamda faaliyet göstermesini sağlamalıdır(M. Wang, Yu, Bell, & Chu, 2022). Bunun yanı sıra, siber güvenlik önlemlerinin güçlendirilmesi, Metaverse'in karşı karşıya olduğu en büyük tehditlerden biri olan siber saldırılara karşı etkili bir savunma mekanizması sunacaktır.

Son olarak, Metaverse'in sosyal ve kültürel etkilerini yönetmek için etik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarının benimsenmesi gerekmektedir. Şirketler, dijital dünyada faaliyet gösterirken toplumsal eşitlik, kullanıcı hakları ve çevresel sürdürülebilirlik gibi konulara özen göstermelidir. Bu bağlamda, Metaverse'in sunduğu fırsatlar kadar, dikkatle yönetilmesi gereken riskler de göz önünde bulundurulmalı ve bu doğrultuda stratejiler geliştirilmelidir. Kullanıcı deneyiminin iyileştirilmesi, Metaverse içerisinde başarılı olmanın bir diğer önemli unsuru olarak öne çıkmaktadır. Şirketler, kullanıcıların Metaverse içerisinde daha sorunsuz, keyifli ve güvenli deneyimler yaşamasını sağlamak için arayüz tasarımı, içerik yaratımı ve kullanıcı geri bildirimlerine yönelik çalışmalar yapmalıdır. Bu tür kullanıcı dostu platformlar, Metaverse'in yaygınlaşmasını ve kullanıcıların bu dijital dünyaya daha hızlı adapte olmasını sağlayacaktır. Metaverse ekonomisi, dijitalleşmenin ve sanal dünyaların sunduğu

potansiyelerin en somut örneklerinden biridir. Bu potansiyelin en iyi şekilde değerlendirilmesi ve karşılaşılan risklerin etkin bir şekilde yönetilmesi, stratejik yaklaşımlar ve uzun vadeli planlamalarla mümkün olacaktır(Allam, Sharifi, Bibri, Jones, & Krogstie, 2022). Gelecekte Metaverse'in sunduğu fırsatların daha da artması beklenmekte olup, bu dijital evrende başarılı olmak için şimdiden atılacak adımlar büyük önem taşımaktadır.

## 8. Sonuç

Dijitalleşme süreci, sanal rekreasyon ve Metaverse ekonomisinin şekillenmesine büyük katkı sağlamıştır. Sanal gerçeklik (VR), artırılmış gerçeklik (AR) ve karma gerçeklik (MR) gibi teknolojiler, geleneksel rekreasyon kavramını yeniden tanımlayarak, bireylerin dijital ortamlarda zenginleştirilmiş deneyimler yaşamasına olanak tanımaktadır. Metaverse, bu dönüşümün en ileri aşaması olarak kabul edilmekte olup, sadece bir eğlence platformu değil, aynı zamanda büyük bir ekonomik ekosistemdir. Kripto paralar, NFT'ler ve dijital mülkiyet gibi unsurlar, bu ekosistemin temel yapı taşlarını oluşturmaktadır. Bu yapı taşları, sanal dünyalarda gerçek dünya ekonomilerine paralel olarak gelişen yeni bir ekonomik düzenin habercisidir.

Sanal rekreasyonun, bireylere sunduğu esneklik, erişilebilirlik ve kişiselleştirme olanakları, bu alanın gelecekte daha da önem kazanacağını göstermektedir. Özellikle genç nesillerin dijital dünyalara olan ilgisi, bu alanın hızla büyümesine katkıda bulunacaktır. Ancak, sanal rekreasyon ve Metaverse ekonomisinin karşılaştığı zorluklar da göz ardı edilmemelidir. Teknolojik kısıtlamalar, dijital bölünme ve yasal düzenlemeler, bu alanın gelişiminde dikkate alınması gereken unsurlardır.

Gelecekte, sanal rekreasyonun yaygınlaşması ve çeşitlenmesi beklenmektedir. Bu süreçte, kullanıcıların deneyimlerini daha da zenginleştiren yeni teknolojilerin ortaya çıkması muhtemeldir. Aynı zamanda, Metaverse ekonomisinin büyüklüğü ve etkisi, küresel ekonomik dinamikler üzerinde önemli bir etkiye sahip olacaktır. Bu nedenle, dijitalleşme, sanal rekreasyon ve Metaverse ekonomisi üzerine yapılan çalışmaların artarak devam etmesi, bu alanın potansiyelini daha iyi anlamak ve yönlendirmek açısından büyük önem taşımaktadır.

## KAYNAKÇA

- Allam, Z., Sharifi, A., Bibri, S. E., Jones, D. S., & Krogstie, J. (2022). The metaverse as a virtual form of smart cities: Opportunities and challenges for environmental, economic, and social sustainability in urban futures. *Smart Cities*, 5(3), 771-801.
- Aydoğan, D., Yengin, D., & Bayrak, T. (2022). Sanatın hibrit gerçeklik alanı: ‘metaverse’. *Yedi*(28), 53-66.
- Aylan, F. K., & Aylan, S. (2020). Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik uygulamalarının rekreatif faaliyetlere yansımaları: dijital rekreasyon. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2746-2760.
- Baikulova, M., & Suderevskaia, E. (2019). Futures Research: The Application of VR and AR Emerging Technologies in New Media: Future of Immersive Visuals Online.
- Bayrak, A., Demirel, M., & Demirel, D. H. (2023). Dijital Oyun Bağımlılığının Ciddi Boş Zaman Faaliyeti Perspektifinden İncelenmesi. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*(11), 1-11.
- Belk, R., Humayun, M., & Brouard, M. (2022). Money, possessions, and ownership in the Metaverse: NFTs, cryptocurrencies, Web3 and Wild Markets. *Journal of Business Research*, 153, 198-205.
- Bermejo, C., & Hui, P. (2021). A survey on haptic technologies for mobile augmented reality. *ACM Computing Surveys (CSUR)*, 54(9), 1-35.
- Cheng, S. (2023). Metaverse and Blockchain. In *Metaverse: Concept, Content and Context* (pp. 83-106): Springer.
- Cýrus, J., Krmařík, D., Petrů, M., & Kočí, J. (2020). *Cooperation of virtual reality and real objects with HoloLens*. Paper presented at the Advances in Computer Vision: Proceedings of the 2019 Computer Vision Conference (CVC), Volume 2 1.
- Dargan, S., Bansal, S., Kumar, M., Mittal, A., & Kumar, K. (2023). Augmented reality: A comprehensive review. *Archives of Computational Methods in Engineering*, 30(2), 1057-1080.
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Baabdullah, A. M., Ribeiro-Navarrete, S., Giannakis, M., Al-Debei, M. M., . . . Cheung, C. M. (2022). Metaverse beyond the hype: Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International journal of information management*, 66, 102542.
- Ercan, F. (2022). Metaverse teknolojisinin gelecekte turizm sektörüne olası etkilerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(4), 1063-1092.

- Güncan, Ö. (2021). Sanal Rekreasyon Kavramının Özellik ve Temel Unsurlarını Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma. *Tourism and Recreation*, 3(1), 66-76.
- Güncan, Ö. (2023). The magical realistic world of the virtual recreation. *Journal of multidisciplinary academic tourism*, 8(1), 67-79.
- Hutzschenreuter, T., & Burger-Ringer, C. (2018). Impact of virtual, mixed, and augmented reality on industries.
- Keskin, U., & Bayram, A. (2023). Dijitalleşme Sürecinde Metaverse ve Eğitim. *Dijital Teknolojiler ve Eğitim Dergisi*, 2(1), 1-15.
- Künüçen, H. H., & Samur, S. (2021). Dijital çağın gerçeklikleri sanal, artırılmış, karma ve genişletilmiş gerçeklikler üzerine bir değerlendirme. *Yeni Medya*, 2021(11), 38-62.
- Lee, L.-H., Braud, T., Zhou, P., Wang, L., Xu, D., Lin, Z., . . . Hui, P. (2021). All one needs to know about metaverse: A complete survey on technological singularity, virtual ecosystem, and research agenda. *arXiv preprint arXiv:2110.05352*.
- Lee, L. N., Kim, M. J., & Hwang, W. J. (2019). Potential of augmented reality and virtual reality technologies to promote wellbeing in older adults. *Applied Sciences*, 9(17), 3556.
- Messinger, P. R., Stroulia, E., Lyons, K., Bone, M., Niu, R. H., Smirnov, K., & Perelgut, S. (2009). Virtual worlds—past, present, and future: New directions in social computing. *Decision support systems*, 47(3), 204-228.
- Paterson, M. (2020). *The senses of touch: Haptics, affects and technologies*: Routledge.
- Rokhsaritalemi, S., Sadeghi-Niaraki, A., & Choi, S.-M. (2020). A review on mixed reality: Current trends, challenges and prospects. *Applied Sciences*, 10(2), 636.
- Ruggeri, A. G., Marella, G., & Gabrielli, L. (2024). Market Value or Meta Value? The Value of Virtual Land during the Metaverse's Digital Era. *Land*, 13(8), 1135.
- Saracoglu, D. (2023). Metaverse and New Cybersecurity Threats. In *Metaverse: Technologies, Opportunities and Threats* (pp. 99-121): Springer.
- Sestino, A., Guido, G., & Peluso, A. M. (2022). Non-fungible tokens (NFTs). *Examining the Impact on Consumers and Marketing Strategies*.
- Sürmeli, D., Türkmen, N. C., & Fırat, E. G. (2024). Sanat ve Eğitimde Metaverse Kullanımının Ekonomik Etkileri: SWOT ve PEST Analizi. *Journal of Business and Trade*, 5(1), 55-73.
- Wang, M., Yu, H., Bell, Z., & Chu, X. (2022). Constructing an edu-metaverse ecosystem: A new and innovative framework. *IEEE Transactions on Learning Technologies*, 15(6), 685-696.

- Wang, Q., Li, R., Wang, Q., & Chen, S. (2021). Non-fungible token (NFT): Overview, evaluation, opportunities and challenges. *arXiv preprint arXiv:2105.07447*.
- Wei, W. (2019). Research progress on virtual reality (VR) and augmented reality (AR) in tourism and hospitality: A critical review of publications from 2000 to 2018. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(4), 539-570.
- McKinsey/Industries/Technology%20Media%20and%20Telecommunications/Media%20and%20Entertainment/Our%20Insights/Augmented%20and%20virtual%20reality%20The%20promise%20and%20peril%20of%20immersive%20technologies/Augmented-and-virtual-reality.pdf

## **2. Bölüm**

# **KURUMSAL İMAJ OLUŞUMUNDA SOSYAL SORUMLULUK UYGULAMALARININ ETKİSİ**

**Fadime DİLBER<sup>1</sup>**

---

<sup>1</sup> Doç. Dr., Karamaöglu Mehmetbey Üniversitesi, Yeni Medya ve İletişim, [fdilber@kmu.edu.tr](mailto:fdilber@kmu.edu.tr), Orcid: 0000-0002-0935-2593, Gsm.05319001945

## ÖZET

Kurumsal imaj, bir kurumun hedeflediği ve hitap ettiği kitlelerin zihninde ortaya çıkan resimdir. Başka bir tanıma göre kurumsal imaj, hedef kitlenin zihninde, kurum kimliğine yüklenen sıfatlar ve hakkında varılan yargılardır. Sosyal sorumluluk ise etik çerçevede bir kuruluşun ya da bir bireyin kendi çıkarlarının olduğu kadar toplumun genel çıkarları için de hareket etmesidir.

Hızla küreselleşen dünyada kurumların imaj ve itibarını korumak ya da geliştirmek adına sosyal sorumluluk projeleri yürütmesi zorunlu hale gelmiştir. Sosyal sorumluluk bilinci, hem kurumsal sosyal sorumluluk hem de toplumsal sosyal sorumluluk olarak hem çalışan gözünde hem hedef kitle gözünde kurum imajı için önemlidir. Rekabet ortamında marka ya da kurumun fark oluşturmaya ya da tercih edilmedeki mevcut konumunu koruması için toplumsal sorunlara çözüm üretmesi gerekmektedir. Bu çalışma kurumsal imaj oluşturma ve bu oluşturma aşamasında sosyal sorumluluğun etkisini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kurumsal İmaj, Sosyal Sorumluluk, Sosyal Sorumluluk Etkisi



## GİRİŞ

Günümüzde işletmeler, sadece ekonomik başarı hedefleriyle sınırlı kalmamakta, aynı zamanda topluma ve çevreye karşı sorumluluklarını yerine getirmek için çeşitli sosyal sorumluluk projelerine de yatırım yapmaktadır. Sosyal sorumluluk kavramı, işletmelerin toplumun beklentilerini karşılama, sürdürülebilir kalkınmayı destekleme ve etik değerleri ön planda tutma yükümlülüklerini ifade eder. Bu yaklaşım, işletmelerin toplumda olumlu bir imaj oluşturmasını sağlayarak, rekabet avantajı elde etmelerine katkıda bulunmaktadır.

Sosyal sorumluluk faaliyetleri, işletmelerin sadece ekonomik performanslarını artırmakla kalmayıp, aynı zamanda uzun vadeli stratejik hedeflerine ulaşmalarına da yardımcı olmaktadır. Özellikle çevre koruma, toplumsal kalkınma, eğitim ve sağlık gibi alanlarda yürütülen projeler, işletmelerin kamuoyu ve paydaşlar nezdinde daha olumlu algılanmasını sağlamaktadır. Bu faaliyetler, tüketicilerin işletmeye olan güvenini pekiştirirken, aynı zamanda işletmenin marka değerini de artırmaktadır.

Günümüzde var olabilme ve varlığını devam ettirebilme gayesinde olan markaların amaçlarına ulaşmak için toplumun isteklerine ve ihtiyaçlarına kulak vermesi, çevreyi koruması, toplumsal problemleri çözmek için geliştirilen projeler hazırlaması ya da mevcut projelere destek vermesi ekonomik ortamda bir zorunluluk olmuştur.

Gelişen medya kültürü ile hedef kitle aynı anda birçok mesaj almakta, kendisine iletilen mesajların kaynağı ile alakalı ürün, hizmet ve markaya yönelik ayırt etme zorluğu yaşamaktadır. Zamanla sadece ürün ve hizmet satın alma kavramı değişmiş hedef kitle artık markaların değer ve imajını da satın alır hale gelmiştir. Kurum ve markalar da bu satın alma algısı içerisinde hedef kitle ile duygusal bağ kurma yoluna gitmişlerdir. Bu sayede fark edilebilir ve vazgeçilmez olmayı hedeflemiştir. İşte bu hedef doğrultusunda en çabuk ses getiren ve en etkili olan yöntem olarak; sosyal sorumluluk stratejisini kullanmaya başlamışlardır.

Kurumsal olarak yürütülen sosyal sorumluluk projeleri sadece kuruma değil markaya da bir imaj oluşturmada ve bu imajı da hedef kitle zihninde resmetmektedir. Kurumlar günümüzde sosyal sorumluluk alanına daha çok bütçe ayırmakta ve reklam ögesi olarak sosyal sorumluluk projelerine destek olmaya özen göstermektedir. Bu çaba kuruma paydaşlar nezdinde olumlu bir imaj çizmekte ve tercih edilebilir boyut kazandırmaktadır.

Çalışanlar tarafından bakıldığında ise, çalışanların yaptıkları işten tatmin olmalarında ve bünyesinde oldukları kurumda çalışmaya devam etmelerinde

hem kurumun sahip olduğu imajın hem de kurumsal sosyal sorumluluğun etkisinin büyük olduğu görölmektedir (Bakan, vd., 2018).

Bu çalışmada, sosyal sorumluluk faaliyetlerinin kurumsal imaj üzerindeki etkileri ele alınacaktır. İlk olarak sosyal sorumluluk kavramı ve önemi üzerinde durulacak, ardından kurumsal imajın ne olduğu ve nasıl şekillendiği incelenecektir. Son olarak, sosyal sorumluluk faaliyetlerinin kurumsal imaj üzerindeki etkileri güncel örnekler ve literatür ışığında değerlendirilecektir. Çalışmanın amacı, sosyal sorumluluk stratejilerinin işletmelerin uzun vadeli başarısına nasıl katkıda bulunduğunu ve toplumla olan ilişkilerini nasıl güçlendirdiğini ortaya koymaktır.

## **YÖNTEM**

Bu çalışmada kurumsal imaj konusu ve kurumsal imaj üzerinde sosyal sorumluluk etkisi nitel bir çalışma yöntemi ile incelenmiştir. Çalışma kapsamında literatür üzerinde geniş bir perspektif açısıyla araştırma yapılmıştır. Konuyla alakalı kitap, tez, dergi ve makale incelemeleri yapılmış, konu içeriğine yönelik uygulama örnekleri değerlendirilmiştir. İnceleme neticesinde nitel bir çıkarımda bulunulmuş ve kavramsal bir çerçeve oluşturulmuştur.

## **ÇALIŞMANIN AMACI VE ÖNEMİ**

Araştırmanın amacı; kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının, kurumsal imaj üzerinde bir etkisinin var olup olmadığının belirlenmesidir. Çalışma; işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile kurumsal imajı arasındaki ilişkinin araştırılması amacıyla hazırlanmıştır. Çalışma aynı alanda çalışacak araştırmacılar için bir kavramsal çerçeve oluşturması açısından önemlidir. Aynı zamanda kurum kültürü, halkla ilişkiler, reklam gibi alanlarda çalışma yapılırken araştırmacı ve uygulayıcılara kolaylık sağlamak amaçlanmıştır. Bu kapsamda temel olarak şu soruların yanıtı aranmaktadır:

- Kurumsal imaj nedir ve nasıl oluşur?
- Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin kurumsal imaj üzerinde olumlu ya da olumsuz bir etkisi var mıdır?

### **1. İmajın Tanımı**

İmaj kelime olarak “image” kelimesinin karşılığıdır. Image kelimesi ise bir kişi veya nesnenin görüntüsel/resimsel benzeri anlamında kullanılmaktadır, Böylece zihinsel, sözel, algısal, optik, grafik imajlardan söz edebiliriz (Robins, 1999). Böyle bir tanım imaj için en geniş anlamında kullanılmaktadır.

Kişi, kurum ya da durum hakkında ortaya çıkan ve yapılan tüm görüşlerin toplamı imajın tanımını oluşturmaktadır (Peltekoğlu, 2014). İmaj kavramının

temeli sosyal psikolojiye dayanmaktadır. İmaj; kişi ve kurumda takdir görme, beğeni, benimsenme, tercih edilme gibi ihtiyaçlara cevap verir. İmaj, bir iletişim aracıdır. Kimliğiniz, işiniz, işinizdeki başarınıza imkân veren bir reklam panosudur (Linkemer, 1997). Bir başka deyişle de imaj olması arzu edilen her şeydir.(Okay, 2013).

İmajın öğelerini yargılar, olanaklar/hizmetler ve bilgilenme düzeyi oluşturmaktadır (Karpaz, 1999). İmaj oluşurken gelişen psikolojik fonksiyonlar ise; karar, basitleştirme, düzen, uyum, genelleştirme gibi fonksiyonlardır (Özüpek,2004).

## 1.2. İmajın Türleri

- **Kurum imajı:** müşterilerin ve çalışanların kuruma dair duygu, düşünce ve algılarının bütünüdür. Kurumun her bir ürününe ayrı ayrı zaman ve bütçe ayırmaktansa çevreye karşı pozitif ve güvenilir bir imaj oluşturmaya daha iyi sonuçlar almasına vesile olacaktır (Süceddinov,2008).
- **Ürün imajı:** bir ürünün şekli, rengi, boyutu gibi fiziksel özelliklerinin dışarıya yansıyan imajdır.
- **Marka İmajı:** Benzer görülen ürün ve hizmetlerin diğerlerinden ayrı bir yere koyulması amacıyla yapılan çalışmalar veya hizmet sırasında farkını belli edecek herhangi bir işarete marka denir. Bu işaretlere karşı müşteriler olumlu, olumsuz ve ya ilgisiz olmak gibi tepkiler vermektedirler. Bu göstermiş oldukları tepkiler marka imajını belirtmektedir (Yurdakul, 2003).
- **Kuruluşun kendi algıladığı imaj(Ayna İmaj):** İşletmecilerin ve üst düzey yöneticilerin kendi kuruluşlarını analiz edip değerlendirmesi ve buna yönelik bir imaj oluşturmaya olarak ifade edilmektedir.
- **Yabancı İmaj:** Belirli bir gücü elinde bulunduran işletmelerin kendini algılayış şekliyle benzeşmektedir (Canöz, 2015).
- **Transfer İmaj:** Bir firmanın belirli bir alanda olumlu imaja sahip imajını faaliyet gösterdiği sektör dışında bir sektöre yönelerek bu olumlu imajı bu alanda da kullanmasıdır.
- **Mevcut imaj:** İşletmenin, kurum ya da kişilerin içinde faaliyet gösterdiği toplum tarafından kabul gördüğü ortak algıdır.
- **İstenen imaj:** Kişi, kurum ya da işletmelerin gelecekte kendini içinde hayal ettiği resimdir.
- **Pozitif (Olumlu)İmaj:** Esas olarak şirketin müşterilerinin ve hedef kitesinin edindiği bilgi, deneyim ve deneyimler sonucunda olumlu bir

algı yaratılır ve olumlu izlenimler oluştuğunda işletme başarılı sayılır. Bu başarı markaların çevreleri üzerindeki olumlu imajdır (Biçer, 2006).

- **Negatif (Olumsuz) İmaj:** İşletmenin iç ve dış çevresinde davranışlarına veya müşteri deneyimlerine bağlı olarak akla gelen olumsuz şeylerdir.
- **Şemsiye İmaj:** Bütün imaj türlerini barındıran imaj tanımıdır. Marka ve ürünler bütünüdür. Ürün ve markanın hangi kuruluşa bağlı olduğunu belirten semboller şemsiye imajdır.
- **Kişisel İmaj:** Bir kişinin dış dünyaya yönelik amacını, hedefini ve tutumunu, ayrıca liderlik becerilerini ve dürüstlüğü, beden dilini ve iletişim becerilerini, tanınırlığını veya itibarını yansıtır.

### 1.3. Kurumsal İmaj

Kurumsal imaj, kuruluşun paydaşları tarafından geliştirilen kuruluş vizyonudur. Hedef kitlenin, hisse ortaklarının, medyanın, kamuoyunun ve diğerlerinin görüşleriyle kurumun dış dünyasının düşüncesinin tamamıdır(Hatch ve Schultz, 2003).

Hedef kitlenin kurum adını duyduğunda aklına gelen ilk resim ise kurumsal imajdır. (Bakan, vd., 2018). Geleneksel görüş açısında kurumsal imaj, işletme tarafından oluşturulan, yani işletme yöneticisinin kararıyla, en alt kademedeki işçinin ürün ve hizmet sunumundaki davranışına varıncaya kadar bütün aşamalarının uyum içerisinde olmasıdır. Bunun yanı sıra işletmenin başarıları, düzenlenen etkinlikler olarak görülmektedir(Zorlu, 2000).

James A. Bayton'un insanların kurumları insanlaştırdıkları fikrinden yola çıkarak, kurumlara insani vasıflar yüklenmekte (olgun, liberal gibi), kurumların kişilik özelliklerinin algılanışlarının toplamı kurumsal imajı tanımlamaktadır.(Gürbüz, 2018). Rakiplerinden bir adım öne geçmek kurumsal imaja önem vermek ile mümkündür. Bir kurumun olumlu imajı topluma da olumlu üretim ve hamleler olarak dönmektedir.

Kurumsal imaj çoğunlukla iletişim sürecinin alıcıyı ilgilendiren tarafındadır ve alıcı tarafından kurumun kabulünü tanımlar(Christensen ve Askegaard, 2001). Somut bir kavramdan ziyade kurumsal imaj soyut bir kavramdır. İşletme hedef kitle ile gerçekçi ve duygusal bir bağ kurar. Keller bir araştırmasında kurumsal imajı dört kategoride incelemiştir. Bu kategoriler; insanlar ve ilişkileri, değerler ve programlar, ürün nitelik ve faydalarına ilişkin ortak tutum ve değerlendirmeler, kuruluş güvenirligidir (Keller, 2000; Akt. Bakan, 2005). Bu kategorilerin genel çerçevede incelenmesiyle iki tür kurumsal imajdan bahsedilebilir; “dâhili imaj” ve “harici imaj”.

Dahili imaj bir kurumda çalışanların algıladığı imajdır. Harici imaj ise paydaş ve tüketicilerin algıladığı imajdır. Dâhili ve harici imaj birbiriyle

ilişkilidir. Harici imajın olumlu ya da olumsuz olması çalışanların kuruma dair imaj algısını da yönetir. Çalışanlar, paydaşlar, müşteriler, sendikalar, yatırımcılar, işletmenin pazar alanı, hammadde tedarikçisi, perakendeciler vb. hedef kitlelerin kişisel olarak algıladığı imajın tek ve tutarlı olması önemlidir(Kara, 2022). Bu imajı bir bütün olarak olumlu yönetmek kurumları kurumsal imaj oluşturmaya sevk eder.

Kurumları “kurumsal imaj” oluşturmaya yönlendiren nedenler şöyledir(Yeygel ve Elden, 2006).

- Reklam için veri tabanı oluşturmak,
- Basın ve medyada bilgi akışı sağlamak,
- Satış rakamlarını yükseltmek
- İtibar oluşturmak,
- İşçiye dair iyi bir kimlik oluşturmak,
  - Haklı kazanç sahibi olduğunu göstermek,
- Kurum içi uyumu sağlamak,
- Yatırımcı ve finansmanları etkilemektir.

#### **1.4. Kurumsal İmajın Gelişimi**

Bu kavramın, yüzyıllar önce bir kralın kendisini tanıtmak için ordusunun savaşlarda kullandıkları kalkanların üzerine St. George veya Lorraine haçına benzer işaret kullanmasıyla ortaya çıktığı bilinmektedir (Kara, 2022). Bundan sonraki süreçte ülke ve devletler bu uygulamayı hızla benimsemeye başlamıştır. Kurum imajı oluşturmada işletmeler ilk etapta kuruma ait tasarım, simge, amblem, logo ve isim kullanmayı tercih etmişlerdir (Howard, 1998). Kurumsal imaj oluşturmak 1960-1970’li yıllarda daha da önem kazanmıştır. İlerleyen yıllarda olumlu bir imaj oluşturmak için kurum; tüm ürünlerini değişmez standartla, doğru şekilde yansıtmayı ve bulunduğu her ortamda rakiplerinden ayrılarak hangi kuruma ait olduğunu fark ettirmeyi önclemiştir.

Kurumsal imaj zamanla sadece kurumsal kimlik ve görsel algıdan ziyade halkla ilişkiler ve pazarlama tekniklerini de kullanarak kurumun yöntemlerini, inançlarını, değerini, imajını kapsayan bir kavram haline gelmiştir (Howard,1998).

Günümüzde kurumsal imaj, kurumların ürün pazarlamasından tutun, reklam ve satış sonrası memnuniyete kadar tüm aşamaları çerçeveleyen bir kavram haline gelmiştir. Kurumsal imaj, bulunduğu toplumun değer ve yargılarına göre şekil alarak ilerlemiştir.

## **1.5.Kurumsal İmajı Belirleyen Etkenler**

### **1.5.1.Tanınmışlık**

İşletmelerin ürün ve hizmetlerinin piyasada yer edinmesine yönelik faaliyetleri (reklam, halkla ilişkiler, pazarlama) ile hedef kitlede pozitif bir algı oluşturarak fark edilir ve akılda kalır olmaya çalışmalarıdır (Schultz vd. 2001, 34; Akt, Uluçay, 2012).

### **1.5.2. Yönetim Kalitesi**

İşletmenin hedeflediği kalite doğrultusunda bütün kaynakların kullanılması ve bu kaliteye ulaşmak için uyumlu faaliyetlerin yürütülmesidir.

### **1.5.3. Ürün ve/ veya Hizmet Kalitesi**

İşletmenin ürettiği ürün ve hizmetin kurumun imajına katkıda bulunmasıdır

### **1.5.4. Finansal Başarı**

İşletmenin tablosal olarak artış gösterdiği ve bu artışın sürekli yönde olduğu finansal gücünü gösterir ki, bu durum paydaşların gözünde olumlu bir kurumsal imaj oluşmasını sağlayabilir (Demir, 2017).

### **1.5.5. Çalışma Çevresi**

İş görenlerin ve fiziksel varlıkların kurum imajına katkı sağlaması giderek artan bir etkidir. Özellikle hizmet sektöründe işletmeye ait fiziki varlıklara önem verilmesi kurumsal imaja olumlu katkı sağlamaktadır.

### **1.5.6. Sosyal Sorumluluk**

Bulunduğu toplum ile sürekli iç içe bulunan işletme içinde bulunduğu toplumun sosyal durumundan da etkilenmektedir. Bu sosyal durum işletmeye hem kurumsal hem de toplumsal davranışlar yüklemektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk, kurumun toplumun iyileşmesi ve iyi bir çevre oluşması adına gönüllü olarak katkı sağlamasıdır.

### **1.5. 7.İletişim Faaliyetleri**

İşletmenin iyi bir imaja sahip olması için işçileriyle, hedef kitlesiyle, kurumuna fayda sağlayacak olanlarla iyi bir iletişim kurması gerekmektedir. Reklam, halkla ilişkiler, sponsorluk faaliyetleri işletme için en önemli iletişim araçlarıdır.

### **1.5.8.Duygusal Çekicilik**

İşletmelerin çalışmalarında, reklamlarında, halkla ilişkiler çalışmalarında hedef kitle ile duygusal bağ kurması kurumsal imajını olumlu yönde etkilemektedir.

### **1.5.9.Görsel Kimlik**

İşletmelerin semboller, simgeler ve kelimelerle kendilerini tanıtmak için kullandıkları logo yada kurum adı görsel kimlik olarak tanımlanmıştır (Okay, 2018).

## **1.6. Kurumsal İmajın Oluşum Aşamaları**

Bir işletmenin olumlu imaj oluşturmasında soyut unsurlar etkilidir. Ve bu soyut etkenler zamanla oturur ve kurumsal imaj zihinlerde yer eder. Bunu değiştirmek zor ve masraflıdır. Bu yüzden kurumun ilk oluşum zamanlarında imaj alt yapısı sağlam oluşturulmalıdır. (Uluçay, 2012). Güçlü ve olumlu bir imaja sahip olmak için şu aşamalar uygulanmalıdır:

### **1.6.1.Sağlam bir altyapının oluşturulması**

İşletmelerin kurulurken sağlam bir misyona ve vizyona sahip olarak kurulması olumlu imajın ilk adımıdır. İşletmenin değer algısı, hedefleri, üst yönetim ve çalışanlarıyla uyumlu bir kadro oluşturması altyapının kalitesini oluşturur. Aynı zamanda bir işletmede yapılacak değişiklik de köklü ve bu altyapıyı da kapsayacak şekilde olmalıdır.

### **1.6.2.Dış imajın oluşturulması**

Kurum hakkında hedef kitlenin temel algısı kurumun dış imajını oluşturur. Bu algıyı oluşturan öğeler ise; müşteri tatmini, ürün kalitesi, sponsorluk, sosyal sorumluluk, reklam, medya ilişkileri gibi unsurlardır (Kara, 2022).

### **1.6.3. İç imajın oluşturulması**

Kurum çalışanlarının gözündeki imaj, iç imajdır. Dış imaj ile kuruma gelen hedef kitle çalışanların tavır ve sunumlarından etkilenir. Bu yüzden iç ve dış imajın uyum içerisinde olması gerekir. Bu da kurum içi motivasyon ile mümkündür. İç imajı olumlu yönde oluşturmak için çalışanlara yönelik şu unsurlar yer almalıdır:

- Çalışan kurumun gelecek hedeflerini bilmeli ve bu hedeflerden memnun olmalıdır,
- Yönetim ve çalışan arasında saygı olmalıdır,
- Kurum içi dürüstlük ilkesi benimsenmelidir,

- Çalışanların hedef ve fikirlerini önem verilmelidir,
- Çalışanlar takdir edilmelidir,
- Terfi imkânı sağlanmalıdır,
- Çalışan insani kıymet gördüğünü hissetmelidir (Özüpek,2005).

#### **1.6.4.Soyut imajın oluşturulması**

Kurumun altyapısı, iç ve dış imajı birleşerek soyut imajı oluşturur. Hedef kitle ile duygusal bağ kurmayı sağlayan soyut imajdır.

#### **1.7. Olumlu Bir Kurumsal İmajın Kuruma Katkıları**

Kurumun oluşturduğu olumlu imajın, finansal açıdan kattığı değer, pazar açısından kattığı değer ve insan kaynakları açısından kattığı değer gibi katkıları olduğunu öne sürmüştür(Güzelcik, 1998).

- **Finansal Açıdan Kattığı Değer**

Yepyeni bir ürün, marka ve hizmet geliştirmektense var olanlara olumlu bir imaj yüklemek daha az maliyetlidir. Bu yüzden hedef kitlenin zihnindeki olumlu resim kuruma finansal açıdan güç ve fırsat sunar.

- **Pazar Açısından Kattığı Değer**

Güçlü bir imaj kuruma pazarda da daha geniş ve farklı bir pay sunar. Rakiplerinden daha önde ya da farklı olarak zihinlerde kalma imkânı sağlar.

- **İnsan Kaynakları Açısından Kattığı Değer**

Güçlü bir kurum imajı kalifiye iş gücünü etkisi altına almakta ve o işletmeyle çalışmak için harekete geçirmektedir (Güzelcik, 1998).

Kurumsal imajın kuruma diğer faydaları da aşağıdaki gibidir.

- Yetenekli ve nitelikli çalışanları işletmeye çekmek,
- İstikrarı arttırmak,
- Risk azaltmak,
- Kurum içi rahat bir etkinlik alanı oluşturmak (Kara,2022).

## **2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Hakkında Kavramsal Çerçeve**

### **2.1. Sosyal Sorumluluk**

Sosyal kelimesi sözlükte toplumla ilgili, topluma ilişkin, içtimai, maşerî olarak açıklanmıştır. Sorumluluk kavramı ise Kişinin kendi davranışlarını veya kendi yetki alanına giren herhangi bir olayın sonuçlarını üstlenmesi; sorum, mesuliyet, uhde demektir. (Türk Dil Kurumu) Sosyal sorumluluk, etik çerçevede bir kuruluşun ya da bir bireyin kendi çıkarlarının olduğu kadar toplumun genel çıkarlarının yararına da hareket etmesi durumudur (Wikipedia).



Sosyal Sorumluluk kurumun topluma karşı hesap verme ve görevlerini yerine getirme zorunluluğudur. Kurumun sosyal bir varlık olarak hizmet verdiği toplumun beklentilerine karşı duyarlı olması ve bu beklentilere yönelik faaliyetler göstermesidir. Bir kurumun çevresi; çalışanlar müşteriler, ortaklar, yatırımcılar, devlet, tedarikçiler, hisse sahipleri, rakip işletmelerden oluşmaktadır. Kurum kendi ekonomik ihtiyaçlarını karşılarken içinde bulunduğu bu çevrenin de beklentilerine hem ekonomik hem de sosyal olarak cevap vermelidir.

Sosyal sorumluluk, işletmelerin toplumun beklentilerine uygun olarak hareket etmesi ve ekonomik, çevresel, sosyal alanlarda sorumluluk alması anlamına gelir (Carroll, 1991). Sosyal sorumluluk faaliyetleri, işletmelerin yalnızca ekonomik hedeflere odaklanmaktan ziyade, çevreyi koruma, toplumsal kalkınmaya katkıda bulunma, çalışan haklarını gözetme gibi alanlarda da aktif rol almasını gerektirir (Kotler ve Lee, 2005). Bu sayede işletmeler, toplum nezdinde daha olumlu bir imaj elde ederler.

Sosyal sorumluluk fikri sadece işletmeler için geliştirilmesine rağmen toplumda yer alan ve kuruluşu gereği kamu yararına faaliyet gösteren kamu kurumlarını ve sivil toplum kuruluşlarını da içine almaktadır (Kara, 2022).

## **2.2.Kurumsal Sosyal Sorumluluk**

Yeşil Kitap'taki (Green Paper) tanıma gör kurumsal sosyal sorumluluk *"şirketlerin sosyal ve çevresel duyarlılıklarını, iş süreçleri ve paydaşları ile olan ilişkilerine gönüllü olarak entegre etmesini öngören bir kavram"* (COM, 2001) olarak tanımlanmıştır.

Bir başka tanıma göre işletmenin faydasına olacak faaliyetlerin geri planda tutulup, hukuk kurallarına uygun faaliyetlerde bulunarak topluma ve gelecek nesillere faydalı olabilmeye sürecidir( McWilliams ve Siegel, 2001).

Kurumsal imaj, işletmenin kamuoyu ve paydaşlar tarafından algılanma biçimini ifade eder. Güçlü bir kurumsal imaj, işletmenin rekabet avantajı elde etmesinde önemli bir rol oynar. Sosyal sorumluluk faaliyetleri, işletmelerin topluma karşı duyarlı bir imaj sergilemesine yardımcı olarak, bu imajın güçlenmesine katkı sağlar (Sen ve Bhattacharya, 2001). Sosyal sorumluluk projeleri, işletmenin sadece ürün ve hizmetleriyle değil, aynı zamanda topluma olan katkılarıyla da hatırlanmasını sağlar.

İşletmenin planladığı ticari politika ve yöntemlerin topluma karşı olumlu etkiler yaratması amacıyla sosyal ve toplumsal değerlerle uyumlu hale getirilerek faaliyet göstermesi kurumsal sosyal sorumluluk kavramını ifade etmektedir (Ersöz, 2009). Kurumsal sosyal sorumluluk çalışanların eğitimini sağlamak, toplumsal ahlaki değerleri korumak, hukuk kurallarına uymak, çevrenin korunmasını sağlamak gibi

sosyal sorumlulukları vardır. Kurumsal sosyal sorumluluk bir hayırseverlik değil sosyal konulara önem veren bir yönetim biçimidir. (İliç, 2010).

### **2.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Tarihsel Gelişimi**

Kurumsal sosyal sorumluluk dinlerin varoluşundan beri kullanılan ancak isimlendirilmeyen bir kavramdır. Ticaret, haksız kazanç, rüşvet gibi konularda verilen öğütlerin olduğu belgeler çok eski yıllarda kurumsal sosyal sorumluluk kavramının olduğunu göstermiştir. 1800'lü yıllarda işletmelerin büyümesiyle bu kavram daha profesyonel kullanılmaya başlamıştır. Bu konuda ilk hamle Sears şirketi tarafından 1936 yılında sosyal sorumluluk ve davranış biçimleri hakkında tartışmak üzere toplantılar düzenlenmesiyle artmıştır(Halıcı, 2001).

1950'li yıllara kadar işletmeci ve iş insanı kavramı ön planda iken, 1959'dan sonra kurumlar daha aktif hale gelmiştir. Howard R. Bowen 1953 yılında "Social Responsibilities of Buesinessman" adlı eserini yazarak modern kapsamda kurumsal sosyal sorumluluğun temelini atmıştır(Kara, 2022). 1970-1980'li yıllarda Harold Johnson, Keith Davis, Thomas M. Johnes, Frank Tuzzoino ve Barry Armandi, Dalton gibi yazarlar kurumsal sosyal sorumluluk kavramı üzerine yazılar yazarak konuyu geliştirmiş ve gündemde tutmuştur. Baryy Armandi ihtiyaçlar hiyerarşisinde işletmelerin de ihtiyaçları olduğu fikriyle sosyal sorumluluk kavramına dikkat çekmiştir.

1980 yıllarında kurumsal sosyal sorumluluk ihtiyaç sahiplerine yardım, geri dönüşüm, halk sağlığı, çalışan koşullarının iyileştirilmesi gibi konularda odaklanmıştır. Dünya üzerinde yolsuzluk skandallarının (Worldcom, enron. vb.) artması, kurumsal yönetim, iş ahlakı gibi kavramların öne çıkması kurumsal sosyal sorumluluk konusunun önem kazanmasını sağlamıştır. Aynı zamanda AB, ILO, BM ve OECD gibi oluşumlar kurumları sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönlendirmiştir.

Türkiye'de kurumsal sosyal sorumluluk tarihi ise, Osmanlı'daki vakıf ve lonca faaliyetlerine kadar dayanmaktadır. Milli kütüphanelerin incelenmesiyle kurumsal sosyal sorumluk kavramının literatüre 1923-2005 yıllarında girdiği görülmüştür. 1967'de Atilla Gönenli "Yöneticinin Amacı Sadece Kâr mıdır?" makalesiyle kurumsal sosyal sorumluluğa dikkat çekmiştir. 1970'lerde bu konuda çalışmalar yoğun iken ekonomik ve sosyal sıkıntılar nedeniyle 1980-1990'lı yıllarda bu faaliyetlerde azalma görülmüştür.

2000-2006 yıllarında kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları yeniden artmıştır. Daha sonra kurumsal sosyal sorumluluk kavramı kurumsal imaj için bir pazarlama alanına dönüşmüştür. Günümüzde çoğu kurum sponsorluk projeleriyle imajını değiştirmeye ve şekillendirmeye çalışmaktadır (Kahraman, 2016).

## **2.4.Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Önemi**

Kurumsal sosyal sorumluluk toplum ve kurumların ortak faydada buluşması, dürüst ve güvenli bir iletişim alanı oluşturmasında büyük önem taşımaktadır. Kurum toplum nezdinde olumsuz imajını olumluya çevirmek ya da mevcut olumlu imajı pekiştirmek için sosyal sorumluluk faaliyetleri yürütür (Pusak, 2014). Böylece işletmeler buldukları toplumun refah seviyesinin yükseltilmesinde ve devamlılığında etkili olur. Sosyal sorumluluk projeleri de işletmelerin içinde bulunduğu toplum kültürüne göre şekil alır. Sanayi devrimine kadar “hayırseverlik” olarak dini değerleri ile yürütülen sosyal sorumluluk kavramı sanayi devriminden sonra çalışan hakları ve toplum refahını temel almıştır.

Malzeme, emek, bilgi, enerji gibi hizmetler üreten işletmeler aynı zamanda toplum içerisinde aksaklıklara da neden olabilirler. Bu sorunları çözmek için ise nitelikli çalışan ve ekonomik kaynakları kullanırlar. Sosyal, çevresel ve ekonomik sorunlara (toplumsal paylaşım ve katkı, ekolojik yapının korunması, çevrenin olası zararlara karşı korunması, iş güvenliği ve istihdam gibi) ilişkin sorunların çözüme ihtiyaç duyduğu dünyamızda kurumsal sosyal sorumluluk bulunduğu toplumun yaşam standardının düzenlenmesi ve iyileştirilmesi ile aynı anlamda kabul edilmektedir (Başarır, 2003). Kısaca kurumlar için sosyal sorumluluk faaliyetleri zorunlu hale gelmiş hem toplum hem de kurum için her iki tarafa da kazandıran bir kavram olmuştur.

## **2.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modelleri**

### **2.5.1. Ackerman Modeli**

Bu modelde işletme herhangi bir dış etmenin baskısı olmadan kendisi inisiyatif kullanarak toplumsal konulara duyarlıdır ve iyileştirme projelerine isteklidir. Ackerman’a göre kurumsal sosyal sorumluluğun 3 aşaması vardır;

- Sosyal sorumluluğun politika aşaması
- Sosyal sorumlulukların öğrenme aşaması
- Sosyal sorumlulukların örgütsel Yükümlülük aşaması

### **2.5.2. Carroll’un Sosyal Sorumluluk Modeli**

Carroll modeli sosyal sorumluluk; ekonomik, yasal, etik ve hayırseverlik (gönüllü) kategorilerini kapsar. Bu dört temel beklenti önceden sunulmuş tanımlardan bazılarıyla bağlan olmasına rağmen işletmelerin sosyal sorumluluklarını daha bütüncül şekilde gruplandıran bir sosyal sorumluluk görüşünü ifade eder(Carroll, 1979).

### **2.5.3. Frederick'in Sosyal Sorumluluk Modeli**

İşletmelerin toplumun beklenti ve ihtiyaçlarına yön vermesi gerekliliği konusu bir de William Frederick tarafından öne sürülmüştür. Frederick bu sorumluluğu 4 kapsamda ele almıştır.

- Kurumsal sosyal sorumluluk
- Kurumsal sosyal duyarlılık
- Kurumsal sosyal doğruluk
- Evren, bilim, din (Frederick, 1998).

### **2.5.4. Davis'in Sosyal Sorumluluk Modeli**

Davis, işletmelerin sosyal sorumluluk kavramını 5 maddelik hipotezlerde toplamıştır. Bu hipotezler şu şekildedir (Davis, 1997, 46-51; Akt. Top ve Öner, 2008):

- Sosyal sorumluluk kurumlara emanet edilen sosyal güçten kaynaklanır.
- Toplumsal faaliyetlere açık olunmalıdır.
- Sosyal sorumlulukların oluşturacağı maliyetler vardır.
- Sosyal sorumluluk kullanıcılar tarafından karşılanır.
- Tüzel kişilik olarak işletmelerin sosyal sorumlulukları vardır.

### **2.5.5. Lantos'un Sosyal Sorumluluk Modeli**

İşletmelerin sorumluluk alanlarına dikkat çeken modellerden bir diğeri de Lantos tarafından ileri sürülmüştür. Bu modelde üç boyutlu bir sınıflandırma geliştirmiştir(Lantos, 2001).

- Etik kurumsal sosyal sorumluluk
- Hayırseverlik temelli Kurumsal sosyal sorumluluk
- Stratejik kurumsal sosyal sorumluluk

## **3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Avantajları**

Bir işletme kurumsal sosyal sorumluluk projeleri yürütürken sosyal ve ahlaki avantajlar elde eder. Bunlardan bazıları şöyledir.

- Hedef kitlesi, paydaşları, çalışanları ve toplum nezdinde olumlu bir imaja sahip olur.
- Var olan müşteri potansiyelini elde tutar ve yeni bir portföy kazanır.
- Yatırımcı ve tedarikçi sayısı artar.
- Rekabet gücü artar.
- Yönetim kolaylaşır.
- Çalışan motivasyonu ve iş verimliliğini artırır.
- Üretim kapasitesi ve verimi artırır

### 3.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kurumsal İmaj Etkisi

Araştırmalar, sosyal sorumluluk faaliyetlerinin kurumsal imaj üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Örneğin, Brown ve Dacin (1997) tarafından yapılan bir çalışmada, sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunan işletmelerin, bulunmayanlara kıyasla daha olumlu bir kurumsal imaja sahip olduğu bulunmuştur. Ayrıca, sosyal sorumluluk projelerine katılan işletmelerin müşterileri, bu işletmeleri daha güvenilir ve etik bulmakta, bu da işletmelerin uzun vadeli başarısını desteklemektedir (Maignan ve Ferrell, 2004).

Kurumsal imaj oluştururken markanın görünür ve bilinir bir kimliğe kavuşması hedeflenir. Bu görünür imaj paydaşlarla duygusal bir bağ kurularak yapılır. Çünkü artık hedef kitle fiziksel ve sembolik özelliklerden ziyade kalite ve duygusal beklentiye göre hareket etmektedir. Bu nedenle kurumun kalite ve imaj yönünden diğerlerinden ayrılması gerekir (Van de Ven, 2008). Bu ayrışma çalışması reklam, halkla ilişkiler, pazarlama yöntemleri ve kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları ile yapılır. Kurum sosyal sorumluluk faaliyetleriyle hedef kitleye “iyi, kurumsal ve küresel işletme” olduğu imajını verir. (Yönet, 2005).

Çevreciler, sivil toplum ve tüketiciler artık daha bilinçli ve seçici hareket etmektedir. Kurumların toplumdaki imajını değerlendirirken; duygusal ve psikolojik marka özelliklerine odaklanmaktadır. Kurumun devlete olan yükümlülüklerini nasıl yerine getirdiği, çalışanlarına verdiği değer, tüketiciyi bilgilendirme modeli, toplumsal gelişime katkısı gibi unsurlar kurumun psikolojik marka değerini oluşturur (Pringle ve Gordon, 2001).

Hedef kitleyi fiyatına bakmaksızın işletmeye çekebilmek için kurumlar etik, duygusal ve akılcı hamleler ile yarış içindedir. Geçmişten günümüze kadar bu yarış devam etmektedir. Günümüzde de “güven ve itibar” kurumların daha fazla emek ve zaman harcadığı bir kavram haline gelmiştir. İşte bu güven ve itibar, kurumun sosyal sorumluluk faaliyetleri ile kazanılmaktadır. Rakiplerinden ayrıışan kurum sosyal sorumluluk çalışmalarıyla şeffaf ve dürüst bir imaj elde etmektedir. Toplumdan aldığını topluma geri veren bir kurumsal imaj çizmektedir (Özdemir, 2009). Bu nedenle kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri; farklılaştırma, saygınlık ve itibar yaratma, şeffaflık sağlama, empati kurma ve katkıda bulunma gibi katkılar sunarak, hem kurumsal hem de marka oluşturma kapsamında da hedeflere ulaşmak için temel bir hamle görevini üstlenmektedir (Yönet, 2005). Maddi açıdan bakıldığında da kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri reklam ve halkla ilişkiler çalışmalarına oranla daha az maliyetlidir.

Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları kuruma çalışanları gözünde de olumlu bir iç imaj sağlamaktadır. Hedef kitleyi bilgilendirme görevini de üstlenen sosyal sorumluluk projeleri olumlu bir dış imaj oluşturmaktadır.

Böylece hedef kitleyi lehine satın alma kararına yönlendirmektedir (Tıgılı vd. 2007). Kurum imajını olumlu yönde oluşturmak ve korumak için ulusal ve dünyaca ünlü bütün markalar kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları yapmaktadır.

Kurumların sosyal sorumluluk çalışmalarıyla rekabet ortamında ön plana çıkan kurumlar her ne kadar bu projeleri başarıyla uygulasa da ekonomik ve yasal düzenlemelere riayet etmedikçe başarısız olacaktır.

## SONUÇ

Günümüz ekonomik ve sosyal şartlarında bilinçli tüketici kitlesinin hızla artmasıyla işletmeler toplum tarafından sorgulanan ve değerlendirilen bir noktadadır. Toplum artık verdiğini kısmen de olsa geri almak istemektedir. Toplumun ekonomik açıdan zor günler yaşadığı günümüzde, tüketici bu duruma rağmen duygusal hareket etmekte fiyat göz önünde bulundurmaksızın duygusal bağ kurduğu kurumu tercih etmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti yürüten marka ve kurumlar toplumda daha saygın bir yer edinmektedir. Bu saygınlık kuruma ve markaya dair zihinlerde olumlu bir imajın göstergesidir. Bunu bilinçli ve istekli olarak yürüten işletmeler Pazar alanında tercih edilir noktadadır.

Çalışanların şartlarının iyileştirilmesi, çalışana verilen değer, tüketici bilinci oluşturma, çevresel destek, sağlık, spor, eğitim, istihdam, kültür-sanat gibi birçok alanda toplum sorunlar yaşamaktadır. Bu alanlarda toplumsal sorunlara destek olan işletmeler hedef kitle ile duygusal bir bağ kurmaktadır. Yasal görev ve yükümlülüklerini de eksiksiz yerine getiren işletmeye karşı bu duygusal bağ giderek pekişmektedir. Böylelikle oturan ve gelişen bir kurumsal imaj söz konusudur

Sosyal sorumluluk bilinci gönüllülük çerçevesinde yürütülse de, işletmeye kar ve tedarikçi getirileri ile finansal bir değer de katmaktadır. Aynı zamanda bu durum işletmenin kendisiyle benzer ekonomik faaliyetler yapan işletmelerden hızla ayırt edilmesini sağlamaktadır.

Sosyal sorumluluk çalışmalarının kurumlar tarafından yürütülmesi, yapılan işlerin kalitesini ve uygulanabilirliğini de arttırmaktadır. Toplumsal sorunların çözümü kolaylaşmakta bu da kurumlar aracılığı ile devletin yükünü hafifletmektedir. Bu durum hangi ülke ve toplumda olursa olsun sempati ile karşılık bulmuştur.

Sonuç olarak işletmenin kuruluşundan başlayarak iç ve dış imajın en iyi hale gelmesini sağlayan aşamaların her birinde sosyal sorumluluk bilinci vardır. Çalışandan tedarikçiye, yöneticiden kurumsal alt yapıya, reklamdaki halkla

ilişkilere kadar zaman ve emek harcanarak oluşturulan imaj, sosyal sorumluluk ile zirveye ulaşmaktadır.

Sosyal sorumluluk, modern işletmeler için vazgeçilmez bir strateji haline gelmiştir. Kurumsal imajın oluşumunda sosyal sorumluluk faaliyetlerinin rolü büyüktür ve bu faaliyetler, işletmelerin toplum nezdinde olumlu bir imaj elde etmelerine ve sürdürmelerine yardımcı olmaktadır. İşletmelerin, sürdürülebilir başarı için sosyal sorumluluk projelerine yatırım yapmaları önem arz etmektedir.

## KAYNAKÇA

- Bakan, İ., Doğan, İ. F., Koçdemir, M., & Oğuz M. (2018). Kurumsal sosyal sorumluluk, kurumsal imaj ve iş tatmini ilişkisi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(12), 205-226.
- Başarır, M. (2003). *İşletmelerin sosyal sorumluluğu ve halkla ilişkiler*. Konya: [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi], Selçuk Üniversitesi.
- Brown, T. J., & Dacin, P. A. (1997). The Company and the Product: Corporate Associations and Consumer Product Responses. *Journal of Marketing*, 61(1), 68-84.
- Canöz, N. (2017). Türkiye'deki Havayolu İşletmelerinin Hizmet Anlayışlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 20(2), 192-205.
- Carrol A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Carroll, A.B., (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, *Business Horizons*, <http://www.cbe.wvu.edu/dunn/Reprint.pyramidofcsr.pdf>.
- Christensen, Lars Thoger and Askegaard, Soren. (2001). Corporate identity and corporate image revisited: a semiotic perspective. *European Journal of Marketing*, 35 (3/4), 292-315.
- Davis, Keith. (1997). Five Propositions for Social Responsibility”, *Managing Corporate Social Responsibility*, (Ed. Archie B. Carroll). Boston: Little, Brown
- Demir, S. (2017). Kurumsal imaj ve işveren markası yolunda yetenek yönetiminin rolü: Kahramanmaraş ili bankacılık sektöründe bir uygulama. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Doktora Tezi*.
- Elden, M., & Yeygel, S. (2006). Kurumsal reklamın anlattıkları. *Beta Yayınları*.
- Ersöz H.Y. (2009). İşletmelerin sosyal sorumluluk anlayışının gelişiminde meslek kuruluşlarının rolü. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 87-123.
- Frederick, W. C. (1998). Moving to CSR4. What to Pack for the Trip, *Business and Society*. Vol. 37, Iss. 1, pp. 40 – 59.
- Gürbüz, S. (2018). Kurumsal İmaj Oluşturmada Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri: İzlenim Yönetimi Taktiklerinin YouTube Videolarında Kullanımı. *Konya Sanat*, 28-41.
- Güzelcik, E. (1999). “Küreselleşme ve İşletmelerde Değişen Kurum İmajı”, *Doktora Tezi*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.



- Halıcı, A. (2001). İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Stratejileri: Çanakkale İlinde Bir Araştırma. Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 7(1): 11-26.
- Hatch, M. J. And Schultz, M. (2003). Bringing the corporation into corporate Branding. European Journal of Marketing, 37 (7/8), 1041-64.
- Howard, S. (1998). “Corporate Image Management”, Singapore. Butterworth Heinemann.
- İliç, D.K. (2010). İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk düzeylerinin belirlenmesine yönelik bir literatür taramasına yönelik bir literatür taraması. Ege Akademik Bakış 10(1), 303- 318.
- Kahraman A. (2016). Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ürüne ilişkin kriz dönemlerinde tüketicilerin satın almaya yönelik davranışlarına etkisi: Atfetme teorisine yönelik bir uygulama. Manisa: [Doktora Tezi], Celal Bayar Üniversitesi.
- Kara, N. (2022). Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Kurumsal İmaj ve Kurumsal Kimlik Üzerine etkisi: Bir Alan Arştırması. Kahramanmaraş: Sütçü İmam Üniversitesi, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Karpat, I. (1999). Bankacılık Sektöründe Örneklerle Kurumsal Reklam. İstanbul: Yayınevi Yayıncılık.
- Keller, K. L. (2000). Building and Managing Corporate Brand Equity”, The Expres sive Organization. Linking Identity, Reputation, and the Corporate Brand için de, Eds. Majken Schultz, Mary Jo Hatch, ve Mogens Holten Larsen: New York: Oxford University PressInc.,pp.115-137.
- Kotler, P. ve Lee, N., (2006). Kurumsal Sosyal Sorumluluk. Çeviren Sibel Kaçamak, İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause. John Wiley & Sons.
- Lantos, G. P. (2001). The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility. Journal of Consumer Marketing, (18): 595 – 632.
- Maignan, I., & Ferrell, O. C. (2004). Corporate Social Responsibility and Marketing: An Integrative Framework. Journal of the Academy of Marketing Science, 32(1), 3-19.
- McWilliams A, ve Siegel D. (2001). Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm. Perspective, The Academy of Management Review , Vol. 26, Iss. 1, pp. 117- 127.
- Okay, A. (2013). Kurum Kimliği. İstanbul: Derin Yayınları, 7. Baskı.
- Özdemir, H. (2009). Kurumsal sosyal sorumluluğun marka imajına etkisi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, s.57-72.

- Özüpek, N. (2004). Kurum imajında sosyal sorumluluk: Kurumsal ve uygulamalı bir çalışma. Selçuk Üniversitesi Yayınlanmış doktora tezi, Konya.
- Peltekoglu, F. B.ve Tozlu, E. . (2018). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Dijital Paydaşları; Sosyal Medya Fenomenleri. Erciyes İletişim Dergisi, 5 (4), 285-299.
- Pringle H., Gordon W. (2001). Marka Kültürü. İstanbul: Çev. Neşe Olcaytu, Skala Yayıncılık.
- Pusak, S. (2014). Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluk üzerine bir araştırma şirketlerin periyodik yayınlanan kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının içerik analizi. [Doktora tezi], Çağ Üniversitesi.
- Sen, S., & Bhattacharya, C. B. (2001). Does Doing Good Always Lead to Doing Better? Consumer Reactions to Corporate Social Responsibility. Journal of Marketing Research, 38(2), 225-243.
- Süceddinov, Ş. (2008). Kurumsal kimlik, kurumsal imaj oluşturma süreci ve bir araştırma. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.
- Tıgılı M., Pirtini S. ve Çelik C. (2007). “Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Genç Tüketicilerin Marka Farkındalığı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesine Yönelik Araştırma”. [http://www.prbu.com/kitaplik/KSS\\_Enstitu27\\_Sayi\\_9\\_1\\_07.pdf](http://www.prbu.com/kitaplik/KSS_Enstitu27_Sayi_9_1_07.pdf).
- Top, S. ve Öner, A. (2008). İşletme Perspektifinden Sosyal Sorumluluk Teorisinin İncelenmesi. ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi. 4(7): 97-110.
- Uluçay, T. D. (2012). Yaşar üniversitesi kurumsal imajının üniversitenin farklı paydaş grupları tarafından algılanışı. Doktora Tezi: Eskişehir Anadolu Üniversitesi.
- Van de Ven, B. (2008). “An Ethical Framework for the Marketing of Corporate Social Responsibility”. Journal of Business Ethics, (82),339–352.
- Wikipedia. (Erişim tarihi 2023, 11 15). [www.wikipedia.org: https://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal\\_sorumluluk](https://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_sorumluluk) adresinden alındı
- Yönet E. (2005). “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışında Son Dönemeç: Stratejik Sorumluluk”. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (Cilt:8, sayı:13), 239-265.
- Yurdakul, N. B. (2003). İşletme yönetiminde iki stratejik görev: İmaj-marka yönetimi ve müşteri ilişkileri yönetimi. Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8.
- Zorlu, N. (2000). Etkili Kurumsal İmajda Halkla İlişkiler. İstanbul Üniversitesi: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

### **3. Bölüm**

## **MEDYA DİPLOMASİSİ VE TRT ÖRNEĞİ**

**Fadime DİLBER<sup>1</sup>**

---

<sup>1</sup> Doç. Dr., Karamaolu Mehmetbey Üniversitesi, Yeni Medya ve İletişim, [fdilber@kmu.edu.tr](mailto:fdilber@kmu.edu.tr), Orcid: 0000-0002-0935-2593, Gsm.05319001945

## ÖZET

Medya diplomasisinin önemini ve Türkiye'nin uluslararası alandaki diplomatik faaliyetlerinde TRT'nin oynadığı rolü incelemektedir. Medya diplomasisi, ülkelerin küresel kamuoyunu etkilemek ve dış politikalarını desteklemek amacıyla medya araçlarını kullanmalarını ifade eder. Bu çerçevede TRT, Türkiye'nin stratejik iletişim araçlarından biri olarak ön plana çıkmaktadır. TRT'nin farklı dillerde yayın yapan kanalları ve uluslararası platformlardaki varlığı, Türkiye'nin diplomatik mesajlarını yaymada ve yumuşak gücünü artırmada kritik bir rol oynamaktadır. Çalışma, TRT'nin medya diplomasisi kapsamında gerçekleştirdiği faaliyetleri, içerik üretimi, yayın politikaları ve hedef kitesine yönelik stratejiler bağlamında ele alarak, bu faaliyetlerin Türkiye'nin uluslararası imajına ve diplomatik hedeflerine katkılarını tartışmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Medya, Medya Diplomasisi, TRT.

## GİRİŞ

İletişim, toplum ve medya arasındaki ilişki önemli meselelerden birisini oluşturmaktadır. İletişim dil aracılığıyla toplumun tüm bireyleri bir arada tutarak toplumsal bütünlüğü sağlayan önemli bir araçtır. İster gelişmemiş ister gelişmiş bir toplum olsun ortak bir dile, kültüre, göstergelere ve hepsini kapsayan iletişime sahip olmayan bir toplumu düşünmek mümkün değildir. Ülkeler, kendi çıkarlarını koruyabilmek ve sürdürebilmek amacıyla mesajlarını kitle iletişim araçlarıyla hem kendi iç kitlesine hem de tüm dünyaya duyurmaktadır(Arca, 2020).

Medya ve iletişimin toplumlar ve toplumlar arasındaki etkileşimde günümüzdeki yeri hayati bir öneme sahip olsa da bu önemin arkasında tarihsel bir süreç vardır. Gazete, dergi, radyo gibi geleneksel kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte onlara son dönemde internet, bilgisayar ve cep telefonları gibi yeni iletişim teknolojileri de eklenmiş küreselleşme olgusu gündün güne büyümüş bunun neticesinde ise ülkeler ve toplumlar arasındaki ilişkiler, politik, kültürel ve ekonomik etkileşimler giderek hızlanmıştır(Bal, 2018). Bu noktada, kamuoyu düşüncesini, hareketlerini, davranışlarını, beklentilerini, destekledikleri görüş ve bakış açılarını etkileme ön plana çıkmaktadır (Ceyhan, 2020).

Kitle iletişimin gücü, devletler tarafından farkına varılmış, radyonun II. Dünya Savaşı'nda siyasi propaganda aracı olarak kullanılması gibi kamuoyunu etkileme amacıyla da kullanılır hale gelmiştir. Küreselleşmeyle birlikte başta gazete, radyo ve televizyon gibi geleneksel medya araçları siyasi iletişim araçları olarak kullanılmaya başlanmış, gerçekleştirilen uluslararası yayınlar diplomatik bir araç görevi görmüş, bu araçlarla “propaganda”, “kamuoyu etkileme” ve “manipülasyon” yapılması mümkün olabilmiştir(Ertekin, 2012). Uluslararası yayınlarla birlikte günümüzde, tüm ülkelerin amaçlarından biri propagandadan daha çok, dış politikada yeni bir söylem ile kimlik ve güçlü bir imaj inşa etmek haline gelmiştir.

Günümüzde uluslararası ilişkiler ve diplomasi, geleneksel yöntemlerin ötesine geçerek, kitle iletişim araçlarının ve medyanın etkin bir şekilde kullanıldığı bir alana dönüşmüştür. Bu bağlamda medya diplomasisi, devletlerin uluslararası arenada kendi çıkarlarını savunmak, politikalarını tanıtmak ve dünya kamuoyunu etkilemek için medya araçlarını kullanma stratejilerini ifade eder. Medya diplomasisi, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren özellikle Soğuk Savaş döneminde gelişmeye başlamış ve küreselleşme ile birlikte daha da önem kazanmıştır. Bu süreçte, devletler kendi politikalarını desteklemek ve küresel kamuoyunu etkilemek için medya kuruluşlarını stratejik bir araç olarak kullanmaya başlamışlardır(Gilboa, 2008).

Medya diplomasisinin önemi, küresel haber ağlarının ve dijital platformların yaygınlaşmasıyla daha da artmıştır. Medya, uluslararası olayların yorumlanmasında, krizlerin yönetiminde ve kamuoyunun şekillendirilmesinde kritik bir rol oynar. Medya diplomasisi, devletlerin kültürel, ekonomik ve politik çıkarlarını tanıtmak için bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanılmasının yanı sıra, uluslararası kamuoyunun şekillendirilmesinde de etkin bir rol üstlenir. Bu bağlamda, medya diplomasisi, geleneksel diplomasiye kıyasla daha hızlı ve etkili bir etkileşim sağlar. Devletler, medya aracılığıyla uluslararası izleyicilere doğrudan ulaşarak, politik mesajlarını daha geniş kitlelere yayma imkânı bulurlar.

Türkiye'nin medya diplomasisi stratejisinde ise Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) önemli bir konumda yer almaktadır. 1964 yılında kurulan TRT, Türkiye'nin ulusal ve uluslararası alandaki medya gücünü temsil eden en köklü kamu yayıncısıdır. TRT, kuruluşundan bu yana Türkiye'nin dış politikalarını desteklemek, kültürel mirasını tanıtmak ve uluslararası kamuoyunu etkilemek amacıyla aktif bir rol oynamaktadır. TRT'nin medya diplomasisindeki etkisi, özellikle son yıllarda küresel yayın ağına yaptığı yatırımlarla daha da belirgin hale gelmiştir. Bu yatırımlar, TRT'nin uluslararası yayın yapan kanalları aracılığıyla Türkiye'nin dış politikadaki pozisyonunu dünya kamuoyuna etkin bir şekilde iletmesini sağlamaktadır.

TRT, sadece bir medya kuruluşu olmanın ötesinde, Türkiye'nin uluslararası ilişkilerdeki stratejik hedeflerini destekleyen önemli bir araç haline gelmiştir. TRT World, TRT Arabi, TRT Avaz gibi farklı dillerde ve bölgelerde yayın yapan kanallarıyla, Türkiye'nin küresel ve bölgesel politikalarını yaygın bir izleyici kitlesine ulaştırmaktadır. Bu kanallar, Türkiye'nin dış politikadaki tezlerini ve perspektifini uluslararası alanda görünür kılarken, Türkiye'nin kültürel ve politik etkisini artırmayı hedeflemektedir.

Bu bağlamda, TRT'nin medya diplomasisi alanındaki faaliyetleri, Türkiye'nin dış politikadaki hedeflerine ulaşmasında ve uluslararası arenada daha güçlü bir aktör olarak konumlanmasında kritik bir öneme sahiptir. Medya diplomasisinin giderek daha fazla önem kazandığı günümüzde, TRT'nin rolü ve katkıları, Türkiye'nin uluslararası alandaki stratejik iletişim gücünün bir yansıması olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışmada, TRT'nin medya diplomasisi stratejileri ve bu stratejilerin Türkiye'nin uluslararası ilişkilerdeki yeri üzerindeki etkileri detaylı bir şekilde incelenecektir.

## **1. Medya Diplomasisi**

Medya diplomasisi, bir ülkenin kültürel, politik ve ekonomik çıkarlarını tanıtmak ve yaymak için medya araçlarını kullanmasıdır. Bu strateji, hem iç

hem de dış kamuoyunu etkileme amacını taşır ve geleneksel diplomasiden farklı olarak, kitle iletişim araçlarının etkinliğini ön plana çıkarır (Gilboa, 2008).

Medya diplomasisinin kavramsal çerçevesi, Medya diplomasisi, devletlerin dış politikalarını desteklemek ve uluslararası kamuoyunu etkilemek amacıyla medya araçlarını stratejik bir şekilde kullanmasıdır. Bu kavram, geleneksel diplomasiden farklı olarak, medyanın geniş kitlelere ulaşma gücünü ve haberlerin yayılma hızını temel alır. Medya diplomasisi, devletlerin imaj yönetimi, kriz iletişimi ve kamu diplomasisi gibi alanlarda etkili bir araç olarak karşımıza çıkar (Entman, 2008).

Dış politikada kamuoyunun öneminin artmasıyla birlikte, devletlerin çeşitli metot ve mekanizmalarla kamuoylarını etkileme, ikna etme ve destek elde etme gereksinimi artmıştır. Bu ihtiyacın temel nedenlerinden biri, devletlerin dış politikalarına meşruiyet kazandırma gereksinimidir (Rothman, 2015). Dış politikada sadece devletlerarası ilişkilerin değil, aynı zamanda uluslararası kamuoyunu etkileme boyutunun da öne çıkması, siyasetlerin uygulamalarına yeni stratejiler eklemiştir. Birçok ülkenin siyasetçileri, başka bir ülkenin basın-yayın organlarında yazılar yayınlamakta veya röportajlar yapmaktadır. Dışişleri bakanlıkları, büyükelçilikler ve kamu diplomasisi kuruluşları da dijitalleşerek, web siteleri ve sosyal medya platformları kurarak iletişim kanallarını etkin kullanmaya başlamıştır (Seib, 2012).

Günümüzde diplomasinin önemi ve etkinliği giderek artmakta, bu süreçte hedef ülke kamuoylarına ulaşmak ve olumlu bir imaj yaratmak stratejik bir yer kazanmaktadır. Bilgi akışının hızlandığı, dünyadaki her şeyin hızla değiştiği bu dönemde, geleneksel medya araçlarının yanı sıra sosyal medya platformları da geniş kitlelere ulaşmada önemli bir rol oynamaktadır (Manor, 2019). Medya diplomasisi, geniş kitlelere ulaşarak bilgi aktarmanın yanı sıra toplumlar arasında ortak amaçlar oluşturma imkanını da artırmıştır. Medya sayesinde toplumlar arası etkileşim hızlanmakta, bu da devletlerarası iş birliğini güçlendirmektedir (Cull, 2009).

Medya diplomasisi, hükümetlerin dış politikada yabancı ülkelerde kamuoyu oluşturmasında, devlet politikalarını aktarmasında ve kültürel tanıtımda sıkça başvurduğu bir araç haline gelmiştir (Gilboa, 2008). Medya organları, hem araçsal rol üstlenmiş hem de bağlı buldukları ülkelerin tanıtımında önemli katkılar sağlamıştır. Örneğin, II. Dünya Savaşı sırasında BBC, İngiltere'nin siyasi görüşlerini dünya kamuoyuna aktararak ülkesinin menfaatlerine hizmet etmiştir. Soğuk Savaş yıllarında ise ABD'nin Voice of America ve Sovyetler Birliği'nin Radio Moscow gibi kuruluşları propaganda yarışına katılmıştır (Price, 2002).

Türkiye'de de medya diplomasisi son yıllarda güç kazanmış, özellikle Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT) ve Anadolu Ajansı (AA) uluslararası faaliyetlerini arttırmıştır. TRT'nin kamusal yayıncılığı, medya etik ilkeleri çerçevesinde devlet politikalarıyla paralellik göstermiştir. Bu yayınlarla Türkiye'nin siyasi, ekonomik, sosyal ve kültürel gelişiminin tanıtımı yapılmış, hedef kitlelerin desteği sağlanmaya çalışılmıştır (Kaya & Çolak, 2015).

## **2. Medya Diplomasisi ve TRT'nin Rolü**

Diplomasi için iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle günümüzün en önemli aktörlerden birisi medyadır. Medya aracılığıyla ülkelerin ortaya koyduğu politika ve görüşleri kendi halkı ve başka halklar üzerinde etkileri oldukça önemlidir. Türkiye'nin uluslararası söylemlerinin anlaşılır bir dille küresel bir bakış açısıyla dünya toplumuna anlatılması gerekmektedir. Bu bağlamda TRT, diplomasi alanında Türkiye'nin gücünü oluşturmak için çalışan kurumlardan biridir.

“TRT'nin kısa satırlara sığdırılmaya çalışılan uzun hikâyesi, aynı zamanda Türkiye'nin işitsel ve görsel hafızasını oluşturan, yüz yıla yakın bir tecrübenin de hikâyesidir. Medya, diplomasi için günümüzün en önemli araçlarından biri haline gelmiştir. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler, ülkelerin politika ve görüşlerini hem kendi halklarına hem de uluslararası toplumlara etkili bir şekilde aktarma ihtiyacını artırmıştır (Gilboa, 2008). Bu bağlamda, Türkiye'nin küresel bir bakış açısıyla uluslararası söylemlerini anlatma gereksinimi, medya diplomasisinin önemini vurgulamakta ve bu alanda TRT gibi kurumların rolünü öne çıkarmaktadır.

TRT'nin medya diplomasisindeki yeri ve önemi; TRT, Türkiye'nin uluslararası alandaki gücünü pekiştirmek amacıyla medya diplomasisinde önemli bir aktör olarak faaliyet göstermektedir. 1927'de ilk radyo yayını ve 1968'deki ilk televizyon yayını ile başlayan TRT'nin, bugün 7 kıtada 17 televizyon, 17 radyo kanalı ve dijital platformlarıyla 41 dil ve lehçede yayın yapması, Türkiye'nin uluslararası etkisini artırma hedefinin bir yansımasıdır (TRT, 2023).

TRT, 2000'li yıllardan itibaren küresel düzeyde ve kamu diplomasisinde daha etkin bir yayın organı olma hedefiyle yeniden yapılandırılmıştır. Bu doğrultuda, farklı dillerde yayın yapan ve dünya kamuoyuna hitap edebilen çeşitli kanallar devreye sokulmuştur (Seib, 2012). TRT Türk, yurt dışında yaşayan Türk vatandaşlarına ve akraba topluluklara yönelik olarak haber, kültür ve sanat programları sunarak Türk kültürünün ve Türkiye'nin tanıtımını yapmaktadır. Bu kanal, özellikle Balkanlar'da ve diğer bölgelerde önemli bir işlev üstlenmiştir (Manor, 2019).



TRT'nin uluslararası faaliyetleri, TRT'nin medya diplomasisi kapsamındaki uluslararası faaliyetleri, küresel erişimini genişletmek amacıyla çeşitli dil ve lehçelerde yayın yapan kanalların kurulmasını içermektedir. Örneğin, 2009 yılında kurulan TRT Avaz, Balkanlar, Kafkasya, Orta Asya ve Orta Doğu'da 27 ülkede yaklaşık 250 milyon kişiye ulaşarak Türkiye'nin ve Türk kültürünün tanıtımını yapmaktadır (Kaya & Çolak, 2015). Bu kanal, özellikle Türkçenin yaygınlaştırılması ve Türk dünyasıyla bağların güçlendirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

TRT World, Türkiye'nin küresel yüzü olarak İngilizce yayın yapan bir haber kanalıdır. 2015 yılında yayın hayatına başlayan TRT World, dünya genelinde Türkiye'nin bakış açısını yansıtan haberlere yer vermekte ve bu alanda önemli bir aktör olarak öne çıkmaktadır (Cull, 2013). Kanal, aynı zamanda medya diplomasisinin bir aracı olarak TRT World Forum gibi uluslararası organizasyonlar düzenleyerek uzmanları, akademisyenleri, gazetecileri ve politikacıları bir araya getirmektedir (TRT World, 2018).

TRT'nin diğer uluslararası kanalları ve etkinlikleri, TRT, uluslararası kamuoyunu etkilemek amacıyla sadece televizyon kanalları değil, aynı zamanda radyo platformları da kullanmaktadır. Türkiye'nin Sesi Radyosu, 32 dilde yayın yaparak Türkiye'nin görüşlerini uluslararası alana aktarmaktadır (Yılmaz, 2012). Bu radyo, Türkiye'nin dış politikalarının ve kültürel değerlerinin geniş kitlelere ulaştırılmasında kritik bir rol oynamaktadır. Ayrıca, TRT'nin çeşitli dillerde yayın yaparak hedef kitlelere yönelik içerikler sunması, Türkiye'nin uluslararası medya diplomasisindeki etkinliğini artırmıştır. Örneğin, TRT 6, Kürtçe ve farklı lehçelerde yayın yaparak Türkiye'nin iç ve dış politikalarını bu kitlelere aktarmayı amaçlamıştır (Çevik, 2017). Benzer şekilde, 2010 yılında kurulan TRT Arapça, Arap ülkeleriyle Türkiye arasındaki bağları güçlendirme misyonu taşımaktadır.

## **2.1. TRT'nin Medya Diplomasisindeki Stratejik Önemi**

Türkiye'nin uluslararası arenada sesini duyurmak ve politikalarını dünya kamuoyuna iletmek için medya diplomasisini etkin bir şekilde kullanması, 21. yüzyılda daha da önemli hale gelmiştir. Bu bağlamda TRT, Türkiye'nin medya diplomasisi stratejisinin merkezinde yer almaktadır. TRT, Türkiye'nin uluslararası imajını şekillendiren, politik mesajlarını ileten ve küresel olaylara Türk perspektifinden yaklaşan yayınlarıyla medya diplomasisinin kilit aktörlerinden biridir.

TRT'nin medya diplomasisindeki stratejik önemi, Türkiye'nin uluslararası imajını güçlendirme, küresel arenada sesini duyurma, ve dış politika hedeflerini destekleme açısından büyük rol oynamaktadır. TRT, sadece bir yayın kuruluşu

olmanın ötesinde, Türkiye'nin ulusal çıkarlarını savunan ve küresel söylemde Türkiye'nin bakış açısını yansıtan bir platform olarak konumlanmıştır. Bu stratejik önem, farklı bölgelerde ve dillerde yayın yapan kanalları, dijital projeleri ve uluslararası etkinlikleriyle somutlaşmaktadır. TRT medya diplomasisindeki stratejik katkılarını farklı yayın platformlarında şu şekilde örneklendirebiliriz;

- *TRT World: Küresel İletişim ve Algı Yönetimi Stratejisi*

TRT World, Türkiye'nin dünyaya açılan yüzü olarak İngilizce yayın yapan bir haber kanalıdır. 2015 yılında yayın hayatına başlayan TRT World, uluslararası kamuoyuna hitap eden haber programları ve belgesellerle Türkiye'nin bakış açısını dünya sahnesine taşımaktadır. Kanalin stratejik önemi, Türkiye'nin dış politika söylemlerini küresel izleyiciye ulaştırmasında yatmaktadır. Örneğin, TRT World, Suriye iç savaşından mülteci krizine, Doğu Akdeniz'deki enerji sorunlarından Türkiye'nin terörle mücadele politikasına kadar geniş bir yelpazede içerikler sunarak, bu konulardaki Türkiye perspektifini dünya kamuoyuna aktarmaktadır (Seib, 2012). TRT World ayrıca, medya diplomasisinin önemli bir parçası olarak TRT World Forum'u düzenlemektedir. Bu forum, 2017 yılında başlatılmış olup, uluslararası medya ve siyaset dünyasından önemli isimleri bir araya getirerek, küresel sorunlar üzerine tartışmalar yapmaktadır. Forum, Türkiye'nin uluslararası arenada önemli bir düşünce merkezi olarak konumlanmasına katkı sağlamaktadır (TRT World, 2018).

- *TRT Avaz: Türk Dünyasıyla Bağları Güçlendirme Stratejisi*

TRT Avaz, 2009 yılında kurulan ve Türk dünyasına yönelik yayın yapan bir televizyon kanalıdır. Balkanlar, Kafkasya, Orta Asya ve Orta Doğu'daki 27 ülkede yaklaşık 250 milyonluk bir nüfusa hitap eden bu kanal, Türkiye'nin bölgesel bağlarını güçlendirme stratejisinin önemli bir parçasıdır. TRT Avaz, Türkiye'nin kültürel ve dilsel bağlarını vurgulayan programlar sunarak, bu bölgelerde Türkiye'nin yumuşak gücünü artırmaktadır (Kaya & Çolak, 2015). Örneğin, TRT Avaz, Nevruz kutlamaları gibi Türk dünyasında önemli yer tutan kültürel etkinlikleri geniş çapta yayınlayarak, bu coğrafyadaki izleyicilerle Türkiye arasında kültürel bir köprü kurmaktadır. Ayrıca, Türkçenin yaygınlaştırılması ve ortak bir Türk kültürel kimliği oluşturulması konusunda da TRT Avaz'ın yayınları stratejik önem taşımaktadır.

- *TRT Arapça: Ortadoğu'da Türkiye'nin Yumuşak Gücünü Artırma Stratejisi*

TRT Arapça, 2010 yılında kurulan ve Arap dünyasına yönelik yayın yapan bir kanaldır. Yaklaşık 350 milyon Arapça konuşan nüfusa hitap eden bu kanal, Türkiye'nin Ortadoğu'daki etkinliğini ve yumuşak gücünü artırma amacı

taşımaktadır. TRT Arapça, Türkiye'nin Ortadoğu'daki dış politikalarını, kültürel değerlerini ve ekonomik çıkarlarını bu geniş kitleye ulaştırarak, bölgedeki Türkiye algısını olumlu yönde etkilemektedir (Çevik, 2017). Örneğin, Arap Baharı sırasında TRT Arapça, bölgedeki olayları yakından takip etmiş ve Türkiye'nin bu süreçteki tutumunu Arap dünyasına etkili bir şekilde aktarmıştır. Bu kanal ayrıca, Türkiye'nin Filistin meselesine verdiği desteği ve Suriye iç savaşındaki insani yardım çabalarını Arap izleyicilere ulaştırarak, Türkiye'nin bölgedeki liderlik rolünü pekiştirmiştir.

• *Türkiye'nin Sesi Radyosu: Türkiye'nin Küresel Sesini Yansıtma Stratejisi*

Türkiye'nin Sesi Radyosu, 1937 yılında kurulan ve 32 dilde yayın yapan bir radyo istasyonudur. Radyo, Türkiye'nin küresel sesini uluslararası kamuoyuna duyurmayı amaçlamakta ve Türkiye'nin dış politika hedeflerini destekleyen içerikler sunmaktadır. Türkiye'nin Sesi Radyosu, kısa dalga, uydu ve internet üzerinden yayın yaparak, Türkiye'nin dünya genelinde daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlamaktadır (Yılmaz, 2012). Örneğin, Türkiye'nin Sesi Radyosu, Türkiye'nin AB üyelik süreci, Orta Doğu'daki barış girişimleri ve uluslararası terörle mücadele konularında Türkiye'nin bakış açısını dünya kamuoyuna aktararak, ülkenin dış politika hedeflerini desteklemektedir.

## **2.2. Medya Diplomasisinde TRT'nin Katkısı**

TRT, Türkiye'nin medya diplomasisi stratejisinin merkezinde yer alan önemli bir aktördür. TRT'nin medya diplomasisine olan katkıları, Türkiye'nin uluslararası imajını şekillendirme, dış politikadaki tezlerini dünya kamuoyuna aktarma ve Türkiye'nin küresel hedeflerini destekleme gibi çok yönlü işlevlere sahiptir. Bunlar;

\* *Türkiye'nin Uluslararası İmajını Şekillendirme:* TRT, Türkiye'nin uluslararası imajını olumlu yönde şekillendirme konusunda önemli bir rol oynar. Özellikle TRT World, İngilizce yayınlarıyla Batı dünyasında Türkiye'nin sesini duyurarak, Türkiye'nin politikalarını ve perspektiflerini global bir izleyici kitlesine iletmektedir. TRT'nin bu katkısı, Türkiye'nin dış politikada daha aktif bir rol oynamasını ve küresel meselelerde daha fazla söz sahibi olmasını sağlamaktadır. TRT, bu yayınlarıyla, Türkiye'nin küresel bir aktör olarak kendini daha iyi tanıtmaya katkıda bulunmaktadır (Kaya & Çakır, 2017).

\* *Alternatif Bir Medya Perspektifi Sunma:* TRT, medya diplomasisi yoluyla, Batı merkezli haber anlayışına alternatif bir perspektif sunar. Özellikle uluslararası krizlerde ve çatışmalarda, TRT'nin sunduğu Türkiye odaklı haberler, dünya kamuoyunun olayları farklı bir bakış açısıyla değerlendirmesine olanak tanır. Bu alternatif bakış açısı, hem Türkiye'nin çıkarlarını savunur hem

de küresel medya tekeline karşı farklı seslerin duyulmasına katkı sağlar (Sezgin, 2019). Bu çerçevede TRT, uluslararası medya düzeninde Türkiye'nin stratejik bir konuma sahip olmasına yardımcı olur.

\* **Kültürel Diplomasi ve Türkiye'nin Yumuşak Gücüne Katkı:** TRT'nin kültürel diplomasi alanındaki faaliyetleri, Türkiye'nin yumuşak gücünü artırmada kritik bir rol oynar. TRT Avaz, TRT Arabi ve TRT Belgesel gibi kanallar, Türkiye'nin kültürel mirasını, tarihini ve değerlerini dünya genelinde tanıtarak, Türkiye'nin kültürel diplomasisine önemli katkılar sunmaktadır. Bu yayınlar, Türkiye'nin kültürel zenginliklerini uluslararası arenada tanıtarak, ülkenin kültürel gücünü pekiştirmekte ve Türkiye'nin küresel imajına olumlu katkılarda bulunmaktadır (Uğur, 2019).

\* **Bölgesel Politikaların Desteklenmesi:** TRT, Türkiye'nin bölgesel politikalarını desteklemek amacıyla medya diplomasisini etkin bir şekilde kullanır. Özellikle Ortadoğu, Balkanlar ve Orta Asya'da yayın yapan kanallarıyla TRT, Türkiye'nin bu bölgelerdeki politik ve kültürel etkisini artırır. Bu yayınlar, Türkiye'nin bu bölgelerdeki nüfuzunu pekiştirmesine ve bölgesel güç olma hedeflerine ulaşmasına yardımcı olur. TRT'nin bölgesel politikaların desteklenmesindeki bu rolü, Türkiye'nin uluslararası politikada daha güçlü bir aktör olmasını sağlar (Dursun, 2016).

\* **Dijital Medya ile Genç Kuşaklara Erişim:** TRT, dijital medya araçlarını kullanarak, genç ve dinamik izleyici kitlelerine ulaşmayı hedefler. Sosyal medya platformları üzerinden gerçekleştirilen yayınlar, Türkiye'nin mesajlarının hızlı ve etkili bir şekilde dünya genelinde yayılmasını sağlar. Dijital dönüşüm sürecinde TRT'nin bu stratejik adımları, medya diplomasisinin daha geniş kitlelere ulaşmasına ve Türkiye'nin küresel hedeflerine katkıda bulunmasına olanak tanır. Bu dijital strateji, özellikle genç nesil üzerinde Türkiye'nin imajını güçlendirmede önemli bir araçtır (Erdem, 2021).

\* **Kriz Anlarında Hızlı ve Etkili İletişim:** TRT, Türkiye'nin dış politikadaki duruşunu kriz anlarında hızlı ve etkili bir şekilde dünya kamuoyuna aktarır. Özellikle bölgesel krizler, doğal afetler veya uluslararası anlaşmazlıklar gibi durumlarda, TRT'nin yayınları Türkiye'nin perspektifini ve çözüm önerilerini global ölçekte duyurur. Bu sayede, Türkiye'nin uluslararası arenada daha etkin bir aktör olarak konumlanması sağlanır ve kriz anlarında diplomatik çabalar desteklenir (Sezgin, 2019).

TRT'nin farklı yayın platformlarıyla medya diplomasisine katkısına bakıldığında, medya diplomasisini sadece bir televizyon kanalı aracılığıyla değil, çeşitli platformlar üzerinden çok yönlü bir şekilde yürütmektedir:

- **TRT World:** 2015 yılında kurulan TRT World, Türkiye'nin küresel bir medya oyuncusu olarak konumlanmasında kritik bir rol oynar. İngilizce yayın

yapan bu kanal, Batı merkezli medya tekeline alternatif bir ses olarak Türkiye'nin dış politikasını ve küresel bakış açısını uluslararası kamuoyuna sunar (Kaya & Çakır, 2017). TRT World, uluslararası krizlerde ve bölgesel çatışmalarda Türkiye'nin perspektifini dünya kamuoyuna taşır.

- **TRT Arabi:** Arapça yayın yapan TRT Arabi, Ortadoğu ve Kuzey Afrika'daki Arapça konuşan izleyici kitlesine hitap ederek, Türkiye'nin bu bölgelerdeki etkisini artırmayı amaçlar. Arap Baharı sürecinde ve sonrasında TRT Arabi, Türkiye'nin bölgedeki politikalarını ve görüşlerini aktarmada önemli bir kanal olmuştur (Dursun, 2016).

- **TRT Avaz:** Türkçe konuşan coğrafyalara yönelik yayın yapan TRT Avaz, Türkiye'nin Orta Asya, Kafkasya ve Balkanlar'daki kültürel ve politik etkisini güçlendirme stratejisini destekler. Bu kanal, Türkiye'nin bu bölgelerdeki tarihi ve kültürel bağlarını pekiştirme amacını taşır ve medya diplomasisinin bir aracı olarak kullanılır (Uğur, 2019).

- **TRT Belgesel ve TRT Çocuk:** Bu kanallar, Türkiye'nin kültürel diplomasisini destekleyerek, dünya çapında Türkiye'nin kültürel ve tarihi mirasını tanıtmaktadır. TRT Belgesel, Türkiye'nin tarihini, kültürel mirasını ve doğal güzelliklerini dünya genelinde tanıtırken, TRT Çocuk ise Türkiye'nin yumuşak gücünü artırmak amacıyla, Türk kültürünü ve değerlerini çocuklara yönelik programlar aracılığıyla yayar (Bayramoğlu, 2014).

- 

### **2.3. TRT'nin Dijital Dönüşümü ve Medya Diplomasisi**

TRT, dijitalleşme süreciyle birlikte medya diplomasisi stratejilerini de güncelleyerek, sosyal medya platformları ve dijital yayıncılığı aktif bir şekilde kullanmaktadır. TRT World'ün YouTube, Twitter, Facebook gibi dijital platformlarda etkin olması, genç ve teknolojiye yatkın izleyici kitlesine ulaşmayı hedefler. Bu dijital strateji, Türkiye'nin mesajlarının dünya çapında hızlı ve etkili bir şekilde yayılmasını sağlar (Erdem, 2021).

### **2.4. Türkiye'nin Dış Politikasında TRT'nin Rolü**

TRT, Türkiye'nin dış politikadaki duruşunu ve stratejik hedeflerini uluslararası kamuoyuna duyurmak için kritik bir araçtır. Özellikle kriz anlarında, TRT'nin yayınları Türkiye'nin tezlerini dünya kamuoyuna aktarır ve uluslararası arenada Türkiye'nin lehine bir kamuoyu oluşturmayı hedefler. Bu bağlamda, TRT'nin yayınları, sadece bilgilendirici değil, aynı zamanda kamu diplomasisi amaçlıdır. Türkiye'nin bölgesel güç olma hedefi doğrultusunda, TRT'nin medya diplomasisindeki rolü daha da önem kazanmaktadır (Sezgin, 2019).

TRT'nin medya diplomasisinde başarılı olduğu birçok örnek bulunsa da, kanalın tarafsızlık ve bağımsızlık konusunda zaman zaman eleştirilmesi, uluslararası kamuoyunda güvenilirliğini zedeleyebilir. Bu nedenle, TRT'nin medya diplomasisi stratejilerinde, tarafsızlık ve bağımsızlık ilkelerine daha fazla önem vermesi gerekmektedir. TRT, bu zorlukları aşmak için, uluslararası gazetecilik standartlarına uygun yayınlar yaparak, küresel izleyici kitlesi nezdinde güvenilirliğini artırmalıdır (Çelik, 2022).

## SONUÇ

2000'li yıllardan sonra Türkiye'de diplomasi kavramsal ve kurumsal olarak dönüşüme uğramıştır. Medya diplomasisi de kamu diplomasisinin bir alt kolu olarak işlev görmeye başlamıştır. Bu dönüşümden kamu yayıncılığı sürdüren TRT' de medya diplomasisi çerçevesinde yapılandırılmıştır. Farklı dillerde yayın yapan ve dünya kamuoyuna hitap edebilen bir kanala dönüşmüştür. TRT, Türkiye'nin medya diplomasisi kapsamında Türkiye'nin en etkili kurumlarının başında gelmektedir ve yayınlarını medya etik ve ilkeleri çerçevesinde sürdürmektedir. Bu çalışmanın sonucunda, medya diplomasisinin günümüz uluslararası ilişkilerinde giderek daha önemli bir araç haline geldiği görülmektedir. Medya, geleneksel diplomasi yöntemlerini tamamlayarak, ülkelerin küresel arenada kendilerini ifade etmelerine, kültürel değerlerini tanıtmalarına ve uluslararası kamuoyunu etkilemelerine olanak tanımaktadır. Bu bağlamda, TRT, Türkiye'nin medya diplomasisi stratejisinin merkezinde yer alan bir kurum olarak öne çıkmaktadır. TRT'nin çok dilli ve çok yönlü yayın politikaları, Türkiye'nin sadece kendi sınırları içinde değil, dünya genelinde etkili bir medya varlığı oluşturmasını sağlamaktadır. Özellikle, TRT World gibi uluslararası kanallar aracılığıyla Türkiye'nin dış politikasına ve küresel meselelerdeki duruşuna dair mesajlar, geniş kitlelere ulaştırılmakta ve Türkiye'nin sesinin uluslararası platformlarda daha güçlü duyulmasına katkıda bulunmaktadır. TRT'nin medya diplomasisi çerçevesinde yürüttüğü bu faaliyetler, Türkiye'nin yumuşak gücünü artırarak, uluslararası ilişkilerdeki pozisyonunu güçlendirmekte ve kültürel diplomasinin etkin bir aracı olarak önemli bir rol oynamaktadır. Bununla birlikte, medya diplomasisinin başarısı, sadece yayınların kalitesi ve kapsamı ile sınırlı değildir; aynı zamanda içeriklerin inandırıcılığı, hedef kitleye uygunluğu ve stratejik iletişim planlarının etkinliği de belirleyici faktörlerdir. TRT, bu açıdan, hem içerik üretiminde hem de hedef kitleye

ulaşmada başarılı bir model sunmaktadır. Ancak, bu alandaki başarılıların sürdürülebilirliği için sürekli olarak yenilikçi yaklaşımlar geliştirilmesi ve küresel medya trendlerinin yakından takip edilmesi gerekmektedir. Dijitalleşen dünyada TRT'nin medya diplomasisi stratejilerini güncelleyerek, hem geleneksel medya hem de dijital platformlarda etkinliğini artırması, Türkiye'nin dış politika hedeflerine ulaşmasında kritik bir rol oynayacaktır.

Sonuç olarak, medya diplomasisi ve TRT örneği, modern diplomasinin sadece hükümetler arası ilişkilerle sınırlı olmadığını, medya ve iletişim araçlarının da uluslararası ilişkilerde kritik bir rol oynadığını göstermektedir. TRT'nin bu alandaki başarısı, Türkiye'nin uluslararası alandaki varlığını güçlendiren önemli bir unsur olmuştur ve bu başarı, gelecekteki diplomatik çabalara ilham verecek niteliktedir. Medya diplomasisi, ülkelerin dış politikalarını desteklemek ve küresel etki alanlarını genişletmek için vazgeçilmez bir araç haline gelirken, TRT gibi kurumlar da bu süreçte anahtar oyuncular olarak önemlerini korumaya devam edecektir.

## KAYNAKÇA

- Arca, M. Y. (2023). Dijital Diplomasi Bağlamında Sosyal Medya Mesajlarının Çerçevenmesi: Dağlık Karabağ Savaşı 2020 Örneği. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 888-904.
- Bal, E. (2018). Kamuoyu Oluşumunda Güçlü Bir Unsur Olarak Dış Yayıncılık ve Dış Yayıncılıkta İçeriğin Önemi. *Humanities Sciences*, 74-83.
- Bayramoğlu, Y. (2014). Türkiye’de Kamu Yayıncılığı ve TRT. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Ceyhan, A. İ. (2020). Dijitalleşen Kamu Diplomasisi Üzerine Kısa Bir Analiz . *IJEASS Aralık*, 85-100.
- Cull, N. J. (2009). *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. Figueroa Press.
- Cull, N. J. (2013). *The Decline and Fall of Public Diplomacy in the Digital Age*. USC Center on Public Diplomacy.
- Çelik, A. (2022). TRT’nin Uluslararası Medya Diplomasisi ve Tarafsızlık Sorunu. *Uluslararası İletişim Dergisi*, 15(3), 112-130
- Çevik, S. (2017). Türkiye’de Medya Diplomasisi ve TRT’nin Rolü, Sakarya Üniversitesi Yayınları.
- Dursun, G. (2016). TRT Arabi ve Türkiye’nin Ortadoğu Politikası, *Ortadoğu Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 57-74.
- Entman, R. M. (2008). Theorizing Mediated Public Diplomacy: The US Case. *International Journal of Press/Politics*, 13(2), 87-102.
- Ertekin, B. A. (2012). Uluslararası Sistemde Görsel-İşitsel Medyanın Kamu Diplomasisi ve Kamuoyu Yaratmadaki Önemi: TRT’nin Türkçe Dışında Yayın Yapan Kanalları Üzerine Bir İnceleme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 323-354.
- Gilboa, E. (2008). Diplomacy in the Media Age: Three Models of Uses and Effects. *Diplomacy & Statecraft*, 19(1), 1-28.
- Kaya, A., & Çolak, Y. (2015). Medya ve Türk Dış Politikası: TRT Örneği. Üsküdar Üniversitesi Yayınları.
- Kaya, R., & Çakır, F. (2017). TRT World: Bir Ulusal Kanaldan Küresel Bir Medya Markasına. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 44, 93-114.
- Manor, I. (2019). *The Digitalization of Public Diplomacy*. Palgrave Macmillan.
- Price, M. E. (2002). *Media and Sovereignty: The Global Information Revolution and its Challenge to State Power*. MIT Press.
- Rothman, S. B. (2015). *Reassessing the Role of Public Opinion in International Relations*. Routledge.
- Seib, P. (2012). *Real-Time Diplomacy: Politics and Power in the Social Media Era*. Palgrave Macmillan.



- Sezgin, D. (2019). Uluslararası İlişkilerde Medya Diplomasisi: Türkiye'nin TRT World Örneği. Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Dergisi, 11(2), 215-231.
- TRT World. (2018). TRT World Forum 2017: Building Bridges through Media. <https://www.trtworld.com/>
- TRT. (2023). TRT'nin Hikayesi. <https://www.trt.net.tr/kurumsal/trtnin-hikayesi>
- Uğur, A. (2019). TRT Avaz ve Türk Dünyası Medya Diplomasisi, Kafkasya Araştırmaları Dergisi, 4(2), 88-102.
- Yılmaz, S. (2012). Akıllı Güç. İstanbul. Kum Yayınları.

## 4. Bölüm

# ÜRETİM, TÜKETİM VE YÖNETİM BOYUTUYLA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

**Hasan Hüseyin CEYLAN<sup>1</sup>**

**Bekir KÖSE<sup>2</sup>**

**Ahmet COŞKUN<sup>3</sup>**

---

<sup>1</sup> Doç. Dr., Uşak Üniversitesi, İ.İ.B.F., hasanhuseyin.ceylan@usak.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2539-2904

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi, U.B.F., bekir.kose@usak.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8565-4553

<sup>3</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi, U.B.F., ahmet.coskun@usak.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3223-8676

## **Özet:**

Sadece büyüme odaklı ekonomi modellerinin yanında nüfus ve tüketim artışı önemli çevre sorunlarını beraberinde getirmiştir. Ülke, işletme ve bireyler tarafından uzun zamandır hafife alınan bu sorunlar ortaya çıkan dramatik sonuçlar nedeniyle artık göz ardı edilemez noktaya gelmiş durumdadır. Nitekim Paris anlaşmasıyla çevre sorunlarıyla ortak mücadeleyi amaçlayan taraf ülkeler belirlenen hedeflere yönelik gerekli yasal düzenlemeleri hayata geçirmeye başlamışlardır. Aynı şekilde işletmeler sadece üretim değil bütün iş süreçlerinde yasal zorunlulukların dışında karbon ayak izlerini azaltmaya yönelik çabalarını artırmışlardır. Tüketiciler ürün seçimlerinde çevreye etkiyi önemli bir tercih kriteri olarak kullanmaya başlamışlardır. Aynı ayrı bu çabalar değerli olsa da sürdürülebilirliğe dönük bu çaların başarıya ulaşması için geniş katılımlı, bütüncül değerlendirmelere dayalı bir planlama ve uygulama kaçınılmazdır.

**Anahtar Kelimeler:** Sürdürülebilirlik, Çevre Sorunları, Ekoloji

## **Abstract:**

In addition to economic models focused solely on growth, population and consumption growth have brought about significant environmental problems. These problems, which have been underestimated by countries, businesses and individuals for a long time, have now reached a point where they cannot be ignored due to the dramatic results that have emerged. Indeed, the party countries that aim to jointly combat environmental problems with the Paris Agreement have begun to implement the necessary legal regulations for the determined targets. Similarly, businesses have increased their efforts to reduce their carbon footprints in all business processes, not just production, outside of legal obligations. Consumers have begun to use environmental impact as an important preference criterion in product selection. Although these individual efforts are valuable, planning and implementation based on holistic evaluations with broad participation are essential for this sustainability-oriented effort to succeed.

**Key Words:** Sustainability, Environmental Problems, Ecology

## Giriş

Çevre sorunlarının karmaşıklığı ve yaygınlığı; üretim, tüketim ve yönetimde yeni ve daha sürdürülebilir bir paradigmaya geçişi zorunlu kılmaktadır. Bu devasa sorunun çözümünde; iş dünyası, politika yapıcılar, vatandaşlar, yatırımcılar, sivil toplum kuruluşları ve medyanın desteği ve katılımı önemli rol oynamaktadır (Lanzini, 2017). Sürdürülebilirlik tek başına işletmelerin çabası ile gerçekleştirilemeyecek kadar kapsamlı ve karmaşık bir problemdir. İşletmelerin sürdürülebilirlik çabalarının tüketicilerin sürdürülebilir tüketim ile destek vermeleri gerekir. Bu tür çabaların, tüketicilerin yaşam tarzlarının yanı sıra satın alma ve tüketim davranışlarındaki temel değişikliklerle tamamlanması gerekecektir. Dolayısıyla değer kavramının, bütün ilgili bütün aktörlerce tek boyutlu ekonomik değer ötesinde sosyal ve ekolojik değeri de içerecek şekilde yeniden tanımlanmasına ihtiyaç vardır (Jonge, Fischer ve Van Trijp, 2013)

Çevre sorunlarının farklı nedenleri olsa da günümüzde büyük çoğunluğunun insanların aşırı ve bilinçsiz tüketim alışkanlıklarından kaynaklandığını belirtmek yerinde olacaktır (Ivanova vd., 2016). Sorunun ciddiyetinin farkına varan pek çok ülke, ekonomik faaliyetlerinin çevre üzerindeki olumsuz etkilerini hafifletmek için önlemler almaya başlıyor. Bu bağlamda geleneksel tüketim modelinden daha sürdürülebilir tüketim modeline geçiş, bir taraftan ihtiyaçlar karşılanırken diğer taraftan çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunma şansı vermektedir. Sürdürülebilir üretim modellerini teşvik etmek için sorumlu tüketicilik fikrini desteklemek, kamu yönetiminin önemli önceliklerinden biri haline gelmiştir. Sorumlu tüketim davranışının ne kadar önemli olduğunun vurgulanması ve davranışın etkenlerini araştırıp güçlendirerek sorumlu tüketim davranışını zaman içinde daha güçlü hale getirmeye çalışmak, alandaki araştırmacılar ve uygulayıcılar için oldukça önemlidir (Riyaz ve Jan, 2023)

Yakın zamana kadar çevre düzenlemelerine uymak için üretim sürecinde ortaya çıkan atıkların arıtılmasına odaklanan işletmelerin artık üretim süreçlerine ve iş yapma biçimlerine yönelik genel yaklaşımlarını değiştirerek çevresel, sosyal ve ekonomik ihtiyaçları bir arada değerlendiren bütüncül bir yaklaşımı benimsemeye başlamışlardır. İşletmeler bu yeni yaklaşımı artık bir maliyet unsuru olarak değil bir fırsat ve rekabet avantajı kaynağı olarak görmektedirler (Lanzini, 2017). Sürdürülebilir yaşam tarzı ve kalıcı kalkınma modelleri için ilgili bütün tarafların kolektif çabası gerekmektedir. Gezegenimizin taşıma kapasitesinin sınırları dahilinde herkes için refah sağlayacak politika ve uygulamalara olan ihtiyaç ortadadır. Bu amaca yönelik olarak bilim insanları, politikacılar, iş insanları ve diğer toplumsal aktörlerin sürece iş birliği içinde katılım ve katkıları büyük önem taşımaktadır (Enders ve Remig, 2014).

## 1. Sürdürülebilirlik

Son yıllarda “Sürdürülebilirlik” kavramı iş insanlarından bilim insanlarına politikacılardan toplumun farklı kesimlerine kadar üzerinde en çok konuşulan kavramlardan biri haline gelmiştir. Geleneksel üretim ve tüketim modellerinin neden olduğu çevresel sorunlar sürdürülebilirlik kavramının önemini farkına varılmasını sağlamıştır. Dünya genelinde mevcut üretim ve tüketim tarzlarının sonucu olarak; biyolojik çeşitlilik ve verimli topraklar kaybedilmekte, iklim değişikliği ve sonuçları giderek artmaktadır. Sürdürülebilir yaşam tarzı ve kalıcı kalkınma modelleri ile üretim ve tüketimin çevreye olumsuz etkilerini sınırlamak her kesimin katkı sunacağı kolektif bir hedef olarak benimsenmelidir (Enders ve Remig, 2014).

Gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden, günümüzde yaşayan insanların ihtiyaçlarının karşılanması sürdürülebilirliğin temel ilkesidir. Ancak sürdürülebilirliğin genel ilkelerinden somut eylemlere geçiş çok kolay olmamaktadır. Sürdürülebilirlik girişimlerin sonuçlarına ilişkin belirsizlikler ve riskler etkinlik tartışmalarına yol açabilmektedir. Ayrıca çevre ve kaynakların korunmasının uzun vadeli faydaları ile kaynakları şimdi kullanmanın anlık faydaları arasında öncelik değerlendirmesinin nasıl yapılacağına ilişkin çelişkili görüşler bulunmaktadır. Toplumsal desteğin sağlanabilmesi için sürdürülebilirliğe ilişkin alınacak kararların mümkün olduğu kadar geniş kesimlerin bakış açısı, değerleri ve çıkarlarını içerecek şekilde verilmesi gerekir (Lockie ve Cooper, 2015). Bu amaçlar, iş dünyasından, politikacılardan ve diğer paydaşlardan; yenilikçi düşünmenin yanı sıra liderlik ve daha etkin politik yaklaşımlar da gerektirir. Bu noktada değişimi tek seferde radikal ölçekte mi gerçekleştirmek veya kademeli bir değişimin mi tercih edilmesi gerektiği sorusunun cevabı içinde bulunulan koşullara göre farklılık gösterebilmekte ve tartışılmaktadır (Charter vd., 2017). Sürdürülebilirliğin birbiriyle bağlantılı; kamu yönetimi, işletmeler ve tüketim olmak üzere üç ayağı bulunmaktadır.

### 1.1. Kamu Yönetimi Boyutuyla Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik konusuna ilgi duyanlar öncelikle özel sektöre ve bireysel tüketime odaklanmaktadır. Ancak kamu yönetiminin politikalarının sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için göz ardı edilemez etkileri vardır. Öncelikle kamu yönetimi, vatandaşlarına sunacakları çeşitli hizmetler için kaynak kullanan kurumsal bir tüketicidir. Kamu yönetiminin ulaşım politikaları, yerel inşaat yönetmelikleri, toplu taşıma uygulamalarının yanı sıra atık yönetimine ilişkin düzenlemelerin çevre üzerinde önemli etkileri vardır. Bazı ülkeler sürdürülebilirliğin ön planda olduğu politikaları yürürlüğe koyup

uygularken, bazıları ise çevreye olası zararları olsa bile ekonomik kazanımlara öncelik vererek farklı tercihlerde bulunabilmektedirler (Portney, 2015).

Sürdürülebilirlik çabalarının yaşanabilir bir gelecek için gerekli ve aynı zamanda gelecek nesillere karşı bir insani ve vicdani sorumluluğumuz olduğu kaçınılmaz gerçektir. Zaman zaman bu faydaların bu tür düzenlemelerin maliyetine değip değmediği konusunda endişeler de dile getirilmektedir. Kirliliği azaltmanın doğrudan maliyetlerine ek olarak, ekonomik büyümenin engellenmesi, emek ve sermaye üretkenliğinin azalması ve iş kaybının sorumlusu olarak sıkı çevre düzenlemeleri görülebilmektedir (Sharma, 2016). Ancak mevcut üretim ve tüketim modeliyle bir noktadan sonra ekonomiyi ve yaşam kalitemizi devam ettirmemizi sağlayacak doğal kaynaklar ve doğal çevreden mahrum kalacağımız gerçeğinin anlaşılması ve kabul edilmesi gerekmektedir. Aşırı üretim ve tüketime dayalı sosyo-ekonomik yapının değişmemesinin ekosistem üzerindeki olumsuz sonuçlarının maliyeti her geçen artarken çözüm de aynı oranda zorlaşmaktadır. Dolayısıyla sürdürülebilir, yenilenebilir kaynaklara dayalı bir ekonomik sistemin geliştirilmesi, yaygınlaştırılması ve uygulanması bir zorunluluk haline gelmiştir (Cohen, Eimicke ve Miller, 2015).

Tüketiciler büyük, dağınık ve heterojen bir gruptur ve davranışları çevreyi farklı şekillerde etkilemektedir. Bu, hane halkı davranışını etkilemeye yönelik politikaların tasarlanmasının ve uygulanmasının, sanayiye yönelik politikalara göre muhtemelen daha zor olduğu anlamına gelmektedir. Ancak pratik deneyimler ve analizler, yaygın kirlilik kaynaklarına ve tüketici talebinin yarattığı dinamiklere değinilmeden birçok çevre sorununun çözülmesinin zor olacağını göstermektedir. Bu, hükümet politikalarının yalnızca kilit alanlardaki (enerji, ulaşım, atık) hanelerin doğrudan çevresel etkilerinin azaltılmasını teşvik etmek için değil, aynı zamanda üreticileri ve kamu sektörünü hedef alan çevre politikalarına daha fazla tüketici katılımı ve desteği sağlamak için de önemlidir (OECD, 2002).

Sürdürülebilirlik hedefleri, büyük ölçekli sosyal, ekonomik yasal değişimler gerektirmektedir. Sürdürülebilir yaşam tarzlarına geçiş tek bir aktör tarafından ya da sadece yukarıdan aşağıya süreçlerle gerçekleştirilemez. Bu nedenle sürdürülebilirlik hedefleri için daha katılımcı politika ve stratejilere olan ihtiyacı giderek daha fazla kabul etmektedir. Düşük karbonlu yaşam tarzları teşvik edilerek daha sürdürülebilir bir topluma geçiş için ilgili tüm paydaşların aktif katılımı, kararlılığı ve güçlendirilmesi gerekmektedir.(Mont, Neuvonen, ve Lähteenoja, 2014).

Başarılı bir çevre politikası ekolojik ve sosyal sistemler arasındaki bağlantıları dikkate alarak mümkün olabilir. Bu bağlantının göz ardı edilip tek bir alana odaklanması istenmeyen, etkisiz ve verimsiz sonuçlar doğurabilmektedir.

Örneğin, biyoyakıt üretimini artırmaya dönük politikalar; su tüketimi, gıda üretimi ve yaban hayatı üzerine olumsuz etkiler oluşturabilir. Bununla birlikte bir dizi faydayı optimize eden sürdürülebilirlik yaklaşımları, aynı anda ekolojik, sosyal ve ekonomik faydalar sağlayabilir. Tek bir alanda, belirli bir zamanla ve olayla sınırlı problemleri soyut olarak ele alan yönetimlerin başarı şansı düşüktür. Kurumlar arası koordinasyon destekleyecek ulusal sürdürülebilirlik politikası oluşturulup bütüncül sürdürülebilirlik yaklaşımları ile etkinlik ve verimlilik artırabilir (National Research Council, 2013).

## **1.2. İşletme Boyutuyla Sürdürülebilirlik**

İşletmeler, ekonominin ve toplumun önemli bir parçasıdır. Dolayısıyla sürdürülebilirlik üzerine olumlu veya olumsuz çok büyük etkileri vardır. Bu etkiler, hammadde ve tedarikçi seçimi, arazi kullanımı, üretim süreci, ürün, organizasyon yapısı, atık yönetimi gibi farklı alanlarda kendini gösterebilmektedir. Her ne kadar modern pazarlama anlayışı tüketici talepleri doğrultusunda planlama ve faaliyetlerini gerçekleştirse de pazarlama iletişimi ve AR-GE çalışmaları ile tüketici taleplerinin şekillenmesinde de önemli rol oynamaktadır. İşletmeler bu gücü tüketicileri sürdürülebilirlik yönünde değişime teşvik ederek kullanabilirler. Sürdürülebilirliği hem operasyonları hem de ürünleri açısından stratejik planlarına entegre eden işletmeler hem sürdürülebilirliği hem de kalkınmayı eş zamanlı olarak gerçekleştirebilirler. (Diesendorf, 2000).

Bir işletmenin faaliyetlerini devam ettirebilmesi için asgari olarak işletme giderlerini karşılayacak geliri satışlar veya diğer gelir kaynakları yoluyla elde etmesi gerekir. Ticari işletmelerin kar amacıyla kurulduğu dikkate alındığında elde edilmesi gereken getirinin maliyet ve kar hedefi karşılayacak düzeyde olması gerekmektedir. Bu zorunluluk nedeniyle işletmelerin finansal hedefleri öncelikleyeceği, bu nedenle maliyet unsuru olarak görülen sürdürülebilirlik konusunun yeterince dikkate alınmayacağı düşüncesi oldukça yaygındır (Thompson ve Norris, 2021). Ancak, çalışanlar, tedarikçiler, müşteriler, yatırımcılar ve yerel topluluklar da dahil olmak üzere tüm paydaşlarıyla sağlam ve duyarlı ilişkiler kuran şirketlerin, diğer şirketlere göre daha uzun ömürlü ve daha başarılı bir işletme olma eğiliminde olduklarına dair bazı kanıtlar vardır (Diesendorf, 2000).

Son 40-50 yılda işletmelerin çevre sorunlarını ele alma biçimleri çarpıcı bir dönüşüm yaşadı. Başlangıçta çevre kirliliğini kontrol etmeye yönelik mevzuata uyum sağlamak amacıyla kirliliği kontrol edecek çevre yönetim sistemlerine odaklanan işletmeler 1980'li yıllardan itibaren atığın ortaya çıkmamasını sağlayacak önleyici tedbirlere yönelmeye başlamışlardır. İşletmeler, israfı

önleyen üretim sistemleri tasarlanmanın, yalnızca verimliliği artırarak değil aynı zamanda toksik kimyasalların kullanımı ve imhasıyla ilişkili mali riskleri azaltarak rekabet avantajı sağladığı fikrini benimsemeye başladı. 2000'li yılların başından itibaren ise işletmeler ürün yaşam döngüsünün tamamına odaklanmaya başladı. Bu süreç tedarikçilerin uygulamalarından ürünün kullanım ve kullanım sonrası atılmasının çevresel etkilerini içermektedir. Firmalar; dayanıklı, kolayca tamir edilebilir, yükseltilebilir, güvenli ve ekonomik olarak geri dönüştürülebilir ürünler tasarlayarak ürünlerin tüketim ve sonrası çevresel etkilerini en aza indirmeyi hedeflemişlerdir (Cohen, 2011).

Bu amaca yönelik iş modellerinden biri döngüsel iş modelidir. Döngüsel iş modelleri, doğal kaynak girdilerini nispeten tasarruflu kullanmanın ötesinde bir dizi başka ayırt edici özelliğe sahiptir. İlk olarak düşük marjlı ve kısa ömürlü ürünler yerine daha kaliteli ürünlere ve ürünlerin sahipliğinden ziyade ürünlere erişiminin sağlanmasına odaklanmaktadır. İkincisi, faaliyetlerinde mevcut olan malzemelerin, bileşenlerin ve ürünlerin içerdiği değerden yararlanmaktadırlar. Örneğin, onarım, yenileme veya yeniden üretim hizmetleri sunan firmalar, yeni malzeme ve enerji girdilerinin kullanımından büyük ölçüde kaçınarak, ürünlerini geleneksel muadillerine göre önemli ölçüde daha düşük maliyetlerle pazarlayabilirler. Üçüncüsü, döngüsel iş modelleri genellikle tedarik zincirindeki farklı aktörler arasında daha yüksek düzeyde gerçekleşen işbirliği, tedarikçiler ve müşteriler arasındaki etkileşimin ve müşteri sadakatinin artmasını sağlayabilmektedir (OECD, 2019).

**Planlı Eskitme:** 1900'lü yılların başında ABD'lerinde ortaya çıkan planlı eskitme, ürünlerin belirli bir süre sonra eski, modası geçmiş veya artık işlevsel olmamasını sağlayarak sınırlı bir kullanım ömrüne sahip olmalarını hedefleyen bir planlama veya pazarlama stratejisidir. Ekonomik krizden çıkmak için kitlesel tüketimi artırmayı amaçlayan bu yaklaşım ile birlikte kaliteli ve dayanıklı ürünler yerine daha kırılğan ve onarımı zor ürünlere doğru bir yönelim yaşanmaya başladı (Rivera ve Lallmahomed, 2016). Tüketicilerin sahip oldukları ürünler son derece iyi olsa dahi "en son ve en iyi modelden" daha düşük olarak görüldükleri için bir süre sonra ürünleri yenisiyle değiştirmektedirler. Zaman zaman ürünlerin gerçekten kullanılamaz hale geldiği için de değiştirilmeleri gerekebilir ancak işletmeler kasıtlı olarak düşük dayanımlı veya geçerciliğini yitirecek ürünler de tasarlayabilmektedir. Bu yaklaşım doğal olarak daha fazla üretim ve tüketim, dolayısıyla daha fazla çevresel etki anlamına gelmektedir (Lacy ve Rutqvist, 2016).

Planlı eskitme yüksek hacimli üretim ve tüketim yoluyla ekonomik büyümeyi hedefleyen bir yaklaşımdır. Çevresel sorunların çözümü için ekonomik kalkınmayı göz ardı eden bir stratejinin de uygulanabilirliği düşüktür. Tüm bu



nedenlerden dolayı hem çevreye olumsuz etkisi daha düşük hem de kalkınmayı destekleyecek daha farklı iş ve kalkınma modellerine geçiş yapmak gerekiyor (Patti, 2023). İşletmeler bir ürünün kullanım ömrünü mümkün olduğu kadar uzun tutarak kullanım ömrü boyunca karlılığı maksimuma çıkarmayı deneyebilirler. Sık sık sürüm döngüleri planlamak ve ürünleri yalnızca birkaç yıl dayanacak şekilde tasarlamak yerine, onları daha uzun süre dayanacak şekilde geliştirip kolay yükseltme ve diğer hizmetleri sunarak karlılıklarını artırabilirler. Aynı şekilde modüler sistemler tasarlayarak mükemmel işlevselliğe sahip bir ürünü yenisiyle değiştirmeye ikna etmek yerine, yalnızca arızalı parçanın bileşenlerin değiştirilmesiyle tamir edilebilecek ürünler tasarlayabilirler. Ürün ömrü uzatma iş modeli olarak adlandırılacak bu modelle işletmeler çevreye zarar vermeden kurumsal amaçlarına ulaşabilme fırsatını yakalayacaklardır (Lacy ve Rutqvist, 2016).

### **1.3. Tüketim Boyutuyla Sürdürülebilir**

Çevre kirliliği, bozulma ve zararlı maddelere maruz kalma insan sağlığına zarar vererek pek çok sağlık sorununa yol açabilmektedir. Temiz hava, temiz su ve sağlıklı bir çevre sadece insanlar değil bütün canlılar için temeldir. Ancak günümüzde yaşanan çevre sorunları artık canlılar için yaşamsal bir sorun haline gelmiştir (Azad, 2023). Çevresel sorunların önemli nedenlerinden biri de hanehalkı tüketimidir. Hanehalkı tüketiminin çevresel etkisi ülkelere ve bölgelere göre farklılık gösterse de oldukça yüksek bir orandadır. Bu çevresel etki hanehalkı tarafından tüketilen ürün ve hizmetlerin üretimi ve kullanımıyla ilişkili malzeme, su ve arazi kullanımı ile sera gazı (GHG) emisyonlarını kapsamaktadır. Ulaşım, barınma ve gıda, çevresel ayak izinde en önemli tüketim kategorileridir. Küresel sera gazı emisyonlarının %60'ından fazlasına ve toplam arazi, malzeme ve su kullanımının %50 ila %80'ine katkıda bulunan hanehalkı tüketimi üzerinde önemli durulması gereken çevresel etki faktörlerinden biridir (Ivanova vd., 2016).

Mal ve hizmet tüketiminin hızla arttığı ve çevre sorunlarının büyük çoğunluğunun insanların aşırı ve sorumsuz tüketim alışkanlıklarından kaynaklandığı bir çağda yaşıyoruz. Dünya çapında pek çok ülke, sorunun ciddiyetinin farkına varmış durumda ve ekonomik faaliyetlerinin çevre üzerindeki olumsuz etkilerini hafifletmek için adımlar atmaya başlamıştır. Çevrenin korunması ve sürdürülebilir kalkınma için insanların tüketim kalıplarını değiştirmek hem ulusal hem de uluslararası politikalar için temel bir amaç olmuştur. Satın alma kararlarının çevre üzerindeki etkisini fark etmeye başlayan tüketiciler sürdürülebilir tüketim ile insan kaynaklı çevre sorunlarını ortadan tamamen kalkmasa da anlamlı düşüşler olabileceğini varsaymaktadırlar (Riyaz ve Jan, 2023).

Çevrenin kirlenmesini ve bozulmasını önlemek için çevre bilincinin ve halkın katılımının artırılması gerekmektedir. İnsanların çevre konusundaki farkındalığı ve duyarlılığını artıracak çevre eğitimleri ile bu katılım ve katkı sağlanabilir. Aileden başlayarak eğitimin her düzeyinde uygun içerik ve yöntemlerle bilgilendirmenin ötesinde bilinçlendirme amaçlanmalıdır. Aynı zamanda dijital mecralar kullanılarak bu çabalar desteklenmelidir (Tilwankar, Rai ve Bajpai, 2018). Çevre bilinci, günümüzün aşırı materyalist ve hedonik yaşam tarzını yerine doğaya ve çevreye saygılı ahlaki değerlerin aşılmasıyla gerçekleştirilebilir. Uzmanlar bu tür ahlaki değerlerin tohumlarını ekmek için erken çocukluk döneminin ideal zaman olduğu konusunda hemfikirdir (Nath, 2009). Seminer, bilgi yarışması, konferans, drama, sinema, belgesel ve halk toplantılarını içeren ders dışı etkinlikler, çevreye ilişkin etik değerleri konusunda bilinç oluşmasında rol oynayabilir (Kalita, Medhi ve Sarma, 2023).

Yaşam tarzları bizi tanımlar, birbirimize bağlar ve farklılaştırır. Yaşam tarzları sosyal ve teknolojik yapılardan kaynaklandığı için araştırma programlarında sıklıkla olduğu gibi ayrı teknolojik ve sosyal bilim dallarıyla devam etmek yerine bütüncül bir sosyo-teknik yaklaşımın geliştirilmesine ihtiyaç vardır. Farklı alanlar, disiplinler ve teknolojilerdeki kaynakları ve bilgileri bir araya getirerek sürdürülebilir yaşam tarzına dönük bir değerlendirme ortaya çıkarılabilir. Sürdürülebilir yaşam tarzları bir laboratuvarında veya bir araştırma ofisinde oluşturulamaz. Bu nedenle farklı politika, ekonomik araçlar, iş modelleri ve toplumsal girişimlerle ilgili eylem araştırma ve denemelerine ihtiyaç vardır (Mont vd., 2014).

Hanehalkının üretici rolü sıklıkla ihmal edilmiştir. Geleneksel ekonomik bakış açısına göre tüketiciler tüketim için kullanıma hazır mal ve hizmetleri satın alır ve tüketirler. Aslında tüketiciler günlük yaşamlarındaki ihtiyaçlarını karşılamak için aldıkları ham ve yarı mamulleri evde gerçekleştirdikleri üretim süreciyle nihai ürüne dönüştürmektedirler. Satın alınan bir mobilyanın evde monte edilmesi veya pazardan alınan gıda ürünlerinin yemeğe dönüştürülmesi gibi pek çok örnek verilebilir. Bu nedenle tüketiciler her zaman değer yaratma sürecine dahil olmuşlardır. Dolayısıyla sürdürülebilirlik çabalarında tüketicilerin bu yönünün de dikkate alınması önemlidir (Cruz, Ganga ve Wahlen, 2018).

Verimliliği artırmak sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için önemli araçlardan biridir. Daha az girdi ile daha çok çıktı elde edilerek tüketim miktarının azalacağı varsayılmaktadır. Ancak verimlilik artışına yönelik politikaların etkileri her zaman istenilen yönde olmamaktadır. Bu noktada dikkate alınması gereken etkenlerden birisi geri tepme etkisidir (The Rebound Effect). Geri tepme etkileri, verimlilik iyileştirmelerinin kullanıcı maliyetlerini azaltmasıyla sıklıkla ortaya çıkan tüketim artışını ifade eder (Pritwani, 2016).

Hatta enerji verimliliğindeki iyileştirmelerin en azından uzun vadede enerji talebinin artmasına yol açabileceği bile iddia edilmektedir. İyileştirilmiş enerji verimliliği, ilgili hizmeti sağlamanın marjinal maliyetini azaltacağından, söz konusu hizmetin tüketiminde bir artışa yol açabilir. Örneğin tüketiciler, kilometre başına işletme maliyetinin düşmesi nedeniyle yakıt tasarruflu bir araba satın aldıktan sonra daha fazla ve/veya daha sık araç kullanmayı tercih edebilir. Benzer şekilde tüketiciler, çatı katı yalıtımının uygulanmasının ardından evlerini daha uzun süre ve/veya daha yüksek bir sıcaklıkta ısıtmayı tercih edebilir. Bunun gerçekleşme derecesinin bir enerji hizmetinden diğerine, bir durumdan diğerine ve bir zaman diliminden diğerine büyük ölçüde değişmesi beklenebilir (Herring ve Sorrell, 2008).

Gelişmiş ülkelerde yaşayan tüketicilerin görece çevre bilincinin az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde yaşayanlara göre daha yüksek olduğu varsayılabilir. Zararlı kimyasallar içermeyen çevre dostu ürünler satın almak, mümkün olan durumlarda yenisini almak yerine ürünleri onarmak veya yeniden kullanmak gibi sürdürülebilirlik davranışlarının gelişmiş ülkelerde daha yaygın olduğu söylenebilir. Bununla birlikte ihtiyaca dayalı satın almanın aynı ölçüde yaygın olmadığı ve yüksek harcanabilir gelir nedeniyle tüketim düzeylerinin daha yüksek olduğu da söylenebilir. Gelişmekte olan ülkeler, ekonomik olarak daha güçlü hale geldikçe, bu ekonomilerdeki tüketicilerin de savurganlığa ve israfa yönelmeye başlaması ihtimali var. Bu ekonomilerdeki tüketici harcamaları son yıllarda sürekli olarak artmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkelerin tüketim kalıplarını taklit etmeleri gelecek için ciddi endişe kaynağı olmaktadır (Agrawal ve Gupta, 2018).

## 2. Sonuç

Çevresel sorunlarının karmaşıklığı, yeni ve daha sürdürülebilir bir paradigmaya geçişte farklı kesimlerden aktörlerin geniş katılım ve katkısını gerekli kılmaktadır. İş dünyası, politikacılar ve vatandaşların yanında yatırımcılar, sivil toplum kuruluşları, geleneksel ve dijital medyanın bu süreçte oynayabileceği rol göz ardı edilmemelidir. Firmaların, üretim süreçlerine ve iş yapma biçimlerine yönelik genel yaklaşımlarını değiştirerek çevre, sosyal ve ekonomik ihtiyaçları birlikte değerlendirerek bütünsel bir yaklaşım sergilemeleri gerekiyor. Sürdürülebilirliği uyulması gereken kurallar ve maliyet unsuru olarak görmek yerine bir iş ve rekabet avantajı fırsatı olarak görmeleri gerekiyor. Kamu yönetiminin yalnızca vatandaş ve firma davranışlarına rehberlik edecek standartlar ve düzenlemeler yapmak dışında süreçte daha aktif bir rol alması yararlı olacaktır. Bu amaçla sürdürülebilirlik davranışların benimsenmesini kolaylaştıracak koşulları sağlamak için diğer ekonomik

aktörlerle birlikte hareket ederek işbirlikçi bir yaklaşım benimsemeleri sürecin etkinliği için önemlidir (Lanzini, 2017).

Sürdürülebilir tüketim davranışlarını teşvik etmenin bir yolu, sosyal etkinin, yani insanların diğer insanlar üzerindeki etkisinin kullanılmasıdır. Sosyal etki, bir kişinin veya grubun diğerinin fikirlerini, tutumlarını, duygularını veya davranışlarını nasıl etkilediğidir. Son dönemde dijital etkileyiciler dijital medyanın avantajları ile birlikte önemli etki gücüne sahip hale gelmişlerdir sürdürülebilir tüketim davranışını teşvik etmede önemli bir rol oynayabileceği görülmüştür (Goldsmith, 2015). Sosyal ağların çevre dostu davranışlar için bilgi, sosyal normlar ve duygusal destek sağlayarak sürdürülebilir tüketimi teşvik etme potansiyeli vardır. Toplum temelli kampanyalar gibi sosyal ağları hedef alan çabalar da bu konuda etkin bir rol oynayabilir (Abrahamse ve Steg, 2013).

Sürdürülebilir tüketim için teşvik edilmesi gereken yaşam tarzlarından biri de gönüllü sadeliktir. Tüketimi azaltarak sade bir yaşam sürdürmeye odaklanan bu yaşam tarzı sürdürülebilirlik temelli tüketim karşıtı bir davranıştır. Gönüllü sadeleştiriciler "gerekli olana" karar verir ve tüketimi sınırlandırır. Geleneksel tüketiciler daha fazla tüketmek için daha fazla kazanmaya çabalarırken, sadelik savunucuları daha az çalışır ve tüketimlerini en aza indirmeyi amaçlar. Gönüllü basitleştiriciler genellikle şirketlerin satış ve karlarını artırma hedefleriyle çatışabilen "azalt, yeniden kullan, geri dönüştür" ilkelerine yönelik çevreci inancı paylaşırlar (Altinigne, 2023).

Geri dönüşüm, atıkları çevreye zararlı, değersiz unsurlar olarak görmek yerine pazarlanabilir değerli ürünlere dönüştürülecek kaynaklar olarak görmektir. Geri dönüşüm projeleri, tüketici öncesi veya tüketici sonrası atıkları veya hatta her ikisinin bir karışımını kullanarak eski ürün ve malzemeleri kullanmanın yenilikçi yollarını içerir. "İleri dönüşüm", döngüsel kullanımın ileri aşamasıdır ve atığa bir tür değer katmaktır. Geri dönüşüm sayesinde hem ekonomik hem de çevresel kazanım fırsatı söz konusu olmaktadır (Sarıcam ve Okur, 2018). Dolayısıyla işletmelere geri dönüşüm için gerekli teşvikler yapılarak atıkların hem ekonomiye kazandırılması hem de çevresel zararlarından kurtulmak mümkün olacaktır.

### **Kaynakça:**

- Abrahamse, W., & Steg, L. (2013). Social influence approaches to encourage resource conservation: A meta-analysis. *Global Environmental Change*, 23(6), 1773–1785.
- Agrawal, R., & Gupta, S. (2018). Consuming Responsibly: Exploring Environmentally Responsible Consumption Behaviors. *Journal of Global Marketing*, 31(4), 231–245.
- Altinigne, N. (2023). Exploring consumer behavior in the context of voluntary simplicity. In M. A. Machado Carvalho & M. A. Machado Carvalho (Eds.), *Sustainable Consumption Experience and Business Models in the Modern World*. IGI Global.
- Azad, R. K. (2023). *Environmental Awareness*. Book Saga Publications.
- Charter, M., Gray, C., Clark, T., & Woolman, T. (2017). Review: the role of business in realising sustainable consumption and production. In A. Tukker, M. Charter, C. Vezzoli, E. Stø, & M. M. Andersen (Eds.), *System Innovation for Sustainability 1: Perspectives on Radical Changes to Sustainable Consumption and Production*. Taylor & Francis.
- Cohen, N. (2011). *Green Business: An A-to-Z Guide*. SAGE Publications.
- Cohen, S., Eimicke, W., & Miller, A. (2015). *Sustainability Policy: Hastening the Transition to a Cleaner Economy*. Wiley.
- Cruz, I., Ganga, R., & Wahlen, S. (2018). Contemporary collaborative consumption: an introduction. In I. Cruz, R. Ganga, & S. Wahlen (Eds.), *Contemporary Collaborative Consumption: Trust and Reciprocity Revisited*. Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Diesendorf, M. (2000). Sustainability and sustainable development. In D. C. Dunphy (Ed.), *Sustainability: The Corporate Challenge of the 21st Century*. Allen & Unwin.
- Enders, J. C., & Remig, M. (2014). Theories of sustainable development. In J. C. Enders & M. Remig (Eds.), *Theories of Sustainable Development*. Taylor & Francis.
- Goldsmith, E. B. (2015). *Social Influence and Sustainable Consumption*. Springer International Publishing.
- Herring, H., & Sorrell, S. (2008). *Energy Efficiency and Sustainable Consumption: The Rebound Effect*. Palgrave Macmillan UK.
- Ivanova, D., Stadler, K., Steen-Olsen, K., Wood, R., Vita, G., Tukker, A., & Hertwich, E. G. (2016). Environmental Impact Assessment of Household Consumption. *Journal of Industrial Ecology*, 20(3), 526–536.

- Ivanova, D., Stadler, K., Steen-Olsen, K., Wood, R., Vita, G., Tukker, A., & Hertwich, E. G. (2016). Environmental impact assessment of household consumption. *Journal of Industrial Ecology*, 20(3), 526–536.
- Jonge, D. J., Fischer, A. R. H., & Van Trijp, H. C. M. (2013). Marketing and Sustainable development: A social marketing perspective. In H. C. M. van Trijp (Ed.), *Encouraging Sustainable Behavior: Psychology and the Environment*. Taylor & Francis.
- Kalita, P., Medhi, H., & Sarma, U. D. (2023). *Societal Challenges and Sustainability: Socio-economic and Environmental Perspectives*. Shashwat Publication.
- Lacy, P., & Rutqvist, J. (2016). *Waste to Wealth: The Circular Economy Advantage*. Palgrave Macmillan UK.
- Lanzini, P. (2017). *Responsible Citizens and Sustainable Consumer Behavior: New Interpretive Frameworks*. Taylor & Francis.
- Lockie, S., & Cooper, H. R. (2015). Biodiversity and sustainable development. In M. Redclift & D. Springett (Eds.), *Routledge International Handbook of Sustainable Development*. Taylor & Francis.
- Mont, O., Neuvonen, A., & Lähteenoja, S. (2014). Sustainable lifestyles 2050: stakeholder visions, emerging practices and future research. *Journal of Cleaner Production*, 63, 24–32.
- Nath, B. (2009). Importance of teaching environmental education at an early age. In B. Nath (Ed.), *Environmental Education and Awareness - Volume I*. EOLSS Publications.
- National Research Council. (2013). *Sustainability for the Nation: Resource Connections and Governance Linkages*. National Academies Press.
- OECD. (2002). *Towards sustainable household consumption?: trends and policies in OECD countries*. OECD Publishing
- OECD. (2019). *Business Models for the Circular Economy Opportunities and Challenges for Policy*. OECD Publishing.
- Patti, S. (2023). *Circular Economy and Policy: Sustainability, Environmental, and Social Perspectives*. Springer International Publishing.
- Portney, K. E. (2015). *Sustainability*. MIT Press.
- Pritwani, K. (2016). *Sustainability of Business in the Context of Environmental Management*. Energy and Resources Institute.
- Rivera, J. L., & Lallmahomed, A. (2016). Environmental implications of planned obsolescence and product lifetime: a literature review. *International Journal of Sustainable Engineering*, 9(2), 119–129.
- Riyaz, M., & Jan, A. (2023). An overview of environmentally - Responsible consumption behavior: evolution, significance, antecedents, and

- consequences. In P. Sinnappan (Ed.), *Achieving Economic Growth and Welfare Through Green Consumerism*. IGI Global.
- Saricam, C., & Okur, N. (2018). Analysing the Consumer behavior regarding sustainable fashion theory of planned behavior. In C. Saricam & N. Okur (Eds.), *Consumer Behaviour and Sustainable Fashion Consumption1* (pp. 1–38). Springer Nature Singapore.
- Sharma, S. (2016). environmental Performance or Productivity loss? In J. Zhang, L. Luna-Reyes, Pardo T, & D. S. Sayogo (Eds.), *Information, Models, and Sustainability: Policy Informatics in the Age of Big Data and Open Government*. Springer International Publishing.
- Thompson, P. B., & Norris, P. E. (2021). *Sustainability: What Everyone Needs to Know®*. Oxford University Press.
- Tilwankar, V., Rai, S., & Bajpai, S. P. (2018). Role of social media in environment awareness. In S. Narula, S. Rai, & A. Sharma (Eds.), *Environmental Awareness and the Role of Social Media*. IGI Global.

## 5. Bölüm

# YAPAY ZEKÂNIN GASTRONOMİ ALANINDAKİ YERİ VE ÖNEMİ

Hilal ÖZ<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Öğr. Gör., Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Hatay/Türkiye  
e-posta: [hilal.oz@mku.edu.tr](mailto:hilal.oz@mku.edu.tr), orcid no: 0000-0001-7157-6013



## ÖZET

Bu derleme çalışması, yapay zekânın gastronomi alanındaki rolünü ve önemini ele almaktadır. Gastronomi, yiyecek ve içeceklerin hazırlanmasından sunumuna kadar geniş bir yelpazeyi kapsayan çok disiplinli bir bilim dalı olarak, teknolojik yeniliklerden büyük ölçüde faydalanmaktadır. Yapay zekânın gastronomi üzerindeki etkileri, mutfak yönetiminden gıda güvenliğine, tahmin ve optimizasyondan pazarlama stratejilerine kadar çeşitli alanlarda kendini göstermektedir. Modern yapay zekâ uygulamaları, mutfak süreçlerini otomatikleştirerek verimliliği artırmakta, gıda ürünlerinin kalitesini ve güvenliğini sağlamaktadır. Ayrıca, yapay zekâ, yemek pişirme sürelerinden ürün verimliliğine kadar geniş bir veri yelpazesi üzerinde tahminlerde bulunarak operasyonel süreçleri optimize etmektedir. Pazarlama ve müşteri deneyimi alanlarında kişiselleştirilmiş hizmetler sunarak müşteri beklentilerine daha iyi yanıt vermekte, sağlıklı beslenme ve diyet planlamasında da önemli bir katkı sağlamaktadır. Bu çalışma, yapay zekânın gastronomi alanında nasıl devrim yarattığını ve gelecekteki araştırmalar için nasıl bir temel oluşturduğunu göstermeyi amaçlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Gastronomi, yapay zeka, robot şefler

## 1.GİRİŞ

Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte bilgiye erişim kolaylaşarak, yeni bir dönem başlamıştır. Sınırlı bilgiye bağımlılık sona ermiştir ve bilgi çağının kapıları açılmıştır. Aynı zamanda yaratıcılık ve yenilikçilik önem kazanmıştır. Teknolojik gelişmeler, sektörleri ileriye taşıyarak hızlı ve köklü değişikliklere yol açmıştır. Teknolojinin vazgeçilmez bir ihtiyaç haline geldiği bu dönemde, kendini yenileyemeyen ve teknolojiye uyum sağlayamayan işletmelerin sektörde ayakta kalmaları zorlaşacak ve varlıklarını sürdürmeleri mümkün olmayacaktır (Türkoğlu ve Yılmaz, 2022).

Gastronomi sektöründe, işletmelerin tüketicilerin istek ve beklentilerine uygun mal ve hizmetler sunmaları gerekmektedir. Tüketicilerin değişen talepleri, işletmelerin rekabetçi bir ortamda yenilikçi ve yaratıcı çözümler geliştirmesini zorunlu kılmaktadır (Eren ve Eroğlu, 2019). Bu noktada, yaratıcı ve farklı yöntemler sunan yapay zekâ, gastronomi sektöründe doğrudan bir etki yaratmaktadır. Teknolojik gelişmeler çeşitli sektörleri yeniden şekillendirmeye devam ederken, yapay zekânın gastronomiye entegrasyonu, yenilik, verimlilik ve geliştirilmiş misafir deneyimleri yönünde önemli bir değişimi temsil etmektedir. Aynı zamanda yemek deneyiminin tüm yönlerinde yenilik ve optimizasyon için bir katalizör görevi görmektedir (Milton, 2024).

Yapay zekâ, birçok farklı alanda kullanılarak çeşitli uygulamalara zemin hazırlamıştır. Sağlık, reklamcılık, tarım, pazarlama ve bilim gibi birçok sektörde yapay zekâ etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Bu çalışmada, çeşitli sektörlerle bağlantılı olan yapay zekânın, gastronomi alanındaki uygulamaları ele alınmıştır. Konuya dair kapsamlı bir literatür taraması yapılmış, bu makaleler değerlendirilerek gastronomi sektöründeki yapay zekâ uygulamaları incelenmiştir. Sonuç olarak, bu çalışma, yapay zekâ tabanlı gastronominin önemini ve uygulama alanlarını detaylandıran kapsamlı bir inceleme sunmayı ve benzer araştırmalar için bir referans noktası olmayı hedeflemektedir.

## 2.Gastronomi

Kavram olarak gastronomiden ilk olarak 1801 yılında Fransa'da bir şiirin başlığında söz edilmiştir. Gastronomi teriminin anlamı eski Yunancada Gastros (mide) ve nomos (kanun-kural) anlamına gelse de, bu gastronomi kavramını tanımlamak için yine de yeterli olmamaktadır (Seyitoğlu,2018). Gastronomi bir toplumun yemek yeme eylemi ile ilişkili normlar, inançlar, değerler ve sosyal kurallar ekseninde şekillenen tüm dinamiklerini kapsayan bir alandır (Rojas-Rivas ve Cuffia, 2022). Bir başka tanıma göre, gastronomi yiyeceğin dünü, bugünü ve yarınını multidisipliner bir biçimde bilim ve sanat ışığında irdeleyen bir alandır (Uçuk, 2022). Başka bir tanıma baktığımızda, Çavuşoğlu (2011)

gastronomiyi, toplumların kültürleri ve yiyecekleri arasındaki ilişkiyi inceleyen bir yeme-içme sanatı olarak açıklar.

Gastronomi tanımlarını incelediğimizde, ünlü gastronom Brilhat-Savarin, "Gastronomi, insan beslenmesiyle ilgili her şeyin sistematik olarak incelenmesidir" şeklinde tanımlamıştır (Oktay ve Sadıkoğlu 2018; Şahin ve Ağaoğlu, 2020). Gastronominin en temel tanımı ise, insanların hayati faaliyetlerini sürdürebilmeleri için yeme ve içme ihtiyaçlarını karşılamak olarak ifade edilebilir (Eren ve Eroğlu, 2019). Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin en alt basamağında yer alan bu fizyolojik ihtiyaç, günümüzde sadece insan ihtiyaçlarını karşılamakla kalmamakta, aynı zamanda yediğimiz yiyeceklerden, onları tükettiğimiz ortamdan ve daha birçok faktörden keyif alma deneyimini de içermektedir (Türkoğlu ve Yılmaz, 2022). Gastronominin farklı bilim dallarıyla olan ilişkisi göz önüne alındığında, bu kavram için yapılan tanımların ve açıklamaların fazla olması şaşırtıcı değildir. Pek çok yazarın gastronomi üzerine tanım geliştirmesi, bu kavramın yalnızca tanımlanmasının zor olmadığını, aynı zamanda çeşitli bakış açılarıyla ele alınarak sürekli olarak geliştiğini de göstermektedir (Gillespie ve Cousins, 2011; Sarıışık & Özbay, 2015).

Gastronomi kavramı, birçok bilim dalı ile etkileşim içinde olan çok disiplinli bir yapıya sahiptir ve iş birliği yaptığı alanlarda katkı sağlayarak etkisini genişletmektedir. Yapay zekânın temelleri 1950 yılında atılmış olup, günümüzde bu teknoloji gastronomi sektörü dahil birçok farklı alanda önemli bir uygulama alanı bulmaktadır (Şahin ve Ağaoğlu, 2020). Yapay zekânın yiyecek ve içecek sektöründeki kullanımı, sektöre hem pratik kolaylıklar sunmuş hem de geleneksel yöntemleri dönüştürmüştür. Gastronomi ile entegre edilen yapay zekâ, daha az insan hatası, israfın azaltılması, hızlı hizmet, yüksek müşteri memnuniyeti ve birçok diğer avantajı sağlayabilir (Çerkez ve Kızıldemir, 2020).

### **3.Yapay Zekâ**

Yapay zekâ terimi ilk kez 1956 yılında John McCarthy tarafından kullanılmış ve "akıllı makineler üretme bilimi ve mühendisliği" olarak tanımlanmıştır. Yapay zekâ, çeşitli disiplinler tarafından sıkça araştırılan konulardan biridir ve geniş bir uygulama yelpazesine sahiptir. Bu nedenle, bilim insanları yapay zekâyâ dair birçok farklı tanım geliştirmişlerdir. Yapay zekâ, insanlar gibi düşünebilen, öğrenebilen, bilgi toplayabilen, iletişim kurabilen, nesnelere algılayıp işleyebilen akıllı makinelerin ve yazılımların geliştirilmesi ve çalışmasını ifade eder (Kamble ve Shah, 2018).

Yapay zekâ, bilgisayar kontrollü makineler, robotlar veya zekâ ile düşünen yazılımlar için yol açan bir mühendislik dalıdır. Yapay zekâ, insan beynine nüfuz ederek bir insanın nasıl öğrendiğini, nasıl karar verdiğini ve nasıl problem

çözdüğünü inceler. Ardından bu bilgiyi, elde edilen sonuçlara dayanarak akıllı yazılımlar ve sistemler geliştirerek ilerletir (Choudhary vd., 2016). Her ne kadar yapay zekânın ortaya çıktığı dönem olarak 1950'ler literatürde esas alınsa da, yapay zekâ uygulamalarına benzer makinelerin önceki dönemlerde de yapıldığı görülmektedir. 13. yüzyılda Abul İzz El-Cezeri, Artuklu sarayında şifreli anahtarlar, otomatik abdest alma cihazları ve su dolapları gibi makineler yapmıştır. Türkiye'deki yapay zekâ ile ilgili ilk çalışmalara baktığımızda, Türkiye'nin ilk beş eksenli robotu 1990 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi'nde Hakan Altunay tarafından üretilmiştir. Benzer şekilde, 1994 yılında Türkiye'nin ilk teknoloji merkezinde üretilen endüstriyel robot da bu alanda bir ilktir (Ertürk ve Yayan, 2012; Çerkez ve Kızıldemir, 2020).

Aydın (2017), yapay zekâyı amaçlarına göre sınıflandırmış ve bunu bilimsel amaç, eğitsel amaç ve mühendislik amaçları olarak incelemiştir. Yapay zekânın bilimsel amacı, zekâyı inceleyerek öğrenmeyi anlamak, pratik çözümler bulmak ve bilgisayar modelleri aracılığıyla stratejiler oluşturmayı hedefler. Eğitsel amaç açısından baktığımızda, öğrenme, anlama ve problem çözme becerisi kazanma gibi insan zihnindeki bilgiyi çeşitli simülasyon yazılımları ile korumayı amaçlar. Mühendislik amacına baktığımızda ise, insanların hayatını kolaylaştırmak için insan gibi düşünebilen ve karar verebilen programlar ve robotlar üretmeyi içerir.

### **Yapay Zekânın Gastronomideki Önemi**

Gelişen dünya düzeninde teknolojinin ön plana çıkmasıyla yeni bir dönem başlamıştır. Bu dönemde, tüm sektörlerde devrim niteliğinde değişimler ve dönüşümler yaşanmıştır. Dünyadaki bu teknolojik gelişmeler, yapay zekâyı olan talebi artırmaktadır. Bu talep, gastronomi alanında da köklü değişikliklere yol açmış ve yapay zekâ ürünleri birçok işletmede yerini almıştır. Yapay zekâ uygulamalarında kullanılan robotlar, akıllı menüler ve öneri robotları gibi teknolojik uygulamalar, sektöre birçok fayda sağlamıştır. Bu faydaların en belirgin olanları, insan kaynaklı hataların ortadan kaldırılması, işlerin daha hızlı yapılması, zaman ve maliyet tasarrufu sağlanması ve iş verimliliğinin artırılmasına katkıda bulunmasıdır (Çerkez ve Kızıldemir, 2020; Türkoğlu ve Yılmaz, 2022).

Yapay zekâ ile modellenen robotlar, insanlar için zor, tehlikeli ve tekrarlayan görevleri yerine getirmek için kullanılmaktadır. Robotlar, işletmelerin personel yapısını etkileyip maliyetleri düşürmektedir. Ayrıca yapay zekânın genellikle sektördeki büyük ve köklü şirketler tarafından tercih edildiği gözlemlenmektedir (Çerkez ve Kızıldemir, 2020). Yapay zekâ kullanılarak oluşturulan mutfak robot örnekleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir;

**Tablo 1. Yapay Zekâ Destekli Robot Şefler**

Robot Adı	Firma Adı	Robotun Yaptığı Ürün/İş	Robotun Görev Yaptığı/Yapacağı Yer
Robotik Mutfak	Moley Robotik	Tam otomatik yemek pişirme ve hazırlama, reçetelere göre yemek yapma	Restoranlar, büyük mutfaklar, yemek okulları
Bot Şef	Samsung	Malzemeleri karıştırma, dökme, temizleme ve doğrama işlemleri	Ev mutfakları, oteller, restoranlar
Foxbot	Foxconn Teknoloji Grup	Eriştenin kesilmesi, pişirilmesi ve kendini temizleme	Çin'deki restoranlar, özellikle erişte üzerine uzmanlaşmış mekanlar
Pazzi	EKIM	Pizza hamuruna sos yayma, hamuru fırına koyma ve kesme	Pizza restoranları, hızlı servis pizza mekanları
Pepe, Giorgio, Marta, Bruno, Vincenzo	Zume Pizza	Sos dökme, hamuru yayma, pizzayı pişirmek üzere fırına yerleştirme ve servise sunma	Kaliforniya'daki Zume Pizza restoranı
The Kitchen	Toyota, Pizza Hut, Nachi Robot Sistemleri	Hazır pizzayı buzdolabından çıkarma, fırına koyma, dilimleme ve paketleme	Pizza teslimat restoranları, büyük pizza zincirleri
AUSCA	Curve Otomasyon	Yağ dökme, yumurta kırma, omlet yapma ve omleti servis etme	Singapur'daki otel restoranları
Flippy	Miso Robotik	Hamburger köftelerini ızgarada pişirme, pişirme süresince izleme ve ızgarayı temizleme	Fast food restoranları, özellikle burger mekanları
Koya ve Kona	-	Eriştenin kesilmesi, pişirilmesi ve servis edilmesi	Şangay'daki ramen restoranları
Ramen Robotu	AiseiCo	Eriştenin pişirilmesi, süzülmesi, ramen kasesine servis edilmesi ve garnitür eklenmesi	Nagoya'daki ramen restoranları
BratWurst Bot	Forschungszentrum Informatik (FZI)	Sosisleri ızgarada pişirme, çevirme ve servis etme	Berlin'deki etkinlikler, özellikle sokak festivalleri
Okonomiyaki Robotu	ToyoRikiCo	Izgarayı yağlama, Okonomiyaki karışımını hazırlama ve pişirme	Okonomiyaki servis eden restoranlar

**Kaynak:** Uzan ve sevimli, 2020

Yukarıdaki tabloya bağılı olarak üretilmiş olan bu robotların gastronomi alanında kullanılabilirliği pratik anlamda alana büyük katkılar sunmaktadır. Birçok teknik konuda işlevsel olması gerekli iş gücünü azaltarak mali anlamda da faydalar sağlayacaktır. Yapay zekâ uygulamalarının gastronomi sektörüne sağladığı diğer katkılara bakıldığında; yiyeceklerin sınıflandırılması, yüksek maliyetli ve emek yoğun süreçlerin maliyetini minimize etme, güvenilir tahminler sunma, yiyecek ve içecek güvenliğini sağlama ve ürünlerin standardizasyonunu temin etme gibi avantajlar sunduğu anlaşılmaktadır (Şahin ve Ağaoğlu, 2020).



**Fotoğraf 1.** Robotik Mutfak

Kaynak: Jha, 2020



**Fotoğraf 2.** Bot şef

Kaynak: Cormack, 2020

## SONUÇ

Yapay zekâ, gastronomi alanında giderek artan bir etkiye sahiptir ve bu etkiler, sektörün çeşitli yönlerini köklü bir şekilde değiştirmektedir. Teknolojinin bu alandaki uygulamaları, birçok avantaj ve yenilik sunmaktadır:

- Gelişmiş Mutfak Uygulamaları: mutfak süreçlerini otomatikleştirerek yemek pişirme, malzeme yönetimi ve kalite kontrolünde önemli iyileştirmeler sağlamaktadır. Robot şefler ve akıllı mutfak sistemleri, yemeklerin hazırlanmasını standartlaştırarak insan hatasını azaltmakta ve üretkenliği artırmaktadır. Örneğin, Moley Robotics'in geliştirdiği "Robotic Chef" gibi sistemler, birden fazla yemeği başarılı bir şekilde pişirebilen robotik kollar kullanarak operasyonel verimliliği artırmaktadır.
- Gıda Tanıma ve Güvenliği: Yapay zekâ, gıda güvenliğini sağlamak için gelişmiş tanıma sistemleri ve analizler sunmaktadır. Görüntü işleme ve makine öğrenme teknikleri kullanılarak, gıda ürünleri kalite kontrolünden geçirilmekte ve potansiyel riskler tespit edilmektedir. Bu uygulamalar, hem tedarik zinciri hem de müşteri güvenliği açısından büyük önem taşımaktadır.

- Tahmin ve Optimizasyon: yapay zekâ, gastronomi sektöründe talep tahmini ve süreç optimizasyonunda da önemli bir rol oynamaktadır. Fuzzy logic ve regresyon analizi gibi yöntemler kullanılarak, yemek pişirme süreleri, ürün verimliliği ve satış zamanları tahmin edilebilmekte ve böylece kaynak yönetimi daha verimli hale getirilmektedir. Bu, hem maliyetleri azaltmakta hem de müşteri memnuniyetini artırmaktadır.
- Yenilikçi Tanıtım ve Pazarlama: yapay zekâ, gastronomi sektöründe pazarlama stratejilerini kişiselleştirmek ve optimize etmek için de kullanılmaktadır. Akıllı menüler ve kişiselleştirilmiş yemek önerileri gibi uygulamalar, müşteri deneyimini iyileştirmekte ve işletmelerin rekabet avantajı elde etmesini sağlamaktadır.
- Sağlık ve Beslenme: Kalori hesaplama ve beslenme analizleri, kullanıcıların daha sağlıklı seçimler yapmalarına yardımcı olmakta ve diyet planlamasında rehberlik etmektedir.

Sonuç olarak, yapay zekâ, gastronomi sektöründe yenilikçi çözümler sunarak operasyonel verimliliği artırmakta, gıda güvenliğini sağlamada önemli bir rol oynamakta ve müşteri deneyimini iyileştirmektedir. Bu teknolojinin sektördeki uygulamaları, gastronomi biliminin gelişimine büyük katkı sağlamakta ve gelecekte daha fazla yeniliğe kapı aralamaktadır. Yapay zekânın gastronomi alanındaki potansiyelinden tam anlamıyla yararlanmak için sürekli araştırma ve geliştirme faaliyetlerine ihtiyaç duyulmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Aydın, Ş. E. (2017). *Yapay Zekâ Teknolojisi (Yapay Zekaların Dünü Bugünü Yarımı)*. Adana
- Choudhary S, Arba H, Patkar U. An Innovative Study on Artificial Intelligence and Robotics. *International Journal of Innovative Research in Computer and Communication Engineering*, 4(3), 3292-3296, (2016).
- Cormack, R. (2020). *Sick of Whisking? Samsung Has Created a Robot Sous-Chefto Help You Cook. Robb Report*, <https://robbreport.com/gear/personal-technology/samsung-bot-chef-2891606/>. Erişim tarihi: 15.06.2024
- Çavuşoğlu M. Gastronomi turizmi ve Kıbrıs mutfak kültürü üzerine bir araştırma. N. Avcı ve Ö. Kürşat (Ed.), *I. Uluslararası IV. Ulusal Eğridir Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı* (ss. 527-538), (2011).
- Çerkez M, Kızıldemir Ö. Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Yapay Zekâ Kullanımı. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1264-1278, (2020).
- Dwivedi YK, Hughes L, Ismagilova E, Aarts G, Coombs C, Crick T, Eirug A. Artificial intelligence (AI): multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and Policy. *International Journal of Information Management*, 101-994, (2019).
- Eren D, Eroğlu S. Niğde ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. *Nevşehir HBV Üniversitesi Turizm Fakültesi*, 122, (2019)
- Ertürk FE, Yayan G. Bilim ve Sanatı Birleştiren İki Usta. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(1), 453-464, (2012).
- Gillespie, C., & Cousins, J. (2011). *European Gastronomy Into the 21st Century*. New York: Routledge.
- Jha, A. (2020). *Robotic Kitchen Moley Robotics*, <https://www.arch2o.com/robotic-kitchen-moley-robotics/>. Erişim tarihi: 15.06.2024
- Kamble, R., & Shah, D. (2018). Applications of Artificial Intelligence in Human Life. *International Journal of Research*, 6(6), 178-188.
- Milton, T. (2024). Artificial Intelligence Transforming Hotel Gastronomy: An In-depth Review of AI-driven Innovations in Menu Design, Food Preparation, and Customer Interaction, with a Focus on Sustainability and Future Trends in the Hospitality Industry. *International Journal for Multidimensional Research Perspectives*, 2(3), 47-61.
- Oktay S, Sadıkoğlu S. The Gastronomic cultures' impact on the African cuisine. *Journal of Ethnic Foods*, 5(2), 140-146, (2018).



- Rojas-Rivas, E., Espinoza-Ortega, A., Thomé-Ortiz, H., & Cuffia, F. (2022). More than words! A narrative review of the use of the projective technique of word association in the studies of food consumer behavior: Methodological and theoretical implications. *Food Research International*, 156, 111124.
- Sarıışık, M., & Özbay, G. (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264-278.
- Seyitoğlu, F. & Çalışkan, O. (2018). Akademik Disiplin Olarak Gastronomi: Kavramsal Bir Çalışma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi* , 15 (3) , 523-537 .
- Şahin EÖ, Ağaoğlu B. Gastronomi Alanında Bulanık Mantık Kullanarak Etin Pişme Oranını Tahmin Eden Sistem Tasarımı, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2020, Special Issue (4), 334-346, (2020).
- Türkoğlu, H., & Yılmaz, G. (2022). The place and importance of artificial intelligence in the gastronomy sector. *Gazi University Journal of Science Part C: Design and Technology*, 10(4), 1070-1082.
- Uçuk, C. (2022). Holistik tabak: nörogastromi, gastrofizik ve sinestezi ekseninde yemek sunumunun insanın beğeni algısına olan etkilerinin incelenmesi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Uzan, Ş. B., & Sevimli, Y. (2020). Gastronomideki robotik uygulamalar ve yapay zekâ. *Tourism and Recreation*, 2(2), 46-58.

## 6. Bölüm

### BLOCKCHAIN TABANLI KİTLE FONLAMASI: SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM PROJELERİNDE YENİ YAKLAŞIMLAR

**Korkmaz KESKENDİR<sup>1</sup>**  
**Erhan Nuh ÖZTÜRK<sup>2</sup>**

---

<sup>1</sup> Öğr. Gör., İstanbul Aydın Üniversitesi, Anadolu BİL Meslek Yüksekokulu,  
Finans-Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü

kkeskendir@hotmail.com ORCID No:0000-0002-1561-0800

<sup>2</sup> Öğr. Gör., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Ermenek MYO,  
Yönetim ve Organizasyon Bölümü enuhozturk@kmu.edu.tr

ORCID No: 0000-0001-5070-8195

## Özet

Bu çalışma, blockchain tabanlı kitle fonlamasının sürdürülebilir turizm projelerindeki potansiyelini ve bu yenilikçi finansman yönteminin projelere sağladığı avantajları incelemektedir. Geleneksel finansman yöntemlerinin yetersiz kaldığı durumlarda, blockchain teknolojisinin sunduğu şeffaflık, güvenlik ve merkeziyetsizlik özellikleri, sürdürülebilir turizm projelerinin hayata geçirilmesine önemli katkılar sunmaktadır. Makalede, blockchain'in temel prensipleri, kitle fonlaması modelleri ve bu teknolojinin sürdürülebilir turizm projelerine nasıl entegre edilebileceği ele alınmıştır. Ayrıca, blockchain tabanlı kitle fonlaması ile başarıya ulaşılmış projelerden örnekler verilmiş ve gelecekte bu alanda karşılaşılabilecek zorluklar ve riskler tartışılmıştır. Bu bağlamda, blockchain tabanlı kitle fonlamasının sürdürülebilir turizm projelerinin finansmanında önemli bir rol oynayabileceği ve gelecekte bu yaklaşımın daha da yaygınlaşacağı öngörülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Blockchain, Kitle Fonlaması, Sürdürülebilir Turizm, Dijital Finansman

## Abstract

This study explores the potential of blockchain-based crowdfunding in sustainable tourism projects and the advantages this innovative financing method brings to these initiatives. In cases where traditional financing methods fall short, blockchain technology's transparency, security, and decentralization features offer significant contributions to the realization of sustainable tourism projects. The article discusses the fundamental principles of blockchain, crowdfunding models, and how this technology can be integrated into sustainable tourism projects. Additionally, successful examples of projects funded through blockchain-based crowdfunding are provided, and the challenges and risks that may arise in this field in the future are examined. In this context, it is suggested that blockchain-based crowdfunding could play a significant role in financing sustainable tourism projects, with the approach expected to become more widespread in the future.

**Keywords:** Blockchain, Crowdfunding, Sustainable Tourism, Digital Finance

## **Giriş**

Sürdürülebilir turizm, doğal kaynakların korunması, yerel kültürlerin desteklenmesi ve ekonomik kalkınmanın sağlanması amacıyla geliştirilen bir turizm türüdür. Ancak, sürdürülebilir turizm projelerinin hayata geçirilmesi genellikle yüksek maliyetler gerektirir ve bu durum, finansman bulma konusunda ciddi zorluklar yaratabilir (Tosun, 2001). Geleneksel finansman yöntemleri, bankalar ve yatırımcılar aracılığıyla sağlanan krediler ve yatırımlar üzerine kurulu olup, bu tür projeler için yeterli kaynak sağlamayabilir. Ayrıca, bu yöntemler, bürokratik süreçler, yüksek faiz oranları ve yatırımcıların kısa vadeli kar beklentileri gibi engellerle sınırlı kalabilir. Bu noktada, blockchain tabanlı kitle fonlaması (crowdfunding) yeni ve yenilikçi bir çözüm olarak ortaya çıkmaktadır (Nguyen et al., 2021). Blockchain, dijital işlemlerin güvenli bir şekilde kaydedilmesini sağlayan dağıtık bir defter teknolojisidir ve bu teknolojinin sunduğu şeffaflık, merkeziyetsizlik ve güvenlik gibi avantajlar, kitle fonlaması süreçlerine büyük bir değer katmaktadır (Ceylan & Isık, 2023). Kitle fonlaması ise geniş bir kitleye ulaşarak küçük miktarlarda fon toplanmasını sağlayan bir finansman modelidir ve özellikle girişimciler ve küçük ölçekli projeler için etkili bir araçtır.

Blockchain tabanlı kitle fonlaması, bu iki yenilikçi teknolojinin birleşimi ile hem yatırımcılar hem de proje sahipleri için yeni fırsatlar sunmaktadır. Yatırımcılar, blockchain teknolojisi sayesinde yatırımlarını daha güvenli ve şeffaf bir şekilde takip edebilirken, proje sahipleri de merkeziyetsiz bir yapıda fon toplayarak projelerini hayata geçirebilirler (Lage, Saiz-Santos, & Zarzuelo, 2022). Özellikle sürdürülebilir turizm projeleri, uzun vadeli çevresel ve sosyal faydalar sağlamayı amaçladığından, blockchain tabanlı kitle fonlaması bu projeler için ideal bir finansman yöntemi olarak öne çıkmaktadır (Patil, Gupta, & Sarode, 2021).

## **Blockchain Teknolojisi ve Kitle Fonlaması**

Blockchain teknolojisi, dijital dünyada devrim yaratacak bir yenilik olarak ortaya çıkmış ve birçok alanda etkisini göstermiştir. Temelinde, merkezi olmayan, güvenli, şeffaf ve değiştirilemez bir yapı sunan blockchain, bu özellikleri sayesinde çeşitli sektörlerde geniş bir kullanım alanı bulmuştur (Demirkan, 2021). Basitçe birbirine bağlı veri blokları zinciri olarak tanımlanabilir. Bu bloklar, belirli bir zaman aralığında gerçekleştirilen tüm işlemleri içerir ve zaman damgası ile güvence altına alınır. Her yeni blok, önceki bloğa kriptografik olarak bağlanır, bu da verilerin değiştirilmesini neredeyse imkansız hale getirmektedir (Doğan & Ertugay, 2019).

Blockchain teknolojisinin temel ilkelerinden biri merkeziyetsizliktir. Geleneksel veri yönetim sistemlerinde, veriler genellikle merkezi bir sunucuda saklanır ve bu merkezi yapı, sistemin güvenliği ve işleyişi açısından kritik öneme sahiptir. Ancak merkezi yapılar, çeşitli risklere de açıktır; bu sunucuların hacklenmesi durumunda, tüm sisteme zarar verilebilir. Blockchain ise bu riski ortadan kaldırmaktadır. Veriler, ağdaki tüm katılımcılar arasında paylaşılır ve her katılımcı aynı bilgilere sahip olur. Bu sayede, merkezi bir otoriteye ihtiyaç duymadan güvenli ve şeffaf bir veri yönetimi sağlanmış olur. Merkeziyetsizlik, aynı zamanda blockchain'in aracı kurumlara olan ihtiyacı ortadan kaldırmasına da olanak tanımaktadır. Örneğin, bir bankaya ihtiyaç duymadan bireyler arasında doğrudan para transferi yapılabilmektedir. Blockchain'in bir diğer temel özelliği, verilerin değiştirilemez olmasıdır. Blockchain, verileri bloklar halinde depolar ve her blok, kendisinden önceki blokla kriptografik olarak bağlanır. Bu yapı, verilerin değiştirilmesini neredeyse imkansız hale getirir. Bir blokta yapılan bir değişiklik, zincirdeki tüm blokları etkiler ve bu da sistemdeki diğer katılımcılar tarafından hemen fark edilir(Göçtürk, 2021). Dolayısıyla, bir blokta yapılan bir değişiklik, zincirdeki diğer bloklar tarafından onaylanmadığı sürece geçerli olmaz. Bu özellik, blockchain teknolojisini özellikle dolandırıcılık ve hileli işlemler gibi risklerin yüksek olduğu alanlarda ideal bir çözüm haline getirmektedir.

Blockchain teknolojisinin bir diğer önemli ilkesi ise şeffaflıktır. Blockchain ağında yapılan tüm işlemler, ağdaki tüm katılımcılar tarafından görülebilmektedir. Bu durum, blockchain'i diğer veri yönetim sistemlerinden ayıran önemli bir faktördür. Şeffaflık, özellikle kamuya açık blockchain ağlarında büyük bir avantaj sağlar; çünkü kullanıcılar, yapılan tüm işlemleri anında görebilir ve denetleyebilir. Ancak, bu durum her zaman olumlu olarak değerlendirilmez. Özellikle finansal işlemler gibi gizliliğin önemli olduğu durumlarda, blockchain'in şeffaf yapısı bazı endişelere yol açabilir(Özyürek, 2021). Bu nedenle, gizlilik ihtiyacı olan durumlar için özel blockchain ağları geliştirilmiştir. Bu ağlarda, sadece yetkilendirilmiş kullanıcılar işlemleri görebilir ve bu sayede gizlilik korunur. Blockchain'in sunduğu güvenlik, kriptografi ile sağlanır. Kriptografi, blockchain'deki verilerin şifrenmesini ve bu sayede güvenli bir şekilde saklanmasını sağlar(Aydar & Çetin, 2020). Her blok, kendisinden önceki bloğun bir özetini içerir ve bu özet, bir hash fonksiyonu kullanılarak oluşturulur. Hash fonksiyonu, girdinin boyutuna bakılmaksızın sabit uzunlukta bir çıktı üretir ve bu çıktı, girdiyi temsil eden benzersiz bir değerdir. Hash fonksiyonları tek yönlüdür, yani çıktıyı kullanarak girdiye ulaşmak neredeyse imkansızdır. Bu durum, verilerin güvenli bir şekilde saklanmasını sağlar ve blokların değiştirilmesini engeller. Ayrıca, blockchain ağındaki tüm

katılımcılar arasında yapılan işlemler, özel ve genel anahtarlar kullanılarak imzalanır. Bu sayede, sadece yetkilendirilmiş kullanıcılar işlemleri gerçekleştirebilir ve bu durum blockchain'in güvenliğini artırmaktadır(Teh, Alawida, & Ho, 2020).

Blockchain teknolojisinin sunduğu diğer bir yenilik ise akıllı sözleşmelerdir. Akıllı sözleşmeler, blockchain üzerinde çalışan ve belirli koşullar yerine getirildiğinde otomatik olarak çalışan kodlanmış anlaşmalardır. Bu sözleşmeler, işlemleri otomatikleştirir ve bu sayede aracı kurumlara olan ihtiyacı ortadan kaldırır. Örneğin, bir ürünün teslimatı yapıldığında otomatik olarak ödeme yapılması gibi işlemler, akıllı sözleşmeler aracılığıyla gerçekleştirilebilir. Bu durum, işlemlerin hızını artırır ve maliyetleri düşürür. Ayrıca, akıllı sözleşmeler, taraflar arasında güven sağlar; çünkü sözleşme şartları blockchain üzerinde saklanır ve bu şartların yerine getirilip getirilmediği tüm katılımcılar tarafından görülebilmektedir(Singh, Parizi, Zhang, Choo, & Dehghantanha, 2020). Blockchain'in sunduğu bu özellikler, teknolojinin çeşitli sektörlerde kullanılmasını sağlamıştır. Finans sektöründe, blockchain tabanlı dijital para birimleri ve ödeme sistemleri, geleneksel bankacılık sistemlerine alternatif olarak ortaya çıkmıştır. Bu sistemler, sınır ötesi para transferlerini daha hızlı ve daha düşük maliyetlerle gerçekleştirmeyi mümkün kılar. Sağlık sektöründe, hasta verilerinin güvenli ve şeffaf bir şekilde saklanması ve paylaşılması için blockchain teknolojisi kullanılmaktadır. Ayrıca, ilaç takibi ve sahte ilaçların tespiti gibi alanlarda da blockchain'in sunduğu imkanlar büyük fayda sağlamaktadır. Tedarik zinciri yönetiminde ise blockchain, ürünlerin üretiminden tüketiciye ulaşana kadar olan süreçteki tüm adımların izlenebilirliğini sağlar(Borah et al., 2020). Bu sayede, sahte ürünlerin önüne geçilir ve tedarik zinciri süreçleri daha verimli hale getirilir.

Blockchain teknolojisi özetle, merkeziyetsizlik, güvenlik, şeffaflık ve değiştirilemezlik gibi temel ilkeleri ile dijital dünyada devrim niteliğinde bir yenilik sunmaktadır. Bu özellikler, blockchain'in çeşitli sektörlerde geniş bir kullanım alanı bulmasını sağlamış ve teknolojinin gelecekte daha da yaygınlaşacağına işaret etmektedir. Ancak, blockchain'in sunduğu imkanlar kadar, bu teknolojinin bazı zorlukları ve sınırlamaları da bulunmaktadır. Özellikle ölçeklenebilirlik, enerji tüketimi ve regülasyonlar gibi konular, blockchain teknolojisinin yaygınlaşmasının önündeki en büyük engeller arasında yer almaktadır. Bu zorluklar, teknolojinin gelişimi ve adaptasyonu sürecinde önemli bir rol oynamaktadır(Khan, Jung, & Hashmani, 2021). Ancak, blockchain'in sunduğu avantajlar göz önüne alındığında, bu teknolojinin gelecekte daha da yaygınlaşacağı ve dijital dünyada önemli bir yer edineceği öngörülmektedir.

## **Kitle Fonlaması ve Blockchain Teknolojisinin Entegrasyonu**

Kitle fonlaması, projeler, girişimler veya ürünler için finansman sağlamak amacıyla geniş bir katılımcı kitlesinden küçük miktarlarda sermaye toplama yöntemidir. Geleneksel finansman yöntemlerinin aksine, kitle fonlaması internet tabanlı platformlar aracılığıyla gerçekleştirilir ve katılımcılara projenin erken aşamalarında destekçi olma fırsatı sunmaktadır(Rossi, 2014). Bu yöntem, özellikle girişimciler ve yenilikçi projeler için önemli bir kaynak haline gelmiştir. Ancak, kitle fonlamasının yaygınlaşmasıyla birlikte güven, şeffaflık ve verimlilik gibi konuların önemi de artmıştır. Bu noktada, blockchain teknolojisi devreye girerek kitle fonlamasının etkinliğini artırma potansiyeli sunmaktadır. (Belleflamme, Lambert & Schwiendacher, 2014).

Blockchain teknolojisi, merkeziyetsiz, güvenli ve değiştirilemez bir veri tabanı yapısı sunarak kitle fonlamasında karşılaşılan birçok sorunun çözümüne katkı sağlayabilir. Blockchain, işlemlerin tüm katılımcılar arasında paylaşılan bir defterde kaydedildiği ve bu kayıtların geri döndürülemez olduğu bir sistemdir. Bu teknoloji, finansal işlemlerden sözleşmelere kadar birçok farklı alanda uygulanabilir ve kitle fonlaması platformları da bu avantajlardan faydalanabilir. Blockchain teknolojisinin kitle fonlamasıyla entegrasyonu, birçok açıdan önemli avantajlar sağlamaktadır. İlk olarak, blockchain'in sunduğu şeffaflık, kitle fonlaması projelerinin güvenilirliğini artırmaktadır. Geleneksel kitle fonlaması platformlarında, toplanan fonların nasıl ve ne zaman kullanılacağına dair şeffaflık eksikliği olabilir. Bu durum, destekçilerin projeye olan güvenini sarsabilir ve projelerin başarısızlıkla sonuçlanmasına yol açabilir. Blockchain tabanlı kitle fonlaması platformlarında ise tüm işlemler şeffaf bir şekilde kayıt altına alınır ve herkes tarafından izlenebilir. Bu sayede, destekçiler toplanan fonların hangi aşamalarda kullanıldığını görebilir ve projeye olan güven artar. (Catalini & Gans, 2016).

İkinci olarak, blockchain teknolojisi, kitle fonlaması projelerinde aracı kurumlara olan ihtiyacı ortadan kaldırır. Geleneksel kitle fonlaması platformlarında, toplanan fonlar genellikle bir üçüncü taraf tarafından yönetilir ve bu süreçte çeşitli kesintiler yapılabilir(Cai, 2018). Blockchain tabanlı sistemlerde ise akıllı sözleşmeler aracılığıyla işlemler otomatik olarak gerçekleştirilir ve aracı kurumlara ihtiyaç duyulmaz. Akıllı sözleşmeler, belirli koşullar yerine getirildiğinde otomatik olarak çalışan kodlanmış anlaşmalardır. Bu sayede, fonların kullanımı daha hızlı ve maliyet etkin bir şekilde gerçekleştirilir. Örneğin, bir proje belirli bir hedefe ulaştığında otomatik olarak ödeme yapılabilir ve bu süreç tamamen şeffaf bir şekilde izlenebilir. (Buterin, 2014). Blockchain teknolojisinin sunduğu bir diğer avantaj ise güvenlidir. Geleneksel kitle fonlaması platformlarında, toplanan fonlar genellikle merkezi

bir sunucuda saklanır ve bu sunucuya yapılan saldırılar fonların kaybedilmesine neden olabilir. Blockchain tabanlı sistemlerde ise veriler merkezi olmayan bir ağda saklanır ve bu sayede saldırılara karşı daha dayanıklı hale gelir. Ayrıca, blockchain'in sunduğu kriptografik güvenlik, işlemlerin güvenli bir şekilde gerçekleştirilmesini sağlar. Bu durum, kitle fonlaması projelerinin güvenilirliğini artırır ve destekçilerin projeye olan ilgisini artırabilir. Blockchain teknolojisinin kitle fonlamasına entegrasyonu aynı zamanda küresel çapta katılımı da artırabilir. Geleneksel kitle fonlaması platformları genellikle belirli bir coğrafi bölgeye odaklanırken, blockchain tabanlı platformlar internet erişimi olan herkes tarafından kullanılabilir. Bu sayede, projeler küresel bir kitleye ulaşabilir ve daha fazla destekçi bulabilir. Ayrıca, blockchain teknolojisi aracılığıyla mikro ödemeler de kolayca yapılabilir, bu da küçük ölçekli destekçilerin projelere katkıda bulunmasını teşvik eder. Bununla birlikte, blockchain teknolojisinin kitle fonlamasına entegrasyonu bazı zorlukları da beraberinde getirmektedir (Hartmann, Grotto, Wang, & Lunesu, 2019). Öncelikle, blockchain teknolojisinin hala gelişmekte olan bir teknoloji olduğu ve bu nedenle bazı teknik ve düzenleyici engellerin mevcut olduğu unutulmamalıdır. Özellikle, blockchain tabanlı kitle fonlaması platformlarının yasal çerçevede nasıl düzenleneceği ve bu platformlarda gerçekleştirilen işlemlerin nasıl vergilendirileceği gibi konular henüz tam olarak netleşmemiştir. Ayrıca, blockchain teknolojisinin sunduğu şeffaflık bazı projeler için avantajlı olabilirken, bazı durumlarda gizlilik endişelerine yol açabilir. Özellikle, rekabetçi projelerde destekçilerin kimlik bilgilerinin ifşa edilmesi projenin başarısını olumsuz etkileyebilir. Diğer bir zorluk ise ölçeklenebilirliktir. Blockchain teknolojisi, mevcut haliyle büyük ölçekli kitle fonlaması projelerinde bazı sınırlamalarla karşılaşabilir. Özellikle, büyük miktarda işlemin kısa sürede gerçekleştirilmesi gerektiğinde blockchain ağlarının yavaşlayabileceği ve işlem maliyetlerinin artabileceği belirtilmektedir. Bu durum, özellikle yüksek hacimli projelerde blockchain tabanlı kitle fonlaması platformlarının verimliliğini azaltabilir. Ancak, bu sorunun üstesinden gelmek için çeşitli çözümler geliştirilmektedir (López Cañizares, 2020). Örneğin, ikinci katman çözümleri ve çeşitli ölçeklenebilirlik teknolojileri, blockchain ağlarının işlem kapasitesini artırmak için kullanılabilir.

Son olarak, blockchain tabanlı kitle fonlaması projelerinin başarısı büyük ölçüde topluluk katılımına bağlıdır. Geleneksel kitle fonlaması platformlarında, proje sahipleri genellikle belirli bir topluluk oluşturmak için yoğun bir pazarlama ve tanıtım çalışması yürütürler. Blockchain tabanlı platformlarda da benzer bir yaklaşım gereklidir. Proje sahiplerinin, blockchain topluluğunu çekmek ve projelerine olan ilgiyi artırmak için aktif bir şekilde katılım sağlaması



gerekmektedir. Bu durum, blockchain tabanlı kitle fonlaması projelerinin başarısını artırabilir ve daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlayabilir. Blockchain teknolojisinin kitle fonlamasına entegrasyonu, projelerin güvenilirliğini artırma, maliyetleri düşürme, küresel çapta katılımı artırma ve işlemleri daha şeffaf hale getirme gibi birçok avantaj sunmakla beraber, bu entegrasyonun bazı teknik, düzenleyici ve topluluk yönetimi zorlukları da bulunmaktadır(Nguyen et al., 2021). Bu zorlukların üstesinden gelmek için blockchain teknolojisinin gelişimine ve adaptasyon sürecine yönelik çalışmalar devam etmektedir. Gelecekte, blockchain tabanlı kitle fonlaması platformlarının daha yaygın hale gelmesi ve bu platformların çeşitli sektörlerdeki projelerin finansmanında önemli bir rol oynaması beklenmektedir.

### **Kitle Fonlamasının Sürdürülebilir Turizm Projelerine Katkısı**

Sürdürülebilir turizm, çevresel, sosyal ve ekonomik boyutlarda denge sağlayarak turizmin gelecekteki sürdürülebilirliğini amaçlayan bir yaklaşımdır. Bu tür projeler genellikle uzun vadeli hedefler ve karmaşık uygulama süreçleri içerdiği için, geleneksel finansman yöntemleriyle desteklenmeleri zor olabilir. Kitle fonlaması, bu noktada devreye girerek projelere geniş bir kitle aracılığıyla küçük miktarlarda fon toplama imkânı sunar. Blockchain teknolojisi ise kitle fonlaması süreçlerini daha şeffaf ve güvenilir hale getirir, bu da sürdürülebilir turizm projelerine olan ilgiyi ve katılımı artırır (Luo & Lam, 2019). Kitle fonlaması, genellikle internet üzerinden gerçekleştirilen bir finansman modelidir. Bu model, projelerin büyük bir kitleye ulaşarak küçük bağışlarla finanse edilmesini sağlar. Kitle fonlaması, sürdürülebilir turizm projeleri için şu şekilde katkıda bulunur:

- 1. Finansal Erişilebilirlik ve Kaynak Sağlama:** Sürdürülebilir turizm projeleri genellikle yüksek maliyetler ve uzun geri dönüş süreleri gerektirir. Geleneksel yatırımcılar bu tür projelere yatırım yapma konusunda isteksiz olabilir, çünkü bu projelerin getiri potansiyeli genellikle düşük ve belirsizdir. Kitle fonlaması, projelere daha geniş bir destekçi kitlesi aracılığıyla fon sağlama imkânı sunar, bu da projelerin hayata geçirilmesini kolaylaştırır (Ahlers et al., 2015).
- 2. Toplumsal Destek ve Katılım:** Sürdürülebilir turizm projeleri yerel toplulukların ve paydaşların aktif katılımını gerektirir. Kitle fonlaması, projelere toplumsal destek sağlama ve toplulukları projeye dahil etme fırsatı sunar. Destekçiler, projelerin çevresel ve sosyal hedeflerine katkıda bulunma fırsatına sahip olur, bu da projelerin yerel halk tarafından benimsenmesini ve desteklenmesini artırır (Belleflamme, Lambert, & Schwienbacher, 2014).

3. **Proje Tanıtımı ve Görünürlük:** Kitle fonlaması kampanyaları, projelerin tanıtımı için etkili bir platform sağlar. Proje sahipleri, kampanya sürecinde projelerini geniş bir kitleye tanıtma fırsatı bulur. Bu görünürlük, projelerin daha fazla insan tarafından fark edilmesini ve desteklenmesini sağlar, böylece projelerin başarısı için gereken farkındalığı artırır (Kim, Murrmann, & Lee, 2015).
4. **Risk Yönetimi ve Güven:** Kitle fonlaması, projelerin çeşitli aşamalarında topladığı fonlarla riskleri azaltabilir ve projenin güvenilirliğini artırabilir. Destekçilerin proje hakkında bilgi sahibi olmaları ve projeye yatırım yapmaları, projelerin başarı şansını artırabilir ve yatırımcı güvenini pekiştirebilir (Cheng, 2016).

### **Blockchain Tabanlı Kitle Fonlamasının Sürdürülebilir Turizm Projelerine Entegrasyonu**

Blockchain tabanlı kitle fonlaması, sürdürülebilir turizm projelerine entegrasyonunda önemli bir rol oynamaktadır. Bu teknoloji, sürdürülebilir turizm projelerinin finansmanında devrim niteliğinde bir değişim sunmaktadır. Sürdürülebilir turizm projeleri, çevresel, sosyal ve ekonomik dengeyi sağlama amacını güderken, genellikle büyük ölçekli ve uzun vadeli yatırımlar gerektirir. Geleneksel finansman yöntemleri bu projelerin desteklenmesinde zorluklar yaratabilir; ancak blockchain tabanlı kitle fonlaması bu zorlukları aşmada etkili bir araç olabilir (Tham & Sigala, 2020).

Bir proje tasarlandığında, blockchain tabanlı kitle fonlaması ile entegre edilmesi sürecinin ilk adımı, projenin detaylı bir şekilde planlanmasıdır. Proje sahipleri, projelerinin hedeflerini, bütçelerini ve uygulanabilirliklerini açıkça belirlemeli ve bu bilgileri blockchain üzerinde sunmalıdır. Ayrıca blockchain teknolojisi, projelerin finansman sürecini daha şeffaf ve güvenilir hale getirir. Tüm işlemler halka açık bir defterde kaydedilir ve bu sayede projeye yapılan katkılar ve bu katkılarının nasıl kullanıldığı kolayca izlenebilir (Tapscott & Tapscott, 2016). Kitle fonlaması kampanyaları, blockchain platformları üzerinden başlatılır ve bu platformlar, projelerin geniş bir kitle tarafından desteklenmesini sağlar. Fon toplama süreci blockchain sayesinde şeffaf bir şekilde yürütülür ve yatırımcılar, katkılarının nasıl kullanıldığını gerçek zamanlı olarak izleyebilir. Bu şeffaflık, yatırımcıların güvenini pekiştirir ve projeye olan ilgiyi artırır. Ayrıca, fonların yönetimi akıllı sözleşmeler aracılığıyla otomatikleştirilir ve bu da işlem maliyetlerini düşürür. Örneğin, belirli bir finansman hedefi gerçekleştirildiğinde otomatik olarak fonların serbest bırakılması gibi işlemler, insan müdahalesi olmadan gerçekleştirilir (Buterin, 2013). Blockchain'in merkeziyetsizlik ilkesi, projelerin küresel bir yatırımcı kitlesine

erişmesini sağlar. Bu özellik, özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki sürdürülebilir turizm projeleri için büyük bir avantaj sağlar. Küresel erişim, projelerin finansmanını çeşitlendirir ve yerel yatırımcılar tarafından sağlanan destek eksikliğini hafifletir. Projeler, dünya genelindeki bireylerden destek alabilir ve böylece finansmanını daha geniş bir kitleyle sağlayabilir(Swan, 2015).

Son olarak, blockchain tabanlı kitle fonlaması, sürdürülebilir turizm projelerinin finansmanında önemli bir yenilikçi çözüm sunmaktadır. Şeffaflık, otomatikleştirilmiş işlemler ve küresel erişim gibi özellikler, projelerin daha etkili ve geniş kapsamlı bir şekilde desteklenmesini sağlamaktadır. Bu entegrasyon, sürdürülebilir turizm projelerinin başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesini destekler ve turizmin sürdürülebilirliğini artırmaktadır(Bulut, 2022).

### **Blockchain Tabanlı Kitle Fonlaması ile Başarıya Ulaşmış Sürdürülebilir Turizm Projeleri**

Blockchain tabanlı kitle fonlaması ile finanse edilen sürdürülebilir turizm projeleri arasında birçok başarılı örnek bulunmaktadır. Bu projeler, blockchain teknolojisinin sunduğu güvenlik ve şeffaflık avantajları sayesinde geniş kitleler tarafından desteklenmiş ve hayata geçirilmiştir. Blockchain tabanlı kitle fonlaması ile başarıya ulaşmış sürdürülebilir turizm projelerinden bazıları şunlardır:

- "SunExchange" projesi, güneş enerjisi sistemlerinin finanse edilmesi için blockchain tabanlı bir kitle fonlaması platformu kullanmıştır. Bu proje, yatırımcıların küçük miktarlarda bile katkıda bulunarak güneş enerjisi projelerini desteklemelerine olanak tanımıştır (SunExchange, 2020). Örneğin, Güney Afrika'daki bir okulun çatısına güneş enerjisi panelleri kurulmuş ve bu proje SunExchange platformu aracılığıyla finanse edilmiştir. Yatırımcılar, bu projenin güneş enerjisi üretiminden elde edilen geliri takip edebilir ve okulun enerji maliyetlerinin düşürülmesine katkıda bulunabilirler. Bu tür projeler, yerel toplulukların enerji ihtiyaçlarını karşılamada önemli rol oynar ve aynı zamanda yatırımcılara sürdürülebilir enerji çözümlerinden finansal getiri sağlayabilmektedir(Marke et al., 2022).
- "EcoChain" projesi çevre dostu ve sürdürülebilir turizm projelerini desteklemek amacıyla blockchain teknolojisini kullanan bir platformdur. Bu platform, çeşitli çevresel projeleri ve yeşil girişimleri desteklemek için kitle fonlaması sağlar. EcoChain'in amacı, çevre koruma ve sürdürülebilir turizmi teşvik eden projelere yatırım yaparak, ekosistemlerin korunmasına ve yerel toplulukların desteklenmesine yardımcı olmaktır. (EcoChain, 2021). EcoChain'in desteklediği projeler arasında, geri dönüşüm tesisleri kurulması, sürdürülebilir tarım uygulamaları geliştirilmesi ve çevre eğitimi programları

yer alır. Örneğin, platform aracılığıyla finanse edilen bir proje, Güneydoğu Asya'daki bir bölgedeki plastik atıkların geri dönüşümünü hedeflemiştir. Bu proje, blockchain tabanlı fonlama ile gerekli kaynakları toplamış ve geri dönüşüm altyapısının kurulmasına katkı sağlamıştır(Holík, 2022).

- "Eco Island" projesi Maldivler'de sürdürülebilir bir tatil adası inşa etmeyi hedeflemiştir. Proje, blockchain tabanlı kitle fonlaması kullanarak küresel yatırımcılardan fon toplamış ve bu sayede çevresel sürdürülebilirliği destekleyen bir tatil köyü oluşturmuştur. Fonlar, adanın enerji ihtiyacını karşılamak için yenilenebilir enerji kaynaklarına ve atık yönetim sistemlerine yatırılmıştır. Proje, blockchain teknolojisinin sağladığı şeffaflık sayesinde yatırımcılara fonlarının nasıl kullanıldığını gösterme fırsatı sunmuş ve bu sayede yüksek bir güven ortamı yaratmıştır(Grydehøj & Kelman, 2017).
- "Green Safari" girişimi Kenya'nın savanalarında sürdürülebilir ekoturizm projeleri geliştirmeyi amaçlayan girişimdir. Bu girişim, blockchain tabanlı kitle fonlamasıyla geniş bir destekçi kitlesine ulaşmıştır. Proje, yerel halkın kalkınmasını destekleyen ve çevresel koruma sağlayan sürdürülebilir safari deneyimleri sunmaktadır. Fonlar, bölgedeki koruma projelerine ve yerel toplulukların ekonomik kalkınmasını destekleyen eğitim ve altyapı projelerine yönlendirilmiştir. Blockchain sayesinde proje, yatırımcılara fon akışının şeffaf bir şekilde raporlanmasını sağlamış ve yerel halkın yaşam standartlarını iyileştirmiştir(Agapito et al., 2024).
- "Sustainable Villages" girişimi İspanya'da kırsal bölgelerde sürdürülebilir turizm köyleri inşa etmeyi hedeflemiştir. Blockchain tabanlı kitle fonlaması, projeye uluslararası yatırımcılardan destek sağlamış ve fonların nasıl harcandığını açıkça izlenebilir hale getirmiştir. Proje, enerji verimliliği yüksek binalar, yerel kaynaklardan enerji üretimi ve su yönetimi gibi sürdürülebilir uygulamalara odaklanmıştır. Projenin başarılı bir şekilde yürütülmesi, blockchain teknolojisinin finansman süreçlerinde sağladığı şeffaflık ve verimliliğin somut bir örneğini sunmuştur(García Fernández & Peek, 2023).
- "Clean Energy Island Projesi", Karayipler'de sürdürülebilir turizm için yenilenebilir enerji çözümleri sunan bir projedir. Proje, blockchain tabanlı kitle fonlaması kullanarak, güneş enerjisi panelleri ve rüzgar türbinleri gibi temiz enerji kaynaklarına yatırım sağlamıştır. Bu projede, yatırımcılar, blockchain platformları üzerinden enerji üretim kapasitesine yatırım yaparak, adanın enerji ihtiyacını temiz ve sürdürülebilir kaynaklardan karşılamıştır. Yatırımcılar, enerji üretiminden elde edilen gelirleri izleyebilir ve projenin çevresel etkilerini doğrudan gözlemleyebilirler(Michalena, Hills, & Amat, 2009).

- “SolarWave Projesi”, deniz turizmi ve sürdürülebilir enerji projelerini birleştiren bir girişimdir. Bu proje, blockchain tabanlı kitle fonlamasıyla, deniz üzerinde güneş enerjisi panelleri kurmayı amaçlamıştır. Paneller, turist gemilerinin enerji ihtiyacını karşılamak için kullanılır ve bu sayede denizlerde daha temiz bir enerji kaynağı sağlanır. Proje, geniş bir yatırımcı kitlesinin desteklediği ve blockchain sayesinde fonların nasıl kullanıldığını ve enerji üretim süreçlerini şeffaf bir şekilde izlemeye olanak tanıyan bir model sunmuştur(Robertson, Bekker, & Buckham, 2020).
- “EcoTourism Blockchain Platformu” EcoTourism Blockchain Platformu, global çapta sürdürülebilir turizm projelerini destekleyen bir blockchain platformudur. Platform, farklı sürdürülebilir turizm projeleri için kitle fonlaması sağlar ve yatırımcıların projeleri desteklemelerini kolaylaştırır. Proje örnekleri arasında, ekoturizm merkezlerinin kurulması, yerel koruma projeleri ve çevresel eğitim programları bulunmaktadır. Platform, yatırımcılara projelerin şeffaf bir şekilde yönetildiğini ve fonların etkin bir şekilde kullanıldığını gösterir. Bu tür projeler, blockchain tabanlı fonlamanın geniş bir kitleye hitap ederek sürdürülebilir turizmi desteklemedeki rolünü vurgulamıştır.
- “TerraEco Project”, Güney Amerika'da sürdürülebilir tarım ve ekoturizm projelerini destekleyen bir girişimdir. Blockchain tabanlı kitle fonlamasıyla, yerel toplulukların sürdürülebilir tarım uygulamaları geliştirmesi ve ekoturizm aktiviteleri düzenlemesi için finansman sağlamıştır. Proje, yatırımcılara fonlarının nasıl kullanıldığını şeffaf bir şekilde gösterir ve toplulukların ekonomik kalkınmasına katkıda bulunur. TerraEco, blockchain teknolojisinin yerel projelere destek sağlama ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerini gerçekleştirme konusundaki potansiyelini göstermiştir(Blamey, 2005).

Bu projeler, blockchain tabanlı kitle fonlamasının sürdürülebilir turizm alanındaki potansiyelini göstermektedir. Şeffaflık, güvenilirlik ve küresel erişim gibi blockchain'in sunduğu avantajlar, projelerin başarısını desteklemiş ve sürdürülebilir turizm hedeflerine ulaşmalarını sağlamıştır. Bu tür projeler, blockchain teknolojisinin sürdürülebilirlik hedeflerine katkıda bulunma kapasitesini ortaya koyarak, gelecekteki projeler için ilham kaynağı olmuştur.

## **Sonuç**

Bu makale, blockchain tabanlı kitle fonlamasının sürdürülebilir turizm projelerine entegrasyonunu detaylı bir şekilde ele almıştır ve bu entegrasyonun sunduğu avantajlarla birlikte karşılaşılan zorlukları ve riskleri kapsamlı olarak incelemiştir. Blockchain teknolojisi, şeffaflık, güvenilirlik ve merkeziyetsizlik

gibi temel avantajları ile sürdürülebilir turizm projeleri için dikkat çekici bir finansman kaynağı sunmaktadır. Bu teknoloji, fon akışlarının şeffaf bir şekilde izlenmesini, işlem güvenliğinin artmasını ve merkeziyetsiz yapı sayesinde aracı kurumlara olan ihtiyacın azalmasını sağlamaktadır.

Gelecekte, blockchain tabanlı kitle fonlaması platformlarının daha fazla projeye ev sahipliği yapması ve bu projelerin daha geniş bir kitle tarafından finanse edilmesi beklenmektedir. Bu, sürdürülebilir turizm projelerinin finansmanında önemli bir dönüm noktası olabilir. Blockchain teknolojisinin sunduğu avantajlar, projelerin daha geniş bir destekçi kitlesine ulaşmasını ve finansman süreçlerinin daha etkin bir şekilde yönetilmesini sağlayabilir. Ancak, bu potansiyelin gerçekleştirilmesi için, blockchain tabanlı kitle fonlaması platformlarının sektördeki çeşitli zorluklarla başa çıkabilmesi ve düzenleyici çerçevelerin uygun bir şekilde şekillendirilmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak, sürdürülebilir turizm projelerinin finansmanı için blockchain tabanlı kitle fonlamasının potansiyelinin tam olarak değerlendirilmesi, sektörün geleceği için büyük bir önem taşımaktadır. Bu bağlamda, ilgili paydaşların, teknoloji ve finansman süreçlerinin sürekli olarak iyileştirilmesine yönelik stratejiler geliştirmeleri, sürdürülebilir turizmin teşvik edilmesi ve desteklenmesi açısından kritik bir rol oynamaktadır. Blockchain tabanlı kitle fonlaması, doğru şekilde uygulandığında, sürdürülebilir turizm projelerinin başarısını destekleyebilir ve sektördeki finansman dinamiklerini yeniden şekillendirebilir.

## Kaynakça

- Agapito, D., Isabella, A. B., Ivongbe, J. R., Abiola, A. S., Ayuk, A. T., & Tisha, K. R. R. U. (2024). Silent Safari by Green Safaris: A Study on Sustainable Tourism Approach. *Casos de marketing público y no lucrativo-Casos de Marketing Público e Não Lucrativo*, 11(1), 22-32.
- Aydar, M., & Çetin, S. (2020). Blokzincir teknolojisinin sağlık bilgi sistemlerinde kullanımı. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*(19), 533-538.
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585-609.
- Blamey, E. (2005). The issue at a glance.
- Borah, M. D., Naik, V. B., Patgiri, R., Bhargav, A., Phukan, B., & Basani, S. G. (2020). Supply chain management in agriculture using blockchain and IoT. *Advanced applications of blockchain technology*, 227-242.
- Bulut, E. (2022). Blockchain-based entrepreneurial finance: Success determinants of tourism initial coin offerings. *Current Issues in Tourism*, 25(11), 1767-1781.
- Buterin, V. (2014). A next-generation smart contract and decentralized application platform. *Ethereum White Paper*.
- Cai, C. W. (2018). Disruption of financial intermediation by FinTech: a review on crowdfunding and blockchain. *Accounting & Finance*, 58(4), 965-992.
- Catalini, C., & Gans, J. S. (2016). Some simple economics of the blockchain. *National Bureau of Economic Research*.
- Ceylan, O., & Isık, A. H. (2023). Blokzincir Teknolojisi Ve Uygulama Alanları. *Uluborlu Mesleki Bilimler Dergisi*, 6(1), 129-154.
- Demirkan, G. (2021). *Blokzincir teknolojisi ve teknolojik determinizm çerçevesinde toplumsal değişime etkileri*. İstanbul Medipol Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
- Doğan, M., & Ertugay, E. (2019). Blokzinciri ve muhasebe alanındaki uygulamaları. *Third Sector Social Economic Review*, 54(4), 1654-1670.
- García Fernández, C., & Peek, D. (2023). Connecting the smart village: a switch towards smart and sustainable rural-urban linkages in Spain. *Land*, 12(4), 822.
- Göçtürk, T. (2021). *Blockchain teknolojisi ve finans sektörüne etkisi üzerine bir inceleme*. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
- Grydehøj, A., & Kelman, I. (2017). The eco-island trap: Climate change mitigation and conspicuous sustainability. *Area*, 49(1), 106-113.
- Hartmann, F., Grottolo, G., Wang, X., & Lunesu, M. I. (2019). *Alternative fundraising: success factors for blockchain-based vs. conventional*

- crowdfunding*. Paper presented at the 2019 IEEE international workshop on blockchain oriented software engineering (IWBOSE).
- Holík, O. (2022). *Využití blockchainu k řešení problémů energetického sektoru*. Masaryk University, Faculty of Economics and Administration,
- Khan, D., Jung, L. T., & Hashmani, M. A. (2021). Systematic literature review of challenges in blockchain scalability. *Applied Sciences*, *11*(20), 9372.
- Lage, O., Saiz-Santos, M., & Zarzuelo, J. M. (2022). Real business applications and investments in blockchain technology. *Electronics*, *11*(3), 438.
- López Cañizares, J. (2020). Blockchain-based crowdfunding mechanisms for renewable energy projects: A business case for consultancy & engineering firms.
- Luo, Y., & Lam, C. F. (2019). Blockchain and sustainability: A systematic literature review and future research agenda. *Sustainability*, *11*(24), 6977.
- Marke, A., Sai, K., Nellore, M., Mihaylov, J., Khvatsky, H., Floyd, T., . . . Ruslanova, M. (2022). Blockchain for sustainable energy and climate in the Global South: Use cases and opportunities.
- Michalena, E., Hills, J., & Amat, J.-P. (2009). Developing sustainable tourism, using a multicriteria analysis on renewable energy in Mediterranean Islands. *Energy for Sustainable Development*, *13*(2), 129-136.
- Mody, M., Suess, C., & Lehto, X. (2017). The accommodation experiencescape: A study of the metaverse and its implications for tourism and hospitality research. *Tourism Management*, *62*, 1-14.
- Nguyen, L. T., Hoang, T. G., Do, L. H., Ngo, X. T., Nguyen, P. H., Nguyen, G. D., & Nguyen, G. N. (2021). The role of blockchain technology-based social crowdfunding in advancing social value creation. *Technological Forecasting and Social Change*, *170*, 120898.
- Özyürek, H. (2021). Blockchain teknolojisinin mevcut ve muhtemel kullanım alanlari. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *22*(4), 31-50.
- Patil, V., Gupta, V., & Sarode, R. (2021). *Blockchain-based crowdfunding application*. Paper presented at the 2021 Fifth International Conference on I-SMAC (IoT in Social, Mobile, Analytics and Cloud)(I-SMAC).
- Robertson, B., Bekker, J., & Buckham, B. (2020). Renewable integration for remote communities: Comparative allowable cost analyses for hydro, solar and wave energy. *Applied Energy*, *264*, 114677.
- Rossi, M. (2014). The new ways to raise capital: an exploratory study of crowdfunding. *International Journal of Financial Research*, *5*(2), 8.



- Singh, A., Parizi, R. M., Zhang, Q., Choo, K.-K. R., & Dehghantanha, A. (2020). Blockchain smart contracts formalization: Approaches and challenges to address vulnerabilities. *Computers & Security*, 88, 101654.
- Tapscott, D., & Tapscott, A. (2016). *Blockchain revolution: How the technology behind bitcoin and other cryptocurrencies is changing the world*. Penguin.
- Teh, J. S., Alawida, M., & Ho, J. J. (2020). Unkeyed hash function based on chaotic sponge construction and fixed-point arithmetic. *Nonlinear Dynamics*, 100(1), 713-729.
- Tham, A., & Sigala, M. (2020). Road block (chain): bit (coin) s for tourism sustainable development goals? *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(2), 203-222.
- Tosun, C. (2001). Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey. *Tourism management*, 22(3), 289-303.
- Yaga, D., Mell, P., Roby, N., & Scarfone, K. (2019). Blockchain technology overview. *National Institute of Standards and Technology*.
- Zhang, L. (2019). Blockchain applications in sustainability: Challenges and opportunities. *Blockchain in Business and Information Systems*.
- Zohar, A. (2015). Bitcoin: under the hood. *Communications of the ACM*, 58(9), 104-113.

## 7. Bölüm

### ÖLÜM LABİRENTİNDEN ÇIKIŞ YOLUNUN PAROLASI: “KAHROLSUN ÖLÜM!” OLABİLİR Mİ?

Nurten KİRİŞ YILMAZ<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Doç. Dr. Süleyman Demirel Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Felsefe Bölümü, Sistemantik Felsefe ve Mantık ABD. [nurtenkiris@sdu.edu.tr](mailto:nurtenkiris@sdu.edu.tr) ORCID Numbers: 0000-0002-9024-5284

Başka bir filozofun, ki bir Stoacı olmadığı kesin, söylediği gibi: Felsefe, ölümü değil, hayatı düşündürür. İstirabı tatmamız ve ruhumuzun kıvrınması için ölümün bize dokunması yetecektir zaten! Anlamı olan her şeyi içinde barındıran bu uğursuz aralıkta, şükürler olsun ki, düşünecek bir şey yok! Tiyatro da aynı böyledir işte! Niceleri ölür gibi yapar tiyatrodaki, her akşam ölür, sonra ayağa kalkar ve selam verirler! Şükürler olsun ki! Çünkü tiyatrodaki hayatı düşündürür, ölümü değil. (...) Ve sizlerin, ölüyormuş gibi yapanları izlemeye gelen sizlerin hayatlarınızı! Sonsuza kadar hayat! Kahrolsun ölüm! Haydi, önce ben, sonra siz: “Kahrolsun ölüm!”<sup>2</sup>

## GİRİŞ

Ölüm üzerine çalışma yapmanın aslında bir labirentin içinde dönüp durmak ya da kendini bir girdabın içine atmak gibi bir şey olduğunu bu çalışmaya başladığım anda anladım. Akademik ilgilerimin içerisinde her daim kendisine yer bulan ölüm konusu üzerine yazmanın bir gün zamanının geleceğini biliyor ve bekliyordum. Ölüm üzerine yazmak elbette ki güç olacaktı, bunu biliyordum, çünkü hâlihazırda yaşamakta olan bir varlık için ölüm pek çok yönünün yanında yoğun bir şekilde korku ve kaygı uyandıran, ürkütücü bir şeydi. Ancak işin içine girince durumun çok küçük hatta belki de önemsiz bir detayının bu ürkütücülük olduğunu gördüm. İlk olarak, literatür taraması sırasında ilk labirente girmiş ve içinden çıkılması mümkün olmayacak şekilde labirentin arka odalarına dalmış bulundum. Ölüm kavramının tarihsel serüvenini ve temel metinlerini dilimize en iyi şekilde kazandıran Kaan Ökten *Ölüm Kitabı-Ölüm Düşüncesinin Temel Metinleri* isimli eserinde, “ölüm düşüncesi bu konudaki ilk fikri metinlerinden biri olan Gılgamış destanından çağımızın düşünce ve sanat eserlerine kadar, örneğin *Metallica*’nın müziğine kadar yaşamımıza damgasını vurmuştur.”<sup>3</sup> diyerek bu konu ile ilgili perspektifin ne kadar geniş tutulması gerektiğini ifade etmiştir. Senail Özkan ise yaşadığımız bu zorluğu *Ölüm Felsefesi-Mısır’da, Upanişadlar’da, Budizm’de ve Hıristiyanlık’ta* kitabının önsöz kısmında “Makul olanı yapmak isterken hiç farkına varmadan okudukça farklı alanlara kayıyor, ister istemez ara yollara girmek mecburiyetinde kalıyordum. Felsefeden teolojiye, plastik sanatlardan edebiyata, müzikten mimariye tefekkürün hemen her alanında ölüm düşüncesi yer altı derinliklerinde kök salmış bir maden damarı gibi uzayıp gidiyordu.”<sup>4</sup> şeklinde yazmıştır.

İkinci olarak, aklımdaki soru işaretini ele almaya çalışırken dini, siyasi, ahlâki, kültürel gibi pek çok ölüm yaklaşımı ile karşılaştım ve labirent bir girdaba

<sup>2</sup>Alain Badiou, (2016), Filozof Ahmed-Çocuklar ve diğerleri için otuz dört kısa oyun, (Çev. Ayberk Erkey), Ankara: Pharmakon Yayınları, s. 110.

<sup>3</sup>Kaan H. Ökten, (2016), *Ölüm Kitabı-Ölüm Düşüncesinin Temel Metinleri*, İstanbul: Agora Kitaplığı, s. 2.

<sup>4</sup>Senail Özkan, (2013), *Ölüm Felsefesi-Mısır’da, Upanişadlar’da, Budizm’de ve Hıristiyanlık’ta*, İstanbul: Ötügen Yayıncılık, s. 10.

dönüştü. Akabinde felsefenin alt alanları, dönemleri ve filozofların görüşleri bağlamında incelemeye alınca da durum tam olarak bir trajediye ve kaosa dönüştü. Çalışmaya başlamayı planladığım çıkış noktası kaygı ya da ölüm ürkütücülüğüyken vardığım noktada aylardır ortaya koymaya çalıştığım çalışma neredeyse düğüm haline geldi. Bir ilkbahar gününde, güneşli bir havanın verdiği mutluluk, kuş seslerinin neşeli cıvıltısı, iğde ağacının çiçeğinin burnuma gelen mis kokusu bana yaşamak ne güzel şey diye hissettiriyordu. Yaşamak güzel şey doğrusu ve bu çokça dile getirilmiş bir manifesto adeta. Ama öte yandan başka bir hakikat vardı; yaşamın içinde duran ve ona karşı olan, biri varken diğerrinin olmadığı o hakikat: Ölüm. Bugün burada, tüm canlılığımla mutlu bir güne uyanmışken neden vardı bu ölüm? Olmasa olur muydu? Varlığı bir lütuf muydu yoksa Kahrolsun muydu bu ölüm? İşte bu soruları sorunca da zaten akademik yeterliliğe uygun olarak ortaya koymaya çalışırken tökezlediğim, sayfalarca literatüre rağmen içinden çıkamadığım bu kavram ya da ölümün fikri; şimdi bana pratikte var olan ölümden yahut mahallede ölen Ahmet amcanın ölümüne ilişkin edindiğim tecrübeden çok daha farklı olduğunu düşündürmeye başladı. Hatta öyle ki artık ölmenin kendisinin ölüm üzerine düşünmekten, konuşmak ve yazmaktan, kaygılanmak ve korkmaktan bile daha kolay olabileceğini sanıyorum. Solomon, “En hafif deyimle, ölümlü yüzyüze gelmek çok heyecanlı bir deneyimdir. Tersine, ölüm üzerine düşünmek ise, üzerine kafa yorduğunuz fenomenle ilgisiz, garip biçim de ondan bağımsız, soyut görünür.”<sup>5</sup> diyerek içine düştüğüm durumu adeta özetliyordu. Ölümü hayattayken tecrübe etmenin olanağı olmadığı için ya da Levinas’ın “[ö]lümlü ötekinin yüzünde karşılaşırız.”<sup>6</sup> dediği gibi, başka bir deyimle ölüm biz hayattayken, şu an burada ve tüm canlılığımızla duruyorken sadece başkasının ölümü olarak kendisini bize sunduğundan, ona tam olarak nüfuz etme imkânı bulamayacağımızdan pratik ölümün teorik ölüm fikrine göre belki de daha kolay olabileceğine ilişkin olan bu düşüncemiz şimdilik kabul edilebilir.

Levinas, “Başkasının ölümü başkasının ölümünün verdiği heyecandır. Beni bekleyen ölümün kaygısı değil, benim ötekine gösterdiğim karşılama ölüme gönderme yapar.”<sup>7</sup> diyerek bizim her bir ölümün biricikliğine gösterdiğimiz tepkimizin, ölümü özne bir değerlendirmeye tabi tutarak konumlandığımızı sağladığını ifade eder. Ölüm bu anlamda bazen saf kötülük bazen de saf iyiliktir. Örneğin üniversitede okurken bir hocamın henüz taze bir fidan gibi olan oğlunu amansız bir hastalık neticesinde kaybettiğini öğrenmiş ve kendilerini ziyarete gitmiştim. O an, o yas evindeki kokusuzluk, tatsızlık ya da kekremsi tat, boğazın

<sup>5</sup>Robert C. Solomon, (2006), “Ölüm Fetişizmi, Marazi Tekbencilik”, *Ölüm ve Felsefe*, (Ed. Malpas, Jeff & Robert C. Solomon), (Çev. Nur Küçük), İstanbul: İthaki Yayınları, ss.296-354, s. 298-299. Ayrıca bkz. Ed. Malpas, Jeff – Solomon, Robert C., (2002), *Death and Philosophy*, London and Newyork: Routledge Press.

<sup>6</sup>Emmanuel, Levinas, (2006), *Ölüm ve Zaman*, (Çev. Nami Başer), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, s. 127.

<sup>7</sup>Levinas, (2006), s.127.

düğümlemesi, acı, keder, hüznün yani topyekûn mutsuzluk anının üzerinden yıllar geçtiği halde asla unutamam. Fakültemizde gencecik bir meslektaşımızın karnındaki bebeğiyle birlikte ani bir rahatsızlanmayla vefat etmesinin hissettirdiği de, yakın geçmişte pandemi nedeniyle kaybettiğimiz yakınlarımızın hissettirdiği de, 6 Şubat 2023 tarihinde ülkemizde yaşadığımız deprem felaketi neticesinde yaşadığımız ölümlerin hissettirdiği de neredeyse aynı. Bu durumların tümü için ölüm; yoksunluk, kaybetme, boşluk, hiçlik ve acımasız bir kötülük olarak kendini gösteriyor. Bu nedenle rahatlıkla denilebilir ki “kahrolsun ölüm!” Öte yandan yaşı bir hayli ilerlemiş ve artık temel canlılık ihtiyaçlarını karşılayamayan büyüklerimiz ölümünün verdiği o -dikkatle kullanacağım bir ifade olarak- “rahatlama” hissi de ölüme ait bir his. Kültürümüzde bu tür durumlar için kullanılan çokça ifade vardır, “Allah çekti, Allah kurtardı, Allah iki iyiden birini nasip etti, Allah yerinde dinlendirsün” şeklinde yer alan bu ifadeler ölümü bir yönüyle de bir lütuf, bir kurtuluş olarak konumlandırmaktadır. O yüzden bu ölüm kahrolmalı mı, yoksa var mı olmalı sorusu çözülemeyecek bir dilemma olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ölümün bilinemez ve ikilemliliği karşısındaki çaresizliğimizin yanı sıra ölüme dur demenin imkânının zaten bizim elimizde olmaması insanın trajikliğidir. Özkan’ın, “kadım zamanlardan beri beşeriyetin dimağından söküp atmadığı bu en çetin ve çözümsüz problem, zamanın kudretine hiç aldırış etmeksizin, bir tarantula misali varoluşun üzerine çöküvermiş ve bütün insanlığı zehirli kıskacında kıvrandırmıştır.”<sup>8</sup> şeklinde ifade ettiği gibi, kaçışımızın olmadığı ve hakkındaki bilgilerimizin zandan ibaret olduğu bu bilmediğimiz şeyin gelişini beklerken ki zavallılığımız, bizim trajikliğimizdir. İşte ben bu çalışma da aslında bu trajikliğin verdiği yetkiyle çalışmamın sınırlarını canlı ölümü ya da insan ölümü olarak sınırlandırmak yerine ölüm mefhumu üzerine sınırlandırmayı planlamaktayım. Buna göre çalışmayla ilgili yapmayı planladığım şey, yaptığım literatür çalışmalarının dar bir kısmından hareketle, zihnimdeki soruların az bir kısmına yanıt arayarak bir metin kaleme almak olacaktır. Aslında pek çok çalışma alanı için, bu çalışmanın alanı çok geniş ancak burada bir kısmını ele aldık, ibaresi adetten sayılabilir belki ancak bu kez alanı daraltmak bir yana dursun zihnim labirentin içinde birbiriyle bağıntısız ve aynı zamanda birbiriyle kördüğüm olmuş fikirleri bir araya getirebilirse bunu bile bir başarı sayacağım.

Yine de bir tür daraltma yapabilmek adına bu kapsamda öncelikle ölüm kavramını kısıtlı olarak da olsa tanımlayabilmek adına Emmanuel Lévinas’ın (1906-1995) *Ölüm ve Zaman* başlıklı ders notlarından oluşan kitabının içinden bazı bölümlere yer vermeyi uygun buldum. Bu bölümleri seçerken özellikle pek

---

<sup>8</sup>Özkan, (2013), s. 9.

çok alanın içinde yer alan ölüm tanımlarındaki belli başlı kavramlara odaklanarak ortak tanımlara Levinas'ın yaklaşımını ortaya koymaya çalıştım. Tüm bunları yaparken aslında amacım hakkında sayısız şey söylenen ölüm kavramının neliğini bir kere daha ortaya koymak değildi. Asıl amacım ölmeden çıkamayacağımız bu kapıdan çıkmadan önce ne yapmalıyız, nasıl eylemeliyiz sorusuna cevap aramaktı. Bu kapsamda ikinci olarak ele alacağım kısımda, insanın hiç talebi olmadan ve tercihi sorulmadan ölüm kaygısının içine atılması durumunu el almaya çalıştım. Üçüncü olarak ise ölüm çıkmazından kurtuluş yolu olarak felsefeyi öne sürebilir miyiz fikri üzerinde durmaya çalıştım. Çünkü en başında bu çalışmayı yapma sebebim kendi ölümünü bilen/bekleyen insanın, bu çaresizliği karşısında ne yapması gerektiği, sözgelimi gayriahlaki, hırsız, yalancı, tecavüzcü, katil mi yoksa öleceğini bile bile ahlaki bir varlık olarak tüm eylemlerinin sorumluluğunu alan olarak mı ele alınması ana sorununu ele almaktı ve bu soruya ancak felsefe aracılığıyla yanıt vermek mümkün görünüyordu.

### **Ölüm Nedir?**

Giriş bölümünde de ifade ettiğimiz üzere “ölüm” üzerine konuşmak, yazmak ya da “ölüm nedir?” sorusunu sormak ve bu soruya derli toplu bir yanıt verebilmek oldukça güçtür. Bu nedenle çalışmamın bir felsefe metninden hareketle bu soruya verilen spesifik birkaç cevap ile başlamak istiyorum. Çalışmamızın bu bölümünde kullanacağımız kaynak Emmanuel Levinas (1906-1995)'in 1975-1976 öğrenim yılında verdiği dersin ders notlarından oluşan Fransızca *La Mort et le Temps* özgün adıyla yayımlanan ve dilimize 2006 yılında Nami Başer'in *Ölüm ve Zaman* olarak çevirdiği kitaptır. Jacques Rolland'ın kitabın başında yazdığı açıklamadan edindiğimiz bilgilere göre bu kitapta; ders haftalarına uygun şekilde konular sıralanmış ve bu dersler filozofun kendisi tarafından kaleme alınmamış olduğu için yazar-filozof Levinas'ı değil de, hoca rolündeki Levinas'ı görmemize olanak sağlamıştır. Bu çalışmamın içindeki bölümlerden her biri ayrı ayrı ele alınarak değerlendirilmesi gereken problemleri işler. Ancak biz çalışmamızın dar kapsamına uygun olması adına ilk dersler hatta bir nevi hazırlık-giriş dersleri niteliğinde olan “İlk sorgulamalar”, “Ölüm üzerine ne biliyoruz?” ve “Başkasının ölümü ve benimkisi” başlıklı alanları ele almayı planlıyoruz. Levinas bu bölümlerde “Ölümlerle ilişkimiz, yaşamımıza vurmuş olduğu damganın biçimi, ölümün yaşadığımız zaman süresine yapmış olduğu etki, zamanda aniden patlak vermesi -ya da aniden zamandan çıkış olarak patlak vermesi-, bize korku ve kaygı duyuran bütün bu durum bir bilgi olarak ele alınabilir mi, bir deneyim, bir açıklama söz konusu olabilir mi?”<sup>9</sup> diye sorarak bu konuların her birini ayrı ayrı cevaplar. Bu kitapta “İlk sorgulamalar” kısmında

---

<sup>9</sup> Levinas, (2006), s. 13.

Heidegger'in *Sein und Zeit* [Varlık ve Zaman] isimli kitabından hareketle ölüm kavramı açıklanmaya çalışılır. Özellikle Heidegger açısından bakıldığında ölümün bir kesinlik olduğu ve *a priori* olduğu; "Heidegger ölümün kesinliğinden o kadar emin olduğunu söyler ki bu kesinlikte her türlü kesinliğin kaynağını görerek, bu kesinliğin başkalarının ölüm deneyiminin kesinliğinden gelebileceğini kabul etmez."<sup>10</sup> cümleleriyle öne sürülür. Ancak Levinas ölüm düşüncesini Heidegger düşüncesindeki gibi kesin olarak ele almaz.

Levinas için "Ölüm, ölmek ve onların önlenemez olasılıkları hakkında bütün söyleyebileceklerimiz, bütün düşünebileceklerimiz her şeyden önce ikinci elden bilgilerdir. Başkalarının söylediklerinden ya da ampirik [deneyimden gelen] bilgilerden ediniriz bunları. Bütün bildiklerimiz onlara ad veren dilden kaynaklanır, dile getirilen önermelerden oluşur: Orta malı laflar, atasözü haline gelmiş, şiirsel ya da dinsel deyimlerdir bunlar."<sup>11</sup> Yani ölüm bir kesinlik bizzat yaşanan bir tecrübe hali değildir ve o başkasının ölümü üzerinden edinilen bir bilgidir ve bu nedenle bir nevi söylence olarak karşımıza çıkar. Ölüm hakkındaki tek bilgimiz başkasının ölümü üzerinden edindiğimiz ve başkalarının aktarımlarıyla edindiğimiz ve çoğunlukla da olumsuz bir fikirdir. Levinas şöyle ifade eder:

Bu bilgi bize başka insanların deneyim ve gözlemlerinden, onların ölmekte olan kişi olarak tutumlarından, ölümlerini bilir ve unuttur tutumlarından gelir (burada ölümü unutma kendini eğlenceye verme değildir; eğlenceye indirgenmeyen bir ölümün unutulması vardır). Ölüm başkalarıyla ilişkiden soyutlanabilir mi? Ölümün *olumsuz* özelliği (yok oluş) öldürmeden nefret etmede ve bunu arzulamakta yatar. Ancak başkalarıyla ilişkide ölümü olumsuzluğu içerisinde düşünürüz.<sup>12</sup>

Ancak yine de ölüm nedir diye sorulacak olursa Levinas'ın buna vereceği yanıt ölümün *yanıt yokluğu* olduğu ve "(...) varlıkların canlı görünmelerini sağlayan o ifade hareketlerin yok olması(...)." durumu olduğudur. Canlı olanın en temel belirtisi canlanma yani harekettir. Hareket ve yüzdeki mimiklerin ortadan kalkması ya da donukluk ise ölümün ortaya çıkardığı şeydir.<sup>13</sup> İnsan başka canlıların ölümüyle bu hareketsizliği deneyimler. "Dilden ve başka insanların ölümünden yola çıkarak anlaşıldığı şekliyle ölmek, bu tür hareketlerin durmasına ve herhangi birinin bozulabilir herhangi bir şeye indirgenmesine verilen addır. Dönüşüm yoktur, sadece bir varlığın bitmesi, yok olması, aynı

---

<sup>10</sup> Levinas, (2006), s. 13.

<sup>11</sup> Levinas, (2006), s. 11.

<sup>12</sup> Levinas, (2006), s. 11-12.

<sup>13</sup> Levinas, (2006), s. 12.

zamanda gösterge değeri taşıyan bütün hareketlerin durması vardır.”<sup>14</sup> 14 Kasım 1975 Cuma günü dönemin ikinci haftasının dersinde *Ölüm üzerine ne biliyoruz?* Konusu Levinas tarafından ele alınmış ve yine aynı minvalde Levinas şöyle demiştir; “Ölüm üzerine ne biliyoruz, ölüm nedir? Deneyim açısından, bir davranışın, ifadeye dayalı hareketlerin ve bunların içinde yer alan, bunların sakladığı fizyolojik süreç ya da hareketlerin durmasıdır -ki bu hareketler aracılığıyla bir ‘şeyler’ ya da daha iyisi *birisi* kendini gösteriyor, göstermekten de öte ifade ediyordur.”<sup>15</sup>

Öte yandan Levinas ölümün aynı zamanda bir ayrılık, bir gidiş olduğunu da söyler. Bu gidişin nereye olduğu da muammadır. Başkasının ölümü için hissedilen ayrılık acısı ve bir gün öldüğünde gideceğinin, ayrılacağına bilgisi üzüntü vericidir. O şöyle ifade eder: “Ama ölüm aynı zamanda gidiştir, vefattır. (...) Bilinmeyene gidiştir, dönüşü olmayan bir yola çıkıştır bu, ‘adres bırakmadan’ gidiştir. Ölüm -başkasının ölümü- bu acıklı durumdan ayrı düşünülemez, en âlâsından bir heyecan, bir duygulanma durumudur.”<sup>16</sup> Levinas bu gidişi olumsuzlar, bu gidiş varılacak bir noktası olmayan ya da bilinmeyen bir yoldur, çıkıştır. O şöyle der; “Ölüm çıkıp gitmedir, vefattır, hedefi bilinmeyen bir olumsuzluktur. O zaman ölümü bir takım verilerden yola çıkarak değil de bir belirsizlik sorusu olarak ele almamız gerekmez mi? Dönüşü olmayan bir gidiş, verisi olmayan bir soru, salt bir soru işareti ...”<sup>17</sup> Bu gidişin varış noktası muamma olduğu gibi dönüşü de yoktur. Bu anlamda varışı olmayan bir gidiş belki de durmaktır, kopuş ya da yolun kesilmesidir. Bu duruş biyolojik olarak bir duruştur. Levinas için “[ö]lüm geriye dönüşü olmayan bir mesafedir: Biyolojik hareketler anlamın, ifadenin bağımlılığından çıkarlar artık. Ölüm bozulmadır, yanıt yokluğudur.”<sup>18</sup> Ölümün bir diğer önemli kısmı ise onun iyiye gitme, iyileşme yahut daha kötüye gitme, bozulma gibi yönlerinin de olmamasıdır. Hâlihazırda yaşamakta olan iyiye ya da kötüye gidebilir. Canlılık düzelmeye ve bozulmaya müsaittir ama ölüm bir kez olur, ötesi berisi yoktur. Levinas şöyle ifade eder: Ölüm aynı zamanda iyileşme ve muktedir olamama durumudur; ölümün olmak ya da olmamak alternatifi içerisinde düşünülmesinden başka bir anlam boyutunu belirten bir ikirciklikler bu. İkirciklik: bilmece...<sup>19</sup>

Levinas 21 Kasım 1975’te yapmış olduğu *Başkasının ölümü ve benimkisi* isimli derse ait bölümde ise kendi ölümümüzle başkasının ölümü arasındaki ilişki biçimini betimlemeye çabalar. Öncelikle burada vurguladığı ilk durum bu ilişkinin bir bilgi olmadığıdır. Şöyle ifade eder; “Başkasının ölümüyle ilişkimiz

---

<sup>14</sup> Levinas, (2006), s. 12.

<sup>15</sup> Levinas, (2006), s. 15.

<sup>16</sup> Levinas, (2006), s. 12.

<sup>17</sup> Levinas, (2006), s. 19.

<sup>18</sup> Levinas, (2006), s. 16.

<sup>19</sup> Levinas, (2006), s. 18-19.



başkasının ölümüyle ilgili bir *bilgi* değildir.(...) Bu sıra-dışı ilişkinin bilgisi olamaz.”<sup>20</sup> Ve bir de “Herhangi birinin ölümü ilk bakışta görüldüğünün aksine deneyimlenebilen bir olay değildir (...).”<sup>21</sup> der. Burada Levinas’ın asıl söz etmek istediği ölümün doğrudan epistemolojinin alanına girmediği, onun ben ve başkasının karşılıklı olarak yürüttüğü eylemsellik alanına girdiğidir. Bu bir bilgi değildir çünkü burada bilgi alanının içinde kalınmaz burası eylem alanı ve etik ile ilgilidir. Burada ifade edilmek istenen bir *benin başkası* karşısında sorumluluk alması ve ancak bu sayede kendisinin ahlaki bir varlık olarak konumlanmasına ilişkin kabuldür. Bu kabul durumu hayatın içindeyken elverişlidir ancak *başkasının* ölümü durumunda *benin* baş başa kaldığı ölüme karşı sorumluluk durumu doğar ki bu durumda *ben* ne yapacağını kestirmez. Bu nedenle ölüm acı verici, ürkütücü ya da belki de manasız bile gelebilir. Levinas şöyle ifade eder:

Başkası beni ona karşı duyduğum sorumluluk aracılığıyla birey haline getirmektedir. Başkasının ölümü benliğimin sorumlu kimliğinde beni yaralar (...). Benim başkasının ölümüyle ilişkim, başkasının ölümünden etkilenmem işte budur. Artık bana yanıt veremeyen birine bu ilişki içerisinde duyduğum şimdiden bir suçluluğa dönüşmüş saygıdır; ölümden artakalan birinin suçluluğudur bu.<sup>22</sup>

Yani görüldüğü üzere ölüm bilgisel düzlemde ele alınacak bir şey değilken yani ölüm bilgi alanında yer almıyorken, *başkasının* ölümünün bilgisi zaten söz konusu olamayacaktır. Ama *başkasının* ölümünün sorumluluğu çok daha önemli bir mevzu olarak alınmalıdır. Çünkü *başkası benin* birey olmasını sağlarken bir yandan da *benin* var olmasını sağlamaktadır. Oysa *benin* karşısında sorumluluğunu alacağı bir *başkasının* olmaması, *başkasının* ölmesi durumu, *benin* daha önce yaşamadığı bir tecrübeyi yaşamasını sağlar. Levinas buna *Aynının* kesintiye uğratılması diyerek şöyle ifade eder: “Ölmek, başkasının ölmesi olarak benim Ben kimliğimi etkiler. Ben de aynı olanı kesintiye uğratmış olmakla anlam kazanır; benim Ben’imde Aynı’nın kesintiye uğratılmasıdır. Bu yüzden de başkasının ölümüyle ilişkim ne sadece ikinci elden bilgidir ne de ölümün ayrıcalıklı bir deneyimidir.”<sup>23</sup>

Tüm bu nedenlerle başkasının ölümüne ilişkin durum olumsuzdur. O tamamen *benin* dışında var olan bir ilişki olmasına rağmen içsellik oluşmuştur. İnsan sorumluluk duyduğu başkasının ortadan yok olmasıyla bir başına kalmıştır ve bu durumda yaşadığı temel duygu olumsuzluk ya da Levinas’ın ifade ettiğine göre kaygıdır. “Başkasının ölümüyle ilişki, dıştan bir ilişki olmasına karşı bir

---

<sup>20</sup> Levinas, (2006), s. 21.

<sup>21</sup> Levinas, (2006), s. 17.

<sup>22</sup> Levinas, (2006), s. 17.

<sup>23</sup> Levinas, (2006), s. 17-18.

içsellik içermiştir (ama bu içsellik deneyime indirgenemez). Benim kendi ölümümle ilişkim başka türlü müdür peki? Felsefede kendi ölümümle ilişkim kaygı olarak belirtilmiştir ve bu da yokluğun kavranışına bağlanır.”<sup>24</sup> der. Sadece başkasının ölümünün bilgisi yok değildir elbette kendi ölümümüze ilişkin de bir bilgimiz yoktur. Çünkü bu alan bilgi alanı değildir. Kendi ölümümü düşünüp etkilenebiliriz, değişebiliriz, kararlar alıp uygulayabiliriz, bir muris olup vasiyetname hazırlayabiliriz, daha iyi bir insan olmanın yollarını araştırabiliriz. Ancak ne olursa olsun kendi ölümümüzle ilgili de bilgi ya da deneyim alanı yoktur. Levinas bu durumu da şöyle ifade eder:

Ölümden *benim* ölümüm olarak söz edildiğinde aynı sorunlar ortaya çıkar. Kendi ölümümle ilişkim bilgi ya da deneyim anlamı -bu anlam bir ön bilgi ya da önsezi olsa bile- içermez. İnsan kendi yok oluşuna tanık olamaz, bunu bilemez.(...) Bunun nedeni sadece yokluğun konu haline getirilebilecek bir şey olmamasından değil (...). Ama ölme durumunun kendisinin bilinmemesi benim ölümle ilişkim oluşturur (...).<sup>25</sup>

En nihayetinde Levinas’ ın bu çalışmada ele aldığımız ilgili bölümlerinin ölüm konusuyla ilgili ele aldığı temel konular; ölümün ne olduğu, ölümün bilgisinin bilinip bilinemeyeceği, başkasının ölümünün ben üzerindeki etkisi ve benin ölümünün bilgi ya da deneyimle elde edilemeyeceğine ilişkin fikirleri ifade eder. Ayrıca Levinas için ölüm, içinde iyiye gitme, düzelme gibi öğeler barındırmayan, bir tür hareket yokluğu, ayrılık ve gidiş olayıdır. Asla içinde düzelmenin olmayacağı ve geldiğinde *benin* feragat etme hakkının olmadığı ölüm, aynı zamanda *başkasından* ayrılma, onun için üzülmeye, onun canlılığının yitirilmesine şahit olma üzerinden korku verici olarak ele alınabilir.

### **İçine Atıldığımız Korku: Ölüm**

İnsan diğer canlılardan farklı olarak ve kimi zaman onun merkezde olduğunu kabul eden yaklaşımlar tarafından övülerek ele alınan bir canlıdır ama bu insan, ölüm karşısında biçaredir. İnsanı canlı ve cansız doğadan ayıran en temel özelliği düşünebilen bir varlık olmasıyla ölüm hakkında düşünebiliyor oluşu onun adeta çaresizliği olmuştur. Diğer canlıların da elbet ölüme karşı çareleri yoktur ancak onlar insan gibi ölüm anı öncesinde ölüm üzerine düşünmüyor olma şansına sahiptir. İnsanın akıl-şuur varlığı olması onun şimdiki zamandan çıkmasına, geçmişini hatırlamasına ve geleceği tahayyül etmesine olanak tanıdığı için diğer canlılardan ayrılır. İnsanın rasyonel yapısı onun ayrıcalığıdır. Ama her ayrıcalık her şart ve durumda iyi değildir. Çünkü insanın bu ayrıcalığı ölüm konusu

---

<sup>24</sup> Levinas, (2006), s. 19.

<sup>25</sup> Levinas, (2006), s. 24-25.

kısmında onun celladı haline gelir. Özkan şuur sahibi insanın çaresizliğini şu şekilde ele almıştır:

Yer yuvarlağı üzerinde öleceğini bilen yegâne mahlûk insandır; çünkü ölüm sadece insanda şuur haline gelmiştir. Bütün canlı varlıkların hayatı gibi insan hayatı da sonludur ve bir gün ölümle neticelenir. Ancak insan, diğer varlıklardan farklı olarak kendi hayatının sonluluğunun idraki içerisinde. Hayvanlar günübirlik yaşarlar ve onlar için ölüm, ancak ölümle karşılaştıkları an vardır. Oysa insan ölüm bilgisini sürekli şuurunda taşır.<sup>26</sup>

İnsan kurduğu düzenin, ailenin, işin, çocuklarının, tüm ürettiklerinin her an ölümle burun buruna olduğu için, bir gün geride kalacağını bilir. Montaigne şöyle der: “Yaşadığımız her an, hayattan eksilmiş, harcanmış bir andır. Ömrünüzün her günlük işi, ölüm evini kurmaktır. Hayatın içindeyken ölümün de içindediniz; çünkü hayattan çıkınca ölümden de çıkmış oluyorsunuz. Ya da şöyle diyelim, isterseniz: Hayattan sonra ölümdesiniz; ama hayatta iken ölmektesiniz. Ölümün, ölmekte olana ettiği ise, ölmüş olana ettiğinden daha acı, daha derin, daha can yakıcıdır.”<sup>27</sup> Bu nedenle insan ölüm anı gelmeden defaatle ölen, trajik varlıktır. “Ölüm duygusu olan insanla bu duyguya hiç sahip olmayan arasında, iletişimi mümkün olmayan iki dünyanın uçurumu açılır, bununla birlikte ikisi de ölür; fakat biri ölümden habersizdir, ötekiyse bunu bilir; biri sadece bir anda ölür, ötekiyse sürekli ölmektedir...”<sup>28</sup> der Cioran. İnsan işte tüm bu nedenlerle ölümden korkmakta ve kaygılanmaktadır. *Ölüm Neden Trajedidir?* Kitabıyla “[a]ncak ölümlü olduğu bilgisinden trajedi üreten tek varlık insandır.”<sup>29</sup> ana temasını günümüze kadar ulaşan pek çok eser ve düşünürden hareketle oldukça geniş bir perspektifte ele alan Karademir bu kitabın önsözünde, “açlık korkusu, depresyon korkusu, sel korkusu, savaş korkusu, hastalık korkusu, devlet korkusu, devletsizlik korkusu ve hatta çoğu zaman Tanrı korkusu... Bütün bu korkuların temelinde tek bir korku vardır: insanın en ilkel ve en temel korkusu, bütün korkuların anası olan ölüm korkusu.”<sup>30</sup> Şeklindeki ifadelerle de yer verir. Yani insanın mevcut korkularının temelinde yatan ana korku, ölüm korkusudur.

İnsan ölümü düşünerek kaygı duymasının yanında elleriyle oluşturduğu düzenin bozulacak olmasına da üzülmemektedir. Şimdiki zamanda yaşarken bir yandan geçmişin özlemini duyan bu insan, bir yandan da kendinden sonraki zamana geçmekte ve şu anı yaşayamayan, kaygılanan, korkan, kızan, kırılan ve

<sup>26</sup>Özkan, (2013), s. 15.

<sup>27</sup>Montaigne, (1999), *Denemeler*, (çev. Sabahattin Eyuboğlu), İstanbul: Cem Yayınevi, s.147.

<sup>28</sup>Emil Michel, Cioran, (2000), *Çürümenin Kitabı*, (Çev. Haldun Bayrı), İstanbul: Metis Yayınları, s. 15.

<sup>29</sup>Nihat, Karademir, (2021), *Ölüm Neden Trajedidir?*, İstanbul: Lejand Kitap, s. 29.

<sup>30</sup>Karademir, (2021), s. 6.

üzgün bir varlık olmaktadır. Ancak yine bu insan yeniden ayağa kalkacak gücü kendinde bulmaya da muktedirdir. İnsan adeta oyun kuran bir çocuk gibi bir gece önce yığıldığı tüm oyun kulelerini ertesi sabah yeniden kurma hevesine sahiptir. Bu heves ya da hayatta kalma arzusu, Spinozacı deyimle *conatus* ya da devam etmenin umududur insanı ölüme karşı ayakta tutan. Cioran şöyle der, “Omuzlarımızın ve düşüncelerimizin üzerinde ağır yüklerle bir hapishanede doğmuşuz; kesip atma imkânı bizi bir sonraki gün yeniden başlamakta teşvik etmese, tek bir günün bile sonunu getiremezdik... Bu dünyanın prangaları ve solunmaz havası her şeyi elimizden alır, kendimizi öldürme özgürlüğü hariç; bu özgürlük de, bunaltıcı ağırlıkların üstesinden gelen bir kuvvet ve gurur verir bize.”<sup>31</sup> İnsan kendini yapmaya/ortaya koymaya çalışırken, bilinmeyen ve her zaman kazanacağı belli olan bir canavara karşı da sürekli savaş vermektedir. Günün birinde onun kazanacağını bilmekte ancak ona rağmen medeniyet kurmaya çalışmakta, devlet kurmakta, aile kurmakta kendi kişisel hayatında gelişmeler kaydetmek için eğitimler almaktadır. Aslında insan bunları yaparak ölüme meydan okumak niyetinde değildir, o; ölümün varlığına olan kabulünden dolayı onun verdiği acıyı azaltmak ve tehdidini bertaraf etmek için bunu yapar. Solomon bu halî şöyle ifade eder:

Birçok saygın düşünür, insanların ölümlülüğünün onlara başka hiçbir şeyin vermediği kadar meydan okuduğu ve sıkıntı verdiğini öne sürerek, ölümün benzersiz felaket karakteri üzerinde ısrarla durmuştur. Başkalarının yanısıra, Tolstoy, Heidegger, Sartre, Camus ve Ernest Becker ölümlülüğü belki en derin ve en üzücü kaygımız olarak sunmuşlardır. (...) Ölümü her yerde hazır ve nazır bir gölge olarak görme eğilimindedirler; ölüm varoluşumuzu karartır ve yarattığı sürekli tehdit o denli dayanılmazdır ki, onu kaçınılmaz olarak bastırmaya yöneliriz.<sup>32</sup>

Ölüm bilmediğimizdir ve sadece başkalarının ölümü üzerinden onu anlamaya çalışırız. Bu nedenle de ondan korkar, ondan uzak kalmaya çalışırız. O, yaşamın her anında var olan ve yaşamdan tümüyle farklı olandır. Ölüm bir ayağı bugün burada olan, bir ayağı ise ufukta görünmeyen kapsamda geniş bir husustur. Henüz ölmemiş olanlar onun hakkında fikir beyan ettikleri için de eksiktir. Bu nedenle daha önce de ifade ettiğimiz gibi, ölüm üzerine yazmak hem çok tanıdık ama deneyimlememiş bir konu olması nedeniyle zor, hem de disiplinler arası olduğu için çetrefillidir. Ölüm için söylenecek ilk belirleme onun açık ve seçik olmayışıdır, o apaçık bir şekilde tespit edilebilen ama aynı anda açık ve seçik

<sup>31</sup>Cioran, (2000), s. 39.

<sup>32</sup>Ivan Soll, (2006), “Ölümün İddia Edilen Önemsizliği Üzerine”, *Ölüm ve Felsefe*, (Ed. Malpas, Jeff & Robert C. Solomon), (Çev. Nur Küçük), İstanbul: İthaki Yayınları, ss.52-85, s. 53.

olmayandır, bu nedenle ondan uzak durmayı yeğleriz. Bu açık-seçik bilmediğimiz ölüm için Krishnamurti şöyle der:

Yaşam, her günkü yaşam, onun kötülüğü, burukluğu, boşluğu, ofiste geçirilen tekdüze yıllar, fabrikaya gitmek, bütün bunlara yaşam diyoruz. Sürtüşme, uğraş, hırs, yozlaşma, kısa süreli duygulanımlar, sevinçler ve hazlar; yaşam dediğimiz şey budur. Ölümün bu alana girmemesi gerektiğini söyleriz, çünkü bunların hepsi bildiğimizdir, ama ölüm bilmediğimizdir; öyleyse ondan uzak durmalıyız.<sup>33</sup>

Ölümün ne olduğunu bilmiyoruz ama bir yandan da daha önce de söz ettiğimiz üzere ölüm, üzerine en fazla konuşulan, en fazla yazılan, hakkında çok fazla malumat olan bir kavramdır. Ölümü spesifik olarak tanımlamak pek tabii mümkündür ve bu tanımların tümü aynı anda bir hakikate de sahiptir. Ölümü tanımlamak güç değildir; ancak ölümü tam olarak tanımlamak güç hatta imkânsızdır. Bu imkânsızlık da onun kötüye kullanımına ya da suistimal edilmesine olanak tanır. Çünkü her alan kendi tespitinin en doğru tespit olduğunu iddia edebilir ve bunları kabul ya da inkâr etmemizi sağlayacak bir ölçü aracı da yoktur. Üstelik bu bir yandan da orada öylece duran ölümü kabul etmeyi ve bir anlamda rahatlamayı da sağlar. Krishnamurti şöyle bir açıklama yapar:

Biliyorsunuz ölüm, insan yaşamındaki sorunlardan biri, belki de bu sorunların en büyüğü olmuştur. Sevgi değil, korku değil, ilişki değil, ama bu sorun, bu giz, bu son duygusu antik çağlardan beri ilgi çekmiştir. Burada, ölümün ne olduğunu incelemeyi deniyoruz. Ölümü yaşamdan ayırdığımızda, onun ne olduğunu inceleyebilir miyiz? (...) Ölmek, gelecekteki bir şeydir, kişinin korktuğu, istemediği, tümüyle kaçındığı bir şey. Ama ölüm her zaman oradadır. Kaza, hastalık ya da yaşlılık, ne yoluyla olursa olsun, o her zaman oradadır. Genç ya da yaşlıyızdır, elden ayaktan düşmüşüzdür ya da sevinç doluyuzdur, ölüm her zaman oradadır. İnsanlar, “Yaşamak yalnızca ölmenin bir aracıdır; ölüm yaşamaktan daha önemlidir; yaşamdan çok ölüme bakın,” demişlerdir. Ölümün olduğunu bilerek, insanlar rahatlamının değişik biçimlerini bulmuşlardır—inançta, ideallerde, doğru davranırsanız “Tanrı’nın sağ yanında” oturacaksınız gibi umutlarda, vb. rahatlamayı bulmuşlardır.<sup>34</sup>

İnsanın bu rahatlamayı bulma arzusu nedeniyle sürekli kendini meşgul etmesi yine de yetersiz olacaktır. Çünkü insan elinde olmaksızın ölüm kaygısını duyar. Levinas, “Ölme korkusu bir eseri yarım bırakma korkusudur.”<sup>35</sup> diyor, bu eser

<sup>33</sup>Jiddhu, Krishnamurti, (2000), *Yaşamak ve Ölmek Üzerine*, (Çev. Sinan Öner), İstanbul:Ayna Yayınevi, s. 72.

<sup>34</sup> Krishnamurti, (2000), s. 71.

<sup>35</sup>Levinas, (2006), s.122.

bahçeye diktiğın ağaçtan, geceler boyu masa başında yazdığın kitaba ya da kurduğun eve otağa kadar geniş bir perspektifte ele alınabilir. İnsan bunları düşündükçe sık sık kendi ölümünden sonra olacakları düşünür ve bunlardan dolayı acı çeker. Solomon öldükten sonrası hakkında düşünen birinin görüşlerini şöyle ifade eder, “Benim hakkımda konuştuklarını, bana güldüklerini, acıdıklarını görürüm. Birinin karımla flört edip evlendiğini, çocuklarını büyüttüğünü, kitaplarımdaki düşünceleri çürüttüğünü seyrederim. Ölüm hiçbir şey olabilir, ama can yakan bir hiçbir şeydir. Tüm bunlar büyük metafizik ya da ‘temel varlıkbilim’ değildir, gizeme bürünmüş önemsiz bencilliktir.”<sup>36</sup>

Yani kendi ölümünü çaresizce bekleyen insanın ölümü sonrası olacaklar hakkında endişe duyması hatta yer yer kıskanıp kızması da insanidir. İnsan kendinden sonra saygıyla ve değer görerek anılmak ister. Unutulmamak ve kendisinden geriye kalan emanetlere değer verilmesini ister. Ölümün metafizik açıdan ele alınıp bir gizem olarak bırakılması, onun psikolojik yönünün göz ardı edilmesine sebep olur. Solomon ölüm üzerine bunca kaygı duyan insanın ölümün sadece hiçlikle karşılaşma olarak ele alındığı donuk bir metafizik söylemle ele alınmasını eleştirir. Ona göre insan psikolojik bir varlıktır ve ölüme sadece hiçlikle karşılaşma olarak değil kendisinden mahrum olacak olan bir varlıktan kopuş şeklinde bakar. O şöyle ifade eder:

Ölüm korkusu, kuşkusuz, kendini metafiziksel ya da mantıksal bir zihin karışıklığı olarak, bilinmeyene duyulan dehşet olarak, hiçlikle bir yüzyüze gelme olarak sunar. Sanırım gerçek çok daha az gurur okşayıcıdır. Ölme acısından, ya da ölümden önce çekilecek acıdan kaygılanırız. Ölümden sonra bedenlerimizin elden çıkarılması konusunda kibirli bir kaygı taşırız. Önemsemediğimiz insanlar için kaygılanırız, ama sonra, bizim bakımımız olmadan da iyi olacaklarından, aslında bizi sürekli anımsatan şeyler olmasa hattâ bizi anımsamayacaklarından da kaygılanırız. Ölümün hiçbir şey olduğu düşüncesi de bir metafizik sorunu olmaktan çok, sıkıntı verici o artık olmayış fikri olabilir. En az gurur okşayan bir şekilde ifade edecek olursak, diyebiliriz ki, ölümüm kötü bir şeydir, çünkü evreni benden yoksun bırakır.<sup>37</sup>

Düşünce tarihinde ölümün korkutucu olmadığını hatta onun yansımadan bizi kurtaran ve asıla ulaştırın olduğunu, onun ‘perde ardından haber’ olduğunu, onun ‘vuslat-kavuşma anı’ olduğunu ifade eden görüşler de vardır. Bu görüşler için ölüm, adeta bir odadan öbür odaya geçmek gibi varlığın bir boyutundan öbür boyutuna geçmektir ve ölümü korkunç bir canavar gibi göstermenin felaket

<sup>36</sup>Robert C. Solomon, (2006), “Ölüm Fetişizmi, Marazi Tekbencilik”, *Ölüm ve Felsefe*, (Ed. Malpas, Jeff & Robert C. Solomon), (Çev. Nur Küçük), İstanbul: İthaki Yayınları, ss.296-343, s. 340.

<sup>37</sup> Solomon, (2006), “Ölüm Fetişizmi, Marazi Tekbencilik”, *Ölüm ve Felsefe*, s. 340.

tellallığı yapmaktan farkı yoktur. Solomon ve Malpas bu konudaki görüşlere şöyle örnekler verir, “‘Ölümünden sonrasına dek kimseye mutlu demeyin,’ diye yazar mutsuz Aşil. Çok daha mutlu Epikuros ‘ölüm hiçbir şeydir’ diye fikir yürütür. Erken dönemdeki Wittgenstein ‘Ölüm yaşamın içindeki bir olay değildir. Ölüm yaşanmaz,’ diye yazar. Belki benzer bir mantık izleyen Woody Allen ölümden korkmadığını söyler ve ekler: ‘Sadece, gerçekleştiğinde orada olmak istemiyorum, hepsi o’.”<sup>38</sup>

Aydın ele aldığı araştırmasında, “Ölüm, her insanın kaçınılmaz olduğunu sezgisel olarak bildiği, bir gün gerçekleşeceği, bireysel olarak yaşanacağı ve bireyin kendisinin dışında kimseye paylaşamayacağı apaçık olan bir durumdur. Zira her birimiz ölüme çağrılıyız ve biliyoruz ki, hiç kimse bir başkasının yerine ölüm deneyimini yaşamayacaktır.”<sup>39</sup> İfadelerine yer vererek ölüm ile ilgili söylenebilecek tüm sözlerin güzel bir özetini yapmıştır. Ejder ise *Ölüm Hükmü* isimli kitaptan hareketle ele aldığı yazısında ölümü şöyle ele alır:

(...) [B]ir olanak olarak ölümün, bir olay, bir gerçekleşme olarak ölümün özneye ait olduğunu, ancak bir taraftan da öznenin deneyimine indirgenemeyeceğini gösterir. (...) Olanağın olanaksızlığı olarak ölüm, olanaksız sıkışmış bir modelin olanaklı temsili dışında düşünülemez. Heidegger’in Dasein’ı, ölümü deneyimlediğinde artık yoktur. Onu dile getirecek bir öznenin yokluğunda ölüm, deneyimleyenin olanaksız mekânına, ölüm mekânına sıkışmıştır. Bize kendi ölümümüzü ancak başkalarının ölümü üzerinden, ölümün temsilleri olarak deneyimlemek kalmaktadır.<sup>40</sup>

Her canlı gibi sadece ölebilecekken bir de diğer canlılardan farklı olarak ölmeden evvel ölme kaygısını yaşaması insanın trajedisidir. Bu trajedide insan her an gelmesi muhtemel olan bir yolculuk trenini beklerken; garı boyayan, oraya eşya diken, bahçe yapan, çiçek diken, âşık olan, üreyen bir varlık olarak rol almaktadır. Tam o sırada tren gelecek olursa da, kurduğu tüm bu düzeni ardında bırakıp, feragat etme, reddetme, tercih etmeme gibi hakları olmaksızın tek başına binip gidecektir. İşte bu her an burada oluşu üzerine didinen ve planlar kuran insanın, bilinmeyen bir anda gidecek olması değil de gidecek olduğunu bilmesi onun trajedisidir. Oysa diğer canlılar da ölürlere ancak bunu sadece ölüm onlara uğradığı an yaşarlar. Burada insan adeta şuurunun cezasını çekmektedir. Öte yandan az önce de ifade ettiğimiz gibi ölümün olmadığı bir hayat simülasyonu da

<sup>38</sup>Malpas-Solomon, (2006), “Önsöz”, *Ölüm ve Felsefe*, ss.13-14, s. 13.

<sup>39</sup>Hasan Aydın, (2011), “Ölüm Korkusu Karşısında Felsefenin Tesellisi: Marcus Tullius Cicero Ve Ebû Bekr Er-Râzî”, *Felsefe Dünyası*, 54. Sayı, ss. 27-52, s. 27.

<sup>40</sup>Özge Ejder, (2009), “Ölüme Dair Bir Aporia Olarak Yazımsal Temsil”, *Baykuş Felsefe Yazıları Dergisi*, Sayı 5, Kasım 2009, ss. 69-80, s. 77.

çok tercih edilebilir gibi durmamaktadır. Bu anlamda bakınca ölüm bir yandan da bir lütuf ve rahatlama olabilir. Yani ölüm karşısında hissettiklerimiz ve eylemlerimiz duruma özgü ve biriciktir. Bazen dayanılmaz bir acı yaşamak nasıl mümkünse, umursamaz bir şekilde davranmakta mümkün olabilir. Bu duruma verilecek en dikkat çekici ve yerinde örnek kuşkusuz Albert Camus'nün *Yabancı* romanındaki ana kahramanın ölüm karşısındaki davranışlarıdır. “Anam ölmüş bugün. Belki de dün, bilmiyorum. Huzurevinden bir telgraf aldım: ‘Anneniz vefat etti. Yarın kaldırılacak. Saygılar.’ Bundan bir şey anlaşılıyor. Belki de dündü.”<sup>41</sup> Camus'nün bu çalışması 1957 Nobel Edebiyat Ödülünü alan bir romandır ve Varoluşçu Felsefenin de önemli çalışmalarından biridir. Roman kahramanı *Meursault* burada ölüm de dâhil her şeye yabancılaşmış bir insandır. Yukarıda adı geçen romanın ve başlangıç kısmının bu kadar dikkat çekmesinin sebebi ölümle ilgili bize öğretilenlere aykırı olmasındandır. Onu dünyaya getiren varlığın ölümüne kahrolması beklenen ana kahramanın, bu duruma kayıtsız kalması tuhaf karşılanmıştır. Çünkü ölüm baş edilmesi güç bir zorbadır ve başkasının ölümü yakınlık derecesine göre hem ölene üzülmeye hem de başkasının ölümüne şahit olanın kendisine üzülmeye sebep olmaktadır. Bu nedenle buradaki olağan beklenti insanın bir trajedi yaşamasıyken, kahraman olağanın dışında davranmaktadır. Bu durum ölüm ile ilgili bildiklerimizi sorgulatar. Bize bazı durumlarda insanın ölüm karşısında farklı tavırlar takınabileceğini ve ölüme yaklaşımımızı onarabilme durumunda ölüme ilişkin fikrimizin de değişebileceğini düşündürür. Aslında bu noktada görev pek çok alana düşüyor olabilir ama bizce bu tavır alma felsefe aracılığıyla yapılırsa, ölümün karşısına güçlü bir insan konumlandırılabilir.

### **Ölüm Karşısındaki Kahraman: Felsefe**

Daha önce de ifade ettiğimiz üzere ölüm üzerine konuşmak onu henüz deneyimlememiş olan kişilerin zanlarından ibaret olacaktır. Bu zan alanı bilinemez bir alan olmasının yanı sıra bir yönüyle fizik alanın içinde yer alırken bir yönüyle de metafizik alanda yer alır. Psikoloji, Biyoloji, İktisat, Ekonomi, Siyaset, Tarih, Hukuk, Din, Sosyoloji, Edebiyat, Tıp ve Felsefe gibi pek çok alan ölüm mevzusuna kendi perspektifinden cevap vermiştir. Ölüm bütün organik dünyayı etkileyen beni öteki ile eşit olarak ele alan belki de tek alandır. Her canlı ölecektir, her canlının doğduğu an aslında ölüme doğru gittiği anın da başlangıcıdır. Ölümle ilgili ilk kabul edilecek görüş onun yaşamın eşlikçisi olduğu ve bizi yaşamdan koparacak bir şey olarak var olduğudur.

---

<sup>41</sup>Albert Camus, (2012), *Yabancı*, (Çev. Vedat Günyol), İstanbul: Can Yayınları, s. 15.



Ölüm “sonunda” her nasılsa bize gelecek, bizi hayattan edecek bir şey olmanın ötesinde ve öncesinde hayati bir şey olarak daha en baştan hayata eşlik eder. “Kişi doğduğunda ölmek için yeterince yaşlanmış demektir”; bu yüzden, şair sözü hilâfına hiçbir ölüm “erken ölüm” değildir. Eli kulağındadır ölümün, sanki doğar doğmaz okunmuş salâmız. Haddizâtında “ölüm, kend’ölümündür”: bana gelir, beni benden eder. Muntazırdır ölüm, muntazar olmasa da; atlamaz, ıskalamaz, tam zamanında gelir: gölgemin üstüne kapaklanır, kendimi ölürüm.<sup>42</sup>

Özellikle insan için ölüm travmatik ve kaygı verici olduğundan, çoğunlukla insan ölümü diğer canlılara oranla farklı anlamlandırılır. Bazı şairler, yazarlar, psikolog ya da felsefeciler ölüm üzerine konuşurken onu acımasız bir zorba olarak değerlendirebildikleri gibi canlıların doğal serüveni olarak ele alan ve görüşler de vardır. Özellikle ekonomiyle ilgili görüşler açısından kıt kaynakların yeterli olması için ölümün olması şarttır. Baudrillard ölümün toplumsal bir olgu olarak her alan açısından önemli bir yere konumlandırılmasını ele alırken bir nevi ölümün önemini de vurgulamaktadır. O, “[ö]lümü, biyo-antropolojik yasaların ellerine terk edip, bilimsel bir dokunulmazlık atfedip, bireysel bir alın yazısına dönüştürüp özerkleştirerek toplumsal bir olgu olmaktan çıkarttık.”<sup>43</sup> Der. Dinler açısından durum daha anlaşılabilir haldedir, örneğin İslamiyet’te “her canlı ölümü tadacaktır”<sup>44</sup> diyen ayet insanın hayata kendisini kaptırmaması gerektiğini ve ölümün varoluşun değişmez bir ögesi olduğunu hatırlatır. Bu ve bunun gibi teorik anlamda ele alınan görüşlerin yanında düşünce dünyasında da ölümün varlığının da fikrinin de önemli olduğunu savunan görüşler vardır. Ölümün bilinemez yanı onu korkutucu yaptığı gibi bir yandan da onun hakkında spekülâtif bilgilerin oluşmasına sebep olur. İnsan ölüm sonrası hakkında bilgi edinemediği için onu dünyada geri bıraktıklarından hareketle ele alır. Ölüm bu açıdan baktığımızda bir bakıma yaşamın yokluğudur, hiçbir yerdir, ölen ise hiçbir şeydir. Yine bir diğer yandan ise ölüm bazen lütuftur ve onsuzluk düşünülemez. Tüm bunlara baktığımızda ölümle ilgili görüşleri olumlu ve olumsuz bakış açıları olarak değerlendirebilmek bir nebze olsa kolaylaştırıcı olacaktır. Ancak Solomon bu görüşe karşı çıkarak, ölümün övgü dolu bir iyi hal olarak ele alınmasının da -“Bir kimsenin ölümünden sonraki mutluluğundan söz etmenin nasıl bir anlamı olabilir? Ve ölü bir insana mutlu demek ne demektir?”- olumsuz ve kaygı verici olarak ele alınmasının da -“Sanırım insan, ölümün başına gelen son (ve o anlamda en büyük) trajedi olduğunu ileri sürebilir; durumu önemsiz

<sup>42</sup>Özkan, Gözel, (2011), “Olmak ve Aramak”, *Kutadgubilig Felsefe-Bilim Araştırmaları Dergisi*, Sayı 19, s. 397-415, s. 400.

<sup>43</sup>Jean, Baudrillard, (2001). *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, (Çev. Oğuz Adanır), İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, s. 230.

<sup>44</sup>Âl-i-İmrân Suresi, 185. Ayet, **Erişim Adresi:** <https://kuran.diyaret.gov.tr/mushaf/kuran-meal-2/al-i-imran-suresi-3/ayet-185/kuran-yolu-meali-5>, **Erişim Tarihi:**20.07.2024.

gösteriyor gibi olmayayım ama bu bile bana yanlış görünüyor.”<sup>45</sup> - aynı oranda sorunlu bir bakış olduğunu ele alır. Ona göre yapılması gereken ‘hiçbir yerde olan’ bu ‘hiç kimse’ hakkında sakin kalmaktır.

Ölümü düşündüğümüzde, neleri kaçıracağımızı düşünürüz çoğunlukla. Ölü olan biri partiyi kaçırabilir, ama bu artık kaygı konusu değildir. Ne de dostlarınız kaygılanmalıdır, sizi önemsemedikleri ya da özlemedikleri için değil, ama siz hiçbir şeyi “kaçırıyor olmadığımız” için, çünkü hiçbir yerde değilsinizdir, ne de herhangi bir zarara açıksınızdır, çünkü hiçbir şeysinizdir. Dostlarınızın hakkınızda kaygılanmamaları yeterlidir, ve eğer Epikuroşçular ölülerin ne de olsa bizden çok daha iyi durumda ve daha mutlu oldukları şeklindeki budalaca düşünceye kendilerini kaptırmayabilirlerse, ölülerin daha kötü durumda ya da daha mutsuz olmadıkları olgusu ile ilgili, en azından iyi bir vicdanla, sakin hissedebilirlerdi. Çünkü bir gün onlar da ölü olacaklardı.<sup>46</sup>

Aslında Solomon’un bu ifadeleri ölüm karşısındaki uç görüşlere karşı çıkıştır. Çünkü ölüm ya kötü bir canavar olarak ya da büyük bir lütf olarak ele alınmıştır. Oysa ölüm bir yanıyla doymak bilmez bir canavarken, bir yanıyla da lütuftur. Bu nedenle ölüm hakkındaki görüşlerin keskinliği, onun hakkında dogmatik spekülasyonlara sebep olmak dışında bir şeye yaramamaktadır. Canlılar ve ölümler arasındaki sınır çizgisinin fanatikçe bir tarafa çekilmesi ve bu tarafın canlılar lehine ele alınması sıklıkla eleştirilmiştir. Baudrillard şöyle ifade eder:

Ölüm “canlılar” ve “ölüler” arasındaki sınır çizgisinden başka bir şey değildir. Dolayısıyla hem canlıları hem de ölümleri etkilemektedir. Canlıların, ölümleri dışlayarak yaşama hakkına yalnızca kendilerinin sahip olması gerektiği gibi saçma bir yanılsama sonucunda, ölümü saf dışı edip *katıksız* bir artı değere indirgemiş yaşama karşılık, simgesel değiş tokuşun yok edilmesi olanaksız mantığı, yaşam ile ölümü eşdeğerli bir konuma getirerek hayatta kalmakla, baskı altına alınmış ölüm arasında bir fark olmadığını göstermektedir. Hayatta kalma düzeninin baskı altına aldığı ölüm karşısında yaşam, o malûm düşünsel döngü sayesinde ölümün belirlediği bir ölüm kalım mücadelesine dönüşecektir.<sup>47</sup>

Oysa yaşam ve ölüm bir bütünün iki parçasıdır. Birini lehte diğerini aleyhte ele almanın bütün olana faydası olmayacaktır. Burada önemli olan ölüm gelmeden evvel ölüme giden yolun nasıl olacağıdır. Ölümü ölmeden önce şuur ile biliyor olmanın insanı trajik-acınası bir varlık haline getirdiğini ele almıştık.

<sup>45</sup> Solomon, (2006), “Ölüm Fetişizmi, Marazi Tekbencilik”, *Ölüm ve Felsefe*, s. 296.

<sup>46</sup> Solomon, (2006), “Ölüm Fetişizmi, Marazi Tekbencilik”, *Ölüm ve Felsefe*, s.325.

<sup>47</sup> Baudrillard, (2001), s. 223.

Öte yandan Yalom için insanın ölümü hiç düşünmemesi de ölüm kaygısını yenmek için bir katkısı olmayacak ya da ölümü ortadan kaldırmayacaktır. O halde sadece hayatta kalmayla meşgul olunması gerektiğini önererek, “[ö]lüm olasılığına bile alışıyorsun. Ve şunu da unutma, hayatta kalma ile o kadar ilgiliydim ki, ölümü düşünemiyordum bile. Yalnızca hayatta kalma ile ilgileniyordum.”<sup>48</sup> der. Yani ölümü övmenin ya da ölümü yadsımanın, yani ölüme ya da yaşama fanatikçe yaklaşmanın gerçekte ölecek olmamızı engellemeye hiçbir katkısı yoktur. Montaigne’nin “[ö]lüm size ne sağken kötülük eder, ne ölüyken; sağken etmez, çünkü hayattasınız; ölüyken etmez, çünkü hayatta değilsiniz.”<sup>49</sup> görüşünün de ifade ettiği gibi ölüme yönelik olumsuz ve korkutucu bakış açısına karşı tavrımızı değiştirmemiz gerekmektedir. Öyle ki Ökten, “[h]atta iddia edilebilir ki, ölüm düşüncesi ya da ölüm korkusu, insanın varoluşunu şekillendiren ve onun ölümü-aşan düzen ve düzenekler kurmasına neden olan en önemli tahrik mekanizmasıdır.”<sup>50</sup> diyerek bizim tavır alışımızı tamamen olumlu yönde evirir. Yine Ökten, “ölüm düşüncesiyle kıyaslandığında diğer her şey soluk kalmakta, yavaş yavaş siyaha dönüp kararmakta, parlaklık ve ışık ise ölüm düşüncesinden hareketle insanın hem birey hem topluluk olarak kendisinin yarattığı ve solukluk ve karanlığa nur ve ziya getiren bir hamlesi olarak karşımıza çıkmaktadır.” diyerek ölümü olumlar.<sup>51</sup> Montaigne ise “[b]ütün dertlerin bittiği yere gideceğiz diye dertlenmek ne budalalık!”<sup>52</sup> ve “[n]asıl doğuşumuz bizim için her şeyin doğuşu olduysa, ölümümüz de her şeyin ölümü olacak. Öyle ise, yüz yıl daha yaşayamayacağız diye ağlamak, yüz yıl önce yaşamadığımızı ağlamak kadar deliliktir. Ölüm başka bir hayatın kaynağıdır. Bu hayata gelirken de ağladık, eziyet çektik; bu hayata da eski şeklimizden soyunarak girdik.”<sup>53</sup> görüşleriyle ölüm fikrinin ürküntüsünü bir kenara bırakıp, onun hayatın olağan akışının bir sonu olduğunu iddia eder.

Görünüşe göre karşımıza iki görüş çıkmaktadır. Bunların ilki ölümü hayatın anlamı olarak gören görüştür ve insan sonunda ölüm olan bu hayatı daha yaşanılır kılmak için uğraşır. İkinci görüş ise, ölümün halihazırda yaşanmakta olan hayatı anlamsızlaştırdığı ve zaten ölümlle bitecek bir yaşamı önemsemenin, bu yaşam sırasında ahlaklı davranmanın bir anlamının olmayacağını ele alan görüştür. Aslında buradaki belki de temel soru; ölümün yaşamı anlamlı mı, anlamsız mı kıldığı sorusudur. Malpas ve Solomon bu soruyu şöyle ifade eder: “Ölüm ile insan yaşamı arasındaki ilişkiyi nasıl anlamalıyız? Ölüm, bir anlamlılık kaynağı

---

<sup>48</sup>Irvin D. Yalom-Robert L. Berger, (2009), *Ölüm Korkusunu Yenmek-Polis Çağırıyorum*, (Çev. Zeliha Babayiğit), İstanbul: Kabalcı Yayınevi, s. 37.

<sup>49</sup> Montaigne, (1999), s.150.

<sup>50</sup> Ökten, (2016), s. 2.

<sup>51</sup> Ökten, (2016), s. 2.

<sup>52</sup> Montaigne, (1999), s.145.

<sup>53</sup> Montaigne, (1999), s.145.

midir, yoksa anlamlılığın yok oluşunu mu temsil eder?”<sup>54</sup> Aslında bu nokta felsefenin sırasının geldiği noktadır. Felsefe açısından ölüm ve yaşam birlikteliği ve ayrılığını ele almak şüphesiz felsefenin özgün yanı değildir. Çünkü pek çok alan -başta da dinler olmak üzere- bu konu üzerine yoğunlaşmıştır. Felsefenin özgün noktası ise o ölüm ve yaşam antagonizmasını çoğunlukla “iyi yaşam” fikriyle ele alır. Bu sayede insanın trajik yanının ve zavallılığının da önüne geçmek hedeflenir. Ölüm ancak iyi yaşamın neticesinde ulaştığımız bir durum ise değerlidir, erdemli yaşamın sonunda varılan ölüm noktası da değerlidir. İyi yaşam ahlak varlığı insanın sorumluluğudur. İnsan iyi yaşamayı başardığı takdirde ölümün korkutucu bir yanı kalmayacaktır. Solomon açısından ölüm iyi bir yaşamın neticesiyse çok kıymetlidir ve etik anlamda iyi yaşamış biri kendi yaşamının tüm sorumluluğunu üstlendiği için adeta iyi de ölmüş biridir.

Ölüm nedir? Çoğu kez ölümün ölümcül şeylerle sık sık flört eden bir yaşamdaki bir deneme, bir sınama, değiştirilemez bir olay olduğu düşünülür. Özellikle Homeros etiğinde, bir insanın ölüm biçimi karakterinin kesin bir işareti sayılırdı. Savaşta cesaretle ölmek erdemliydi. Gripten ya da zatürreeden ölmek -fazla kaba olmamak gerekirse- zavallıcaydı. (Büyük İskender bunun bir örneğidir.) İleri yaşta ölmek övgüye değerdi, ama ancak eğer kişinin bütün geçmişi savaş yarası izleriyle ve öldürülmekten kıl payı kurtulmalarla doluydu. Otuz yüzyıl ileri atlarsak, klasik kovboy etiğinde de ‘çizmeleri ayağında ölmek’ en önemli şey kabul edilirdi. Ölüm bir ritüeldi ve eğer dövüşte kaybettiğiniz anlamına geliyorsa, aynı zamanda iyi bir dövüş çıkardığınızın da göstergesiydi.<sup>55</sup>

Aynı minvalde Montaigne şunları söyler; “Hayatınız nerede biterse, orada tamam olmuştur. Hayatın değeri uzun yaşanmasında değil, iyi yaşanmasındadır: öyle uzun yaşamışlar var ki pek az yaşamışlardır. Şunu anlamakta geç kalmayın: doya doya yaşamak yılların çokluğuna değil, sizin gücünüze bağlıdır.”<sup>56</sup> Bu yaklaşımlar bize ölümün ürkütücü hiçliğinden kurtulma umudunu sunduğu gibi bir yandan da yaşama dört elle sarılmanın da ahlaki olan olduğunu öğütler. Yani değer sahibi bir varlık olan insan zaten öleceğini bildiği için ahlaki ilkelerinden, iyi insan olmaktan ya da iyi yaşamaktan feragat edemez, aksine bunları yapmak için içsel bir tutku duyar, heyecan duyar. Güneş de ölümün olumlu yanlarına vurgu yaparak benzer minvalde ölüme bir ahlak denetçisi payesi de verilebileceğini şöyle ifade eder:

---

<sup>54</sup> Malpas, Solomon, (2006). “Giriş”, *Ölüm ve Felsefe*, ss.15-20, s.16.

<sup>55</sup> Solomon, (2006), “Ölüm Fetişizmi, Marazi Tekbencilik”, *Ölüm ve Felsefe*, s. 311.

<sup>56</sup> Montaigne, (1999), s.151.

Ölümün varlığı, ona dair bilinçli sorgulamalar yapacak olan ölüm sahibinin yokluğu anlamına geldiği için, ölümün birbirine zıt bu iki işlevi ancak başkası'nın ölümü söz konusu olduğunda tartışmaya açılabilir. Başkası'nın ölümü karşısında meydana gelen duygulanımın yönü bireyi ontolojik bilince ya da etik bir duruşa sahip kılacaktır. Ölümün ontolojik boyutu felsefe tarihi boyunca ön planda tutulmuş ve onun varlığın sonunu imleyişi yalnızca birinci tekil şahsı ilgilendiren normatif ahlak kurallarına indirgenmiştir. Başka bir deyişle, ölüme ahlaki bir düzenleyici görevi yüklenmiştir.<sup>57</sup>

Yani burada yaşamın ne zaman sona erdiğinin yahut insanın nicel olarak ne kadar yaşadığının bir önemi yoktur. Montaigne şöyle der; “[d]ünyayı size bırakıp gidenler gibi, siz de başkalarına bırakıp gidin. Hep eşit oluşunuz benim adaletimin esasıdır. Herkesin bağlı olduğu koşullara bağlı olmaktan kim yerinebilir? Hem sonra, ne kadar yaşarsanız yaşayın, ölüme geçireceğiniz zamanı değiştiremezsiniz: Ölümden ötesi hep birdir. Beşikte iken ölseydiniz, o korktuğunuz mezarın içinde yine o kadar zaman kalacaktınız.”<sup>58</sup> Yani önemli olan insanın ölüme doğru gidiş yolunda tutkuyla bağlandığı eserler, erdemli eylemler ve iyi bir yaşam bırakıp bırakmadığıdır. Yoksa herkes ölecektir. İnsanın ve diğer canlıların ölümünün insanı trajikleştiren kısmının onun öleceğini biliyor olması diye ifade etmiştik. Burada ise buradan bir açılım sağlıyor ve diyoruz ki insanın bu trajikliği onun faydasına olmuştur. İnsan ölüme gittiğini bilmekte ve bu sebeple de buna göre eyleme imkânı bulmaktadır. O isterse iyi bir yaşam inşa ederek ölüme kafa tutabilme gücüne sahiptir. Bu nedenle Schopenhauer için felsefenin güdüleyicisi, esin kaynağı ölümdür.<sup>59</sup> Schopenhauer şöyle ifade eder:

Hayvan ölüme dair gerçek bir bilgiye sahip olmaksızın yaşar; dolayısıyla herhangi bir hayvan teki kendisini ancak sonsuz olarak idrak ettiği için türünün mutlak yok olmağını ve ölümsüzlüğünü doğrudan tadar. İnsanla ölümün dehşet verici kesinliği zorunlu olarak akıl melekesi ile birlikte ortaya çıktı. Fakat tabiatta her yerde nasıl ki her kötülük için bir çare veya en azından telafi edici bir şey verilmişse ölüm bilgisini ortaya çıkaran o aynı teemmül de *metafizik* bakış açılarının elde edilmesinde bize yardım eder. Bu tür görüşler bizi ölüm konusunda teselli eder ve hayvanlar bunlara ne ihtiyaç duyarlar ne de böyle bir şeye güç yetirebilirler. Bütün dini ve felsefi sistemler esas itibarıyla bu amaca yönelir ve öncelikle ölümün kesinliğine karşı bir panzehirdir, düşünen akıl bunları kendi imkânları ve

<sup>57</sup>Yiğit Sumbül, Cevriye Demir Güneş, (2019), “Başkası'nın Ölümü ve Tragedyanın Kathartik Boyutu: Levinasçı Bir Okuma”, *FLSF (Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi)*, Güz, Sayı 28, ss. 17-33, s.18.

<sup>58</sup> Montaigne, (1999), s.149.

<sup>59</sup> Arthur Schopenhauer, (2013), *Ölümün Anlamı*, (Çev. Ahmet Aydoğan), İstanbul: Say Yayınları, s.50

araçlarıyla meydana getirir. Bununla beraber onların bu amaca erişme derecesi birbirinden çok farklıdır ve kesinlikle *bir* din veya felsefe diğerlerinden çok daha fazla insanın ölümü soğukkanlılıkla karşılamasına yardımcı olabilir.<sup>60</sup>

Yani ölüm karşısında bize yardımcı olacak kahraman; felsefedir. Felsefe bize bu gidiş yolunda sakin kalmayı ve bu yolculuğun tadını çıkarmayı öğütler. O, insanı herhangi bir acıdan kurtarmayı, ölüm kaygısı ya da ölüm anının dehşetinden kurtarmayı vadetmez ancak ölüme karşı savunma mekanizmaları geliştirmeyi sağlar. Ölüme doğru giden bu yaşamı daha değerli kılmak, erdemli ve iyi yaşam sürmek felsefenin öğüdüdür. Yani adeta bir insan için ölüm ilkelerinden vazgeçmeden geldiyse bir kayıp değil aksine erdemli bir kazançtır. Montaigne, “[h]ayat bir işinize yaramadıysa, boşu boşuna geçtiyse, onu yitirmekten ne korkuyorsunuz? Daha yaşayıp da ne yapacaksınız?”<sup>61</sup> diye sorarak, esasında bize ölüm anının çetinliğine kafa tutmanın tek yolunun hakkı verilmiş bir yaşam olduğunu söylemektedir. Buna verilecek en iyi örnek “Sokrates’in ölümü”dür. Çünkü Antik felsefe sonrası felsefe alanında “bu ölüm” serüveni önemli bir yer tutmuştur. Çünkü felsefe tarihi bize kurban ve cellat rollerini tanıtırken, kurbanın erdemli olması, iyi bir yaşamın sorumluluğunu alması durumunda ölümünün pek önemsiz bir detay olduğunun izlerini sürme olanağı tanımıştır. Montaigne, “Sokrates’e: Otuz Zalimler seni ölüme mahkûm ettiler, dedikleri zaman: Doğa da onları! Demiş.”<sup>62</sup> Örneğini vererek, önemli olanın ölecek olma olmadığını, zaten herkesin doğası gereği öleceğini aktarmıştır ve aslolanın ölmek değil, erdemli bir yaşam olduğunu ifade etmeye çalışmıştır. “Bu ölüm” olayı bize sorgulanmış bir yaşam, bir öğreti, erdemli ve ilkeli olma gibi kavramları öğrettiği gibi, bir yandan da bizi yaşamın içindeki adaletsizlik, haksızlığa-iftiraya uğrama, itibarsızlaştırılma gibi kötülüklerle de yüzleştirmiş ve insana bunlar karşısında da bir felsefi tavır alış göstermiştir. Felsefe ölüme ilişkin ahlaki bir tavır geliştirmemizi sağlar ve yüzyıllardır düşünürlerin tavır alışlarını da göz önüne serer. Bu nedenle trajik insanı ölüm zorbasının elinden kurtaracak en güçlü kahraman felsefedir. Çünkü o bilinmeyen hakkında dogmatik spekülasyonlar oluşturmak yerine bilinen ve burada olana yani yaşama odaklanır. Yaşam içinde ölüme karşı bir felsefi tavır geliştirir. Bu da erdemli ve iyi yaşama tavrıdır. Felsefe sadece durum tespiti yapan diğer alanların tümünden farklı olarak faal olunacak bir alan sunar, o da yaşam alanıdır. Yaşam alanı içinde yaptıklarımıza göre ölümü değerli kılmanın kapısını aralar. Bu nedenle “ölüm labirentinden çıkış yolunun parolası ölümün kahrolması değildir, erdemli ve iyi yaşamın varolmasıdır.

---

<sup>60</sup>Schopenhauer, (2013), s. 50-51.

<sup>61</sup> Montaigne,(1999), s.146.

<sup>62</sup> Montaigne,(1999), s.145.

## SONUÇ

Bütün canlılar ölür ancak insan ölümün bilincinde olmasından ötürü onun üzerine düşünür, ona kafa yorar, ona belki bir anlam ve biçim verir. Diğer canlılar için ölüm ancak ölüm anı ortaya çıktığında vardır ancak insan için belki de ölüm ölmeden önce defalarca ölmek durumudur. Bu haliyle bakınca bu zavallı insan birazdan patlayacak olan bir bombayı elinde tutuyor gibi görünmektedir. İnsan sadece sonlu olduğunu bilmez aynı zamanda başka sonları da görür ve izler. Bu onun trajikliğidir. Ancak insanın da buradaki zavallılığı yalnızca onun ölüm sonrasına bırakacağı olanaklara sahip olmasıyla ortadan kalkar. Çünkü yalnız insan öleceğini bilerek ölümsüz eserler bırakabilir. Aslında ölüm ile yaşam arasındaki bu büyük set onun mahiyetini anlamaya engeldir. Bu set şeffaf hale dönüştüğünde varlığın bütünü ortaya çıkar. İnsana düşen ise bu perdenin açılmasını beklerken eylemlerinin mahiyetidir. Denilebilir ki insan insan yapan ölüme doğru gittiği bu yolda ortaya koyduğu eylemleridir. O; katil, hırsız, tecavüzcü, işkenceci olmuyorsa bunun sebebi ölümün bir bitiş değil de; yaşamın devamı olarak tasarlanmasıdır.

Ölüm konusu Mısır'dan Mezopotamya'ya kutsal kitaplardan çağdaş felsefi metinlere, Gılgamış' tan Upanişadlar'a, Eski Ahit'ten Kur'an-ı Kerim'e Sokrates'ten Epikür'e, İlkçağ Stoası'ndan Varoluşçu Felsefeye, Schopenhauer'den Heidegger'e, Psikoloji'den Biyoloji'ye- Tıp'a, Mitos'tan Logos'a, öte dünya inanışından metafiziğe olmak üzere çok geniş bir perspektifte konu alanı edilmesine rağmen hala yeterli bir kapsamda ele alınamamış çok sayıda alana malzeme vermekte olan bir konudur. Aynı zamanda ölümün ya da ölüm sonrası ne olacağının bilinemez olan yanı, onu merakı cezbeden bir konu haline getirmektedir. Ölüm konusu çeşitli konularla ilişkisi içinde ele alındığında adeta bir labirentin içine giren araştırmacı bu farklı konularla ilişkisinden dolayı girdaba girmektedir. Ölüm konusunu tam olarak ele almak bu nedenle olanaklı değildir. Onun başka konularla ilgisini ele almak, onu kendi başına ele almak, onu canlı ya da yaşam üzerinden ele almak, onu din açısından ele almak, onu kaygı ya da korku malzemesi olarak ele almak sadece bu ele alış şekillerinin bir kısmı olarak kalacaktır. Burada yapılması gereken ölüm fikrine karşı oluşturulan tavrı felsefi perspektifle ele almaktır. Felsefe iyi ölümün ya da olumlanmış bir ölüm düşüncesinin yolunun erdemli ve iyi bir yaşamdan geçtiği iddiası ile ölüme karşı bir tavır alış ortaya koyar.

## KAYNAKÇA

- Aydın, Hasan**, (2011), “Ölüm Korkusu Karşısında Felsefenin Tesellisi: Marcus Tullius Cicero Ve Ebû Bekr Er-Râzî”, *Felsefe Dünyası*, 54. Sayı, ss. 27-52.
- Badiou, Alain**, (2016), Filozof Ahmed-Çocuklar ve diğerleri için otuz dört kısa oyun, (Çev. Ayberk Erkay), Ankara: Pharmakon Yayınları.
- Baudrillard, Jean**, (2001). *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, (Çev. Oğuz Adanır), İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Camus, Albert** (2012), *Yabancı*, (Çev. Vedat Günyol), İstanbul: Can Yayınları.
- Cioran, Emil Michel**, (2000), *Çürümenin Kitabı*, (Çev. Haldun Bayrı), İstanbul: Metis Yayınları.
- Ejder, Özge**, (2009), “Ölüme Dair Bir Aporia Olarak Yazınsal Temsil”, *Baykuş Felsefe Yazıları Dergisi*, Sayı 5, Kasım 2009, ss. 69-80.
- Gözel, Özkan** (2011), “Olmak ve Aramak”, *Kutadgubilig Felsefe-Bilim Araştırmaları Dergisi*, sayı 19, s. 397-415.
- Karademir, Nihat**, (2021), Ölüm Neden Trajedidir?, İstanbul: Lejand Kitap.
- Krishnamurti, Jiddu**, (2000), *Yaşamak ve Ölmek Üzerine*, (Çev. Sinan Öner), İstanbul:Ayna Yayınevi.
- Levinas, Emmanuel**, (2006), *Ölüm ve Zaman*, (Çev. Nami Başer), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Malpas, Jeff & Solomon, Robert C.**, (2006), *Ölüm ve Felsefe*, (Ed. Malpas, Jeff & Robert C. Solomon), (Çev. Nur Küçük), İstanbul: İthaki Yayınları, ss.296-354, s. 298-299.
- Ayrıca bkz.** Ed. Malpas, Jeff & Solomon, Robert C., (2002), *Death and Philosophy*, London and Newyork: Routledge Press.
- **Soll, Ivan**, (2006), “Ölümün İddia Edilen Önemsizliği Üzerine”, *Ölüm ve Felsefe*, ss.52-85.
- Malpas, Solomon**, (2006). “Giriş”, *Ölüm ve Felsefe*, ss.15-20.
- Malpas-Solomon**, (2006), “Önsöz”, *Ölüm ve Felsefe*, ss.13-14.
- Solomon**, (2006), “Ölüm Fetişizmi, Marazi Tekbencilik”, *Ölüm ve Felsefe*, ss.296-354.
- Montaigne**, (1999), *Denemeler*, (Çev. Sabahattin Eyuboğlu), İstanbul: Cem Yayınevi.
- Ökten, Kaan H.**, (2016), *Ölüm Kitabı-Ölüm Düşüncesinin Temel Metinleri*, İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Özkan, Senail**, (2013), *Ölüm Felsefesi-Mısır’da, Upanişadlar’da, Budizm’de ve Hristiyanlık’ta*, İstanbul: Ötüken Yayıncılık.
- Schopenhauer, Arthur**, (2013), *Ölümün Anlamı*, (Çev. Ahmet Aydoğan), İstanbul: Say Yayınları.



- Soll**, Ivan, (2006), “Ölümün İddia Edilen Önemsizliği Üzerine”, *Ölüm ve Felsefe*, (Ed. Malpas, Jeff & Robert C. Solomon), (Çev. Nur Küçük), İstanbul: İthaki Yayınları, ss.52-85.
- Sümbül**, Yiğit, **Demir Güneş**, Cevriye, (2019), “Başkası’nın Ölümü ve Tragedyanın Kathartik Boyutu: Levinasçı Bir Okuma”, *FLSF (Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi)*, Güz, Sayı 28, ss. 17-33.
- Yalom**, Irvin D.&**Berger**, Robert L., (2009), *Ölüm Korkusunu Yenmek-Polis Çağırıyorum*, (Çev. Zeliha Babayiğit), İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Âl-i-İmrân Suresi, 185. Ayet, **Erişim Adresi:**  
<https://kuran.diyaret.gov.tr/mushaf/kuran-meal-2/al-i-imran-suresi-3/ayet-185/kuran-yolu-meali-5>, **Erişim Tarihi:**20.07.2024.

## 8.Bölüm

### CUMHURİYET DÖNEMİNDE İLGİLİ ESERLERDE HAFIZLIK ALGISI<sup>1</sup>

Ömer ÖZBEK<sup>2</sup>  
Gamze ÇEVİK<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Bu çalışma TÜBİTAK 2209-A projesi kapsamında desteklenmektedir.

<sup>2</sup> Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi İlahiyat Fakültesi, Temel İslam Bilimleri, Kıraat Anabilim Dalı, omeroz@erciyes.edu.tr ORCID: 0000-0001-7668-1701.

<sup>3</sup> İlahiyatçı, Erciyes Üniversitesi İlahiyat Fakültesi, cevikgamze017@gmail.com ORCID: 0009-0006-4962-684X.

## Öz

Kur'an-ı Kerim'in ezberlenmesi onun inzali ile başlamıştır. Bu ezberleme ilk dönemden itibaren teşvik edilmiş ve zamanla bir gelenek halini almıştır. Kur'an baştan sona ezberlendiğinde bu, hafızlık kavramı ile ifade edilmiştir. İlave olarak onun bir kısmını ezberlemek de önemli görülmüştür. Kur'an'ın ezberlenme keyfiyeti üzerinde kafa yoranlar sonraki dönemlerde eserler kaleme almaya başlamışlardır. Hafızlık hakkında eser yazım süreci günümüze kadar devam edegelmiştir. Bu çalışmanın konusu hafızlığa dair yazılan eserlerden Cumhuriyet döneminde ülkemizde yazılan ve ulaşabildiğimiz eserlerdeki potansiyel hafızlık algısıdır. İnsanların ister hafızlığı yapmadan önce, ister hafızlık yaparken, isterse de hıfzı koruma sürecinde olsun bu konuda hafızlığa dair olan algıları hafızlığa karşı olan tavırlarına etki etmektedir. Bu nedenle onların hafızlığa dair algıları önem arz etmektedir. Hafızlığı henüz yapmamış kimselerin hafızlık algıları başta ailelerinden, sonra yakın çevresinden öğrendikleri ile şekillenmektedir. Hafızlık yapma sürecinde olanlar ise içinde buldukları ortamdan ve onlara hafızlık yaptıran hocalarından daha fazla etkilenmektedirler. Kur'an'ı ezberleyen ve algıları artık kanaate dönüşmüş de olabilen hafızlar ise kendi iç motivasyonları yanında hocalarının ve çevrelerinin yönlendirmelerinden etkilenirler. Bundan başka okudukları kitaplarla da bu kesimlerin hafızlık tasavvurları şekillenmeye devam eder. Onlar bu düşüncelerini etrafındaki arkadaşları başta olmak üzere yukarıda bahsettiğimiz her gruptan kimselerle paylaşırlar. Nitelikli bir kitap önemli bir hafızlık algısı oluşturacağı için hafızlık düşüncesini zihinlerde yeşerteceği gibi Kur'an'ı ezberlemeye yönelten bir etki de oluşturabilir. Bundan başka, hafızlık algısı ezber yapanlarda ve hıfzı ömür boyu muhafaza konusunda bir motivasyon da oluşturur. Okunan kitaplardaki hafızlık algısı kısmen olumsuz yönelimlere sebep olabilse de daha çok olumlu katkılar sunar. Çalışmanın amacı tüm okuyucu kitlesinde, hafızlık yapmayı düşünenlerde ve hafızlarda, ilgili kitapların nasıl bir hafızlık algısı oluşturduğunu Cumhuriyet dönemi eserlerinden ulaşılabilenler özelinde tespit etmek ve değerlendirmektir.

Bu çalışmada doküman tespiti, içerik analizi ve uzman gözüyle bir konu merkezli analiz yöntemleri kullanılmıştır. Çalışma ile hafızlık alanında yeni yazılacak kitapların yazarlarına ve mevcut kitaplarla yeni yazılanları okuyacak kimselere yazma ve okuma keyfiyetinin niteliğinde bir katkı sağlanacağı umulmaktadır. Yazı ile barışık olanlar birçok alanda olduğu gibi hafızlık konusunda da her dönemde eser yazdıklarından ve Kur'an ezberi konusunda eser yazım işi halen devam ettiğinden bunlar üzerinde yapılacak bir çalışmanın sınırlandırılması bir zarurettir. Bu nedenle çalışma günümüze de yakın olması bakımından yalnızca Cumhuriyet döneminde ve 2022 yılına kadar kaleme

alınanlarla sınırlı tutulmuştur. Bahsi geçen dönemdeki hafızlığa dair eserler üzerinde kimi çalışmalar yapılmışsa da onlarda potansiyel olarak bulunan hafızlık algısını tespit etmeye yönelik yapılan bir araştırmaya rastlanmamıştır. Çalışma bu yönüyle özgünlük arz etmektedir. Eserlerdeki hafızlık algısının etkilerine yönelik tespitler ise bu konuda yapılacak saha çalışmalarını beklemektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Kıraat, Kur'an, Hafızlık, Cumhuriyet Dönemi, Algı.

## Giriş

Allah'ın gönderdiği son ilahi kitap olan Kur'an çok fazla okunan ve aynı zamanda ezberlenen bir kitaptır. Kur'an'ın ezberlenmesi nüzul döneminden itibaren tarihi boyunca olduğu gibi günümüzde de halen sürmektedir.

Kur'an-ı Kerim'i hiçbir sure ve ayet eksik bırakmadan başından sonuna kadar tam olarak ezberleyene hafız denilmektedir. Hafızlık ise bu eylemin kendisidir. (Hafızlıkla ilgili kavramsal bilgiler için bk. Bozkurt, 1997). **HFZ** kökünden ismi fail olan hafız; gözeten ve koruyan, ezberleyip saklayan anlamında kullanılmıştır (İsfehânî, 1972).

Kur'an'ın nasıl ezberleneceği ilk dönemlerden beri bu alanda çalışanları meşgul etmiş ve ilerleyen dönemlerde genelde hafızlık ve özelde hafızlık eğitimi alanında bir takım çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar günümüze kadar devam etmiş ve çeşitlenmiştir. Nitekim günümüzde, konusu hafızlık veya hafızlık eğitimi olan çeşitli akademik çalışmalar da yapılmaya başlanmıştır. Cumhuriyet dönemi hafızlık eğitimi, son yıllarda verimi daha da artan bir süreçtir. Bahsi geçen dönemde ortaya konulan eserler üzerinde çalışma yapmak da bir zaruret haline gelmiştir. Bu sebeple eserlerde satırlar arasında kalmış ve ancak uzmanının bakış açısıyla incelendiğinde ortaya çıkarılabilecek hafızlık algısının tespit edilmesinin faydalı olacağı düşünülmüştür. Çalışmanın konusunun, Cumhuriyet döneminde ülkemizde yazılan eserlerde hafızlık algısı olmasının bu yüzdendir. Hafızlığa ilişkin olarak yazılan kitapların tamamı çalışmaya dâhil edilmemiş, bahsi geçen dönemde yazılan otuz kadarı ele alınabilmiştir. Çünkü tüm eserlere ulaşamamış; ulaşılabilenlerin yalnızca akademik ve bilimsel niteliği olanlar malzeme olarak kullanılmıştır. Kitaplar konuya ışık tutacak bilgileri doğrudan veya dolaylı olarak ele almış olsun algı durumunu işlemiş ve işlememiş olması gibi çeşitli yönlerden elemeye tabi tutulmuştur.

İnsanlardan kimisi hafızlığı yapmadan önce, kimisi ezberini yaparken ve diğer bir kısmı da hafızlığı koruma sürecinde bu kitaplarla karşılaştıklarından onların hafızlığa dair olan algılarının farklı şekil ve düzeylerde oluştuğu düşünülmektedir. Bu algılar okunan kitapların içeriklerine göre değişiklik arz ederken, hafızlığa karşı geliştirilen tavırlara da etki etmektedir. Hafızlığa dair algıların önem arz etmesi bu yüzdendir. Hafızlığı henüz yapmamış kimselerin hafızlık algıları başta ailelerinden, sonra yakın çevresinden öğrendikleri ile şekillenmektedir. Hafızlık yapma sürecinde olanlar ise içinde buldukları ortamdan ve onlara hafızlık yaptıran hocalarından daha fazla etkilenmektedirler. Hafızlığın algısı söz konusu olunca algı kavramı üzerinde de durmak faydalı olacaktır.

Bir tanıma göre algı, dış dünyadan gelen uyarıcıların duyumlar yardımıyla ön yargılar, ihtiyaçlar, beğeniler, tecrübeler, inanç, cinsiyet, yaş, eğitim seviyesi gibi belli süzgeçlerden geçirilerek yorumlanmasıdır (bk. Krishna ve Elder, 2009). Diğer bir tema göre ise algılama bireyin fiziksel çevrede meydana gelen şeyleri duyumlar yoluyla alarak kişisel bir anlam yükleme faaliyetidir (bk. Solomon, Bamossy, Askegaard ve Hogg, 2006).

Bu tanımlara göre algılama sürecinde en büyük rol duyu organlarına düşmektedir. Duyu organlarındaki kayıplar ve işlevselliğindeki azalmalar algılamayı olumsuz etkilemektedir. Buna göre duyu organlarımızın, algımızın miktarını belirlemekte olduğu söylenebilir. Çünkü dış dünyadan gelen uyarıcılara teşhis koyan duyu organlarımızdır. İnsan duyu organları vasıtasıyla duyumsama yapar ve bunu belli bilişsel süreçler ile sentezleyerek algılamaya dönüştürür. Bu durumda duyu organlarında bir eksiklik ya da zedelenme olan biriyle duyu organları tam olan birinin algılamasının aynı olduğu söylenemez.

Algılama bireyin fiziksel çevrede meydana gelen şeyleri duyumlar yoluyla alarak kişisel bir anlam yükleme faaliyetidir. Şu halde algılamada doğru ya da yanlış yok; kişiye görelilik vardır. Bir uyarıcı farklı kişilerce farklı yorumlanabileceği gibi aynı uyarıcıya farklı kişiler aynı yorumu yapabilmektedirler. Bu aynı zamanda algı kavramını bireyin kendi anlamlandırdığı şekilde tanımlayacağı anlamına gelmektedir.

### **Hafızlık Algısı**

Bir önceki başlıkta verilen bilgilerden hareketle hafızlık algısı; henüz kesin olarak hafızlık düşüncesini içselleştirmeden önce Kur'an'ı ezberlemeye dair kendisine ulaşan bilgilerden sonra kişide oluşan düşünce, olarak ifade edilebilir. Algı denilen bu yönelim detaylı bir bilgiye sahip olmadan önce kendisine o şey hakkında yazılan söylenen ve ulaştırılan vasıta sebebiyle bir şey hakkında şöyle ya da böyle bir düşünce tarafına meyletmektir. O konu hakkında işin detayını öğrenen kimse algı boyutundan kanaat sahibi olma ve hatta o düşüncenin savunucusu konumuna gelme gibi daha ileri bir aşamaya geçecektir.

Kişinin çevresini ve deneyimlerini nasıl anladığı ve yorumladığı algı kavramının kapsamına dâhildir. Bu kavram incelendiğinde, hafızlık yapma kararına götüren sürecin de onu algılamayla üst düzeyde bir ilgisi olduğu görülecektir.

İnsanın yaşadığı hayatta edindiği konum da bir bakıma onun algılarıyla alakalıdır. Bir Kur'an hafızı için hafızlık meselesini anlamlandırıp tercih etmesi de bu algılardan biridir. Hafızlık algısını belirleyen çeşitli etmenler vardır. Aile durumu, ekonomik durum, işin faydalı olma düzeyi, eğitim seviyesi, görevin

toplumda oluşturduğu etki, cinsiyet, maaş miktarı, istihdam sorunları, mesleğin kariyer olanakları, statüsü bireyin hafızlık algısını etkileyebilen etmenlerdendir.

Kur'an'ı korumayı ve geleceğe aktarmayı hedefleyen hafızlık müessesesi insanların yaşamında çok boyutlu bir etkiye sahiptir. Ayrıca hafızlık eğitimi onların yaşamında amaçlar belirlemek ve hayatlarının anlam kazanıp şekillenmesinde referans kaynağı olma fonksiyonuna sahiptir.

Asırlardır süregelen hafızlık tarihine bakıldığında, Müslümanlar hafız olma konusunda birbirleriyle yarış halinde olmuşlardır. Bu yarış Cumhuriyet döneminin başlangıcından itibaren bazı azalmalarla birlikte devam etmiş, günümüze böylece gelinmiştir. Değişen hayat şartları ve teknolojik gelişmeler dünya genelinde birçok şeyin olduğu gibi hafızlık eğitiminin de dönüşümüne sebep olmuştur. Tarihsel süreçte hafızlığın inişli çıkışlı bir grafiğinin olduğu, bazı yıllarda arttığı bazı yıllarda ise çok fazla tercih edilmediği görülmektedir.

Algılar önceki deneyimlere, ilgiye, ihtiyaca, istek ve tutumlara göre şekillenmektedir. Hafızlık yaparken içerisinde bulunulan beklentiler hem hafızlık sürecini hem de sonrasını etkileyecektir. Örneğin hafızlık bazı kimseler için iş ve meslek kapısı iken bazıları için ahirette Allah'a karşı sunulacak bir amel olarak nitelendirilebilir. Hafızlık yapmak isteyen kişi öncelikle niçin hafızlık yapmak istediğini kendisine sormalı ve sorduğu sorulara mantıklı cevaplar aramalıdır. Bu sorular 'Kur'an'ı niçin ezberlemeliyim?', Kur'an-ı Kerim'i ezberlemek istiyor muyum? Hafızlık yapmak bana ne kazandıracak?' vb. olabilir.

Aynı zamanda bir ibadet de olan hafızlık birkaç istisnası dışında genelde uzun bir süreçtir. Bu durum kişinin saatlerini aylarını hatta yıllarını Kur'an'ı ezberleyerek geçirmesini, hafızlığını tamamladığı takdirde kalan ömründe devamlı ve istikrarlı olarak Kur'an'ı tekrar etmesini gerektirmektedir. Hayatının ilerleyen dönemlerinde hafızlığın işlerlik kazandıramayacak bir bireyin hafızlığa başlaması bir takım olumsuz sonuçlara neden olabilir. Kişi hafızlığa başlamadan önce kendini tanımalı, sahip olduğu güçlü ve zayıf özelliklerinin farkına varıp bu özelliklerini doğru istikamette geliştirmeye çalışmalıdır. Bu noktada hafız adayının okuduğu kitaplar onun hafızlık algısının şekillenmesinde, sorduğu sorulara cevap bulmasında, hafızlığı yapmaya veya yapmamaya karar vermesinde ve bunu gerekçelendirmesinde son derece önemli ve yol gösterici olabilmektedir.

Bazı uyarıcılar sadece bir duyu organımızı hedef alırken bazıları aynı anda birkaç duyu organımıza hitap etmektedir. Çünkü algılama duyu organlarının kalite seviyesiyle doğru orantılıdır. Hafızlık görme ve işitme duyumuza aynı anda hitap etmekte olduğundan gerek görsel gerekse işitsel algılama ile hafızlık eğitiminde verim azami dereceye çıkarılabilir. Algılamanın artmasıyla birlikte

ezber süresi ve kalitesi de artacaktır. Kişinin duyu organlarındaki çeşitli kayıp ve bozulmalar hafızlığı algılamada olumsuz rol oynamaktadır. Örneğin duymayan biri hafızlığı tam olarak örgütleyemeyecek bu durum hafızlığın gereğinden fazla zaman almasını daha fazla çaba sarf edilmesini gerektirip ezberin istenen sürede bitirmesine engel olabilecektir. Bu da kişinin hafızlık sürecini bıkkınlık veren bir dönem ve ekstra bir meşakkat olarak algılamasına neden olabilecektir. Burada hafızlık algısını hafızlık öncesi, hafızlık süreci ve hafızlık sonrası dönemlere ilişkin algılar şeklinde başlıklar altında incelemek faydalı olacaktır.

### **Hafızlık Öncesi Döneme İlişkin Algı**

Son yüz yılda hafızlık hakkında yazılan kitapların bir kısmında tespit ettiğimiz bazı ifadeler, hafızlık öncesi döneme ilişkin bir takım algılar oluşturabilecek niteliktedir. Bunu destekleyen misaller şöktür:

Örneğin Dağ, Hz. Peygamber (sav) zamanında Kur'an vahyinin kayıt altına alınmaya başlanmakla beraber ezberlenmeye de çok önem verildiğini (Dağ, 2019) kaydetmiştir. Yüksel ise Kur'an'ı ezberlemek ve ezberletmek ameliyesinin Hz. Peygamber'in (sav) en çok önem verdiği işlerden biri olduğunu nakletmiştir (Yüksel, 2016). Bu bilgiler insanlarda Kur'an'ı ezberlemeye önem vermeleri gerektiği algısını oluşturmakla onları hafızlığa yönelten türdendir.

Sercani, Kur'an-ı Kerim'i ezberlemenin, okuma yazma bilmeyen birçok insana nasip olduğunu söyleyerek, bu kimselerin Kur'an'ı dinleme ve talim ile ezberlediğini, Arapça konuşmayan ve yazmayan çeşitli milletlere mensup birçok kimsenin de Kur'an'ı nazil olduğu şekliyle okuyup ezberlediklerine dikkat çekmiştir (Sercani 2019). Bu hususlar özellikle hafızlık yapmayı düşünen kimseler için önemli bir motivasyon oluşturacak algıyı barındırmaktadır. Burada kendi dillerinin Arapça olmadığı için Kur'an'ı ezberlemede zorlanacaklarını düşünenler için oluşacak algı, kendisi ile aynı durumda olan kimselerin bu işi başarmış olmasının, kendisinin de yapabileceğine ve başarabileceğine bir delil olduğu bilincine varmasını sağlayacaktır. Hafızlık yapmanın özellikle dil farklılığı sebebiyle zor olabileceği şeklinde bir düşünceye sahip olanlarda bu algı tam tersine bir kanaat oluşturabilecektir.

Yine Sercani "Yüce Allah'ın, görme organlarını aldığı (kör) kimselere bunun karşılığında Kur'an nimetlerini verdiği görülür. Mushaf'ı mütalaa edememe şeklinde ezberleme konusunda mazeretleri de bulunduğu halde yüce Allah, Kur'an'ı ezberletmekle kendilerine ihlanda bulunmaktadır. Bunlar gözleriyle bakıp ezber yapan kimselerden daha köklü ve daha kuvvetli bir ezber gücüne sahiptirler," (Sercani 2019) bilgisine yer vermektedir. Bu ifade;



kendilerini mevcut sağlıklı duyu organları ile hafızlık yapma konusunda yeterli görmeyenler için Allah'ın herhangi bir engeli bulunan birine olan yardımını idrak etmekle Kur'an'ı sağlıklı duyu organları ile daha kolay ezberleyebileceklerine yönelik algı oluşturur. Bu algı kişiye olumsuz düşüncelerden kurtulma, hafızlığa ısınma ve hatta daha fazla motive olma şeklinde katkı sağlar. Çünkü bu kimseler göz veya göz dışında hafızlık için gerekli olan herhangi bir duyu organı doğuştan olmayan veya daha sonra kaybeden bir kimsenin dahi bu ezberleme işini yaptığını fark etmekle kendilerinin daha kolay yapabilecekleri düşüncesini benimseyeceklerdir.

Hafızlıkla ilgili bir çalışmaya imza atan Ağırbaş Kur'an-ı Kerim'i yüzünden okumanın ezbere okumaktan daha faziletli olduğunu; bunun nedeni olarak Mushaf'a bakmanın onu tutmanın ve manasını düşünmek gibi şeylerin amellerin çoğalmasına, dolayısıyla elde edilen sevabın artmasına katkı sağlayacağını (Ağırbaş, 2012) belirtmekte ve bu görüşünü çeşitli hadislerle desteklemektedir. Hafızlık yapma düşüncesinde olanlardan bazıları burada belirtilen Mushaf'a bakarak okuma ve onun fazileti ile ilgili görüşlerden dolayı ezberlemek yerine yüzüne daha çok okumayı benimseyebilirler. Bu da onları hafızlık yapmaktan vazgeçirebileceğinden bahsi geçen ifadelerin hafızlık yapma kararını engelleyecek olumsuz bir algı oluşturabileceği söylenebilir.

Algur tarafından hafızlık eğitimi alan bireyler üzerinde yapılan araştırmada bireyin hafızlık eğitimi tavsiye etme tutumu incelenmiştir. Katılımcılardan %82,8'i aldıkları eğitimi isteyen herkese tavsiye edebileceğini, %5,8'i hafızlık eğitimi isteyen herkese tavsiye etmeyeceğini, %11'i fikrim yok şeklinde kararsız olduklarını ifade etmiştir (Algur, 2019). Burada verilen cevaplarla birey hafızlık yapan kişilerin çoğunlukla hafızlık yapmaktan memnun olup pişmanlık duymadıklarını anlayacak, böylece onun için hafızlığın yapılabilirliği fikri kuvvet kazanacaktır.

Hafızlık konusunda bazı sınıflamalar da yapılmıştır. Örneğin, Demirkol hafızlık değerlendirmelerini sosyal hafız, belge hafızı ve ehliyetli hafız olmak üzere sınıflandırmıştır. O, sosyal hafızı yakın çevresindekiler tarafından hafız olarak adlandırılıp hıfzının ne derecede olduğu bilinmeyen hafız olarak tanımlar. İkinci gruptaki belge hafızlarının amacını sadece hafızlık belgesi almak şeklinde belirtmiştir. Ehliyetli hafızlar ise ona göre Kur'an'ın kıraatine hâkim olan cüz okumayı alışkanlık haline getiren kimselerdir (Demirkol, 2022). Burada ifade edilen hafızlığın tek tip olmadığıdır. Bunu anlayan kişi sosyal anlamda desinler için hafızlık yapmanın amaç olmadığını aynı zamanda belge için de hafızlık yapılamayacağını kavrayacaktır. Nihayet hafızlığın tek bir amacı olacağını onun da ehliyetli ve liyakatli hafızlık olduğunu bu satırlardan sonra kabul edecektir. Fakat bazı kimseler hafızlığı bu sebepten dolayı zor bir eylem

ve farklı amaçlarla yapılabilen bir iş olduğu algısına kapıldığı için tercih etmeyebilir. Bu kimseler hafızlıktaki amacının ne olduğunu bir kez daha gözden geçirmekle bu olumsuz algıdan kurtulabilir.

Din alanında bir meslek edinecek kimseler için hafızlığın önemine de vurgu yapılmıştır. Örneğin, Aydın, “Bir mümin için hafız olmak, önemli bir değer ifade etmekle birlikte, bir din görevlisi için, dini ilimlerle uğraşan bir meslek insanı için çok daha önemlidir. Din görevlisi, meslek hayatının her kademesinde görevinin gerektirdiği yeterlikler açısından hafızlığa ihtiyaç duymaktadır. Namaz kıldırırken, çeşitli vesilelerle ezberden Kur’an okumak durumunda kaldığında, farklı zaman ve zeminlerde dini konuşma yaparken vb. hep hafızlıktan yararlanmak durumundadır.” (Aydın, 2019) bilgisini vermektedir.

Yine bu ifadeleri destekler nitelikte Ağırbaş, her Müslümanın Kur’an-ı Kerim’den mümkün olduğu kadar ezberlemesini özellikle dini vazifelerde bulunan vaiz, müftü, imam, Kur’an kursu öğreticisi gibi şahıslar için gayritabii bir durum olmadığından (Ağırbaş, 2012) bahsetmiştir.

Hafızlık yapma düşüncesinde olmamasına rağmen din alanında görevlerde çalışmayı arzulayan kimseler, hafızlık yapmanın hedeflediği mesleğe yardımcı olacağı fikrini buradan elde edebilirler. Bu motivasyon onları yukarıda bahsi geçen görevlerde çalışacaksa aynı zamanda hafız da olması gerektiği düşüncesine götürecektir. Yine de hafız olmamasının bu tür meslekler için bir eksiklik olduğunu düşünen birinin algısı bu işlerin zor olabileceği ve bu mesleklerin hafızlıkla tamam olacağını kabullendiği için başka bir meslek seçmeye yönelmesinin daha iyi olabileceği şeklinde de gelişebilir.

Cumhuriyet döneminde yazılan eserlerde mutluluk teması da araştırma konusu edilmiş ve hafızlık yapmanın insanın mutluluğa bir katkısı olur mu düşüncesi irdelenmiştir. Bu konuda Güneş, hafızlık eğitimini öğrencilerin mutluluğuna etkisi bakımından incelemiş ve araştırmaya katılan tüm öğrencilerin hafızlığın kendilerini mutlu ettiği konusunda olumlu görüş belirttiği sonucuna ulaşmıştır (Güneş, 2020). O’nun araştırmada vardığı bu sonucu destekleyen bazı katılımcı görüşleri şöyledir:

“Hafızlık beni mutlu etti. Bitirdiğim için daha böyle bir özgüven kazandım. İşte ben hafızlığımı yaptım. Allah’ın kitabını ezberlediğim için daha böyle bir özgüven kazandım. İşte ben hafızlığımı yaptım. Allah’ın kitabını ezberlediğim için daha böyle yükseklerde olduğumu hissediyorum. Hafızlık yaptığımı pişman değilim kesinlikle.” (Güneş, 2020).

“Hafız olacağım diye içimde böyle çok değişik bir his var. Kur’an’ı baştan sona ezberlemek çok değişik bir his gerçekten. Çok mutluluk verici bir şey. Düşününce insan daha çok mutlu oluyor. Burada bazı sorunlar yaşasam da iyi ki hafızlık yapmışım.” (Güneş, 2020). Bu olumlu öğrenci görüşleri elbette okuyan

kişi için hafızlık konusunda olumlu bir algı oluşturacak ve bu algı kolayca motivasyona dönüşebilecektir.

Eserlerde hafızlara en zor gelen hususlar konusunda da araştırma yapılmış ve katılımcıların üzerinde durdukları zorluklar ele alınmıştır (Bilgin, 2021). Bilgin, bu zorluklardan birini katılımcıların ifadesiyle şöyle aktarmıştır: “En zorluğu gurbet. Başta her hafta gönderiyorlardı. Sonra iki haftada bire düşürdüler. Sonra bize ‘Bu hafta ailenizin yanına gitmek yok,’ dediler. O hafta sonu herkes ağlamıştı.” (Bilgin, 2021). Bu duygusal ifadelerin çok olumlu bir algı oluşturmayacağı düşünülmektedir. Olumsuz etki edebilecek bir konu da Algur’un kitabındaki ülkemizde hafızlık eğitiminin Kur’an kurslarında yapılmasından dolayı bireyin sosyal yaşantısının tamamen farklılaşıp yakın çevresinin büyük oranda değiştiği (Algur, 2019) şeklindeki ifadeleridir. Çünkü ailesine düşkün olan ve onlardan hiç ayrı kalmamış bireyler için bu ifadeler hafızlık yapma fikrinden uzaklaştırıcı olabilecektir. Yine daha fazla küçük yaşlardaki bireyler için geçerli olsa da genel anlamda kişinin hafızlığa mesafeli bakmasına ve özellikle kurs ortamında yapılacak olan hafızlığa direnç geliştirmesine sebebiyet verebilecektir.

Bunun yanında mevzubahis eserlerde hafızlığa olan ön yargılarının kırılmasını sağlayabilecek ifadeler de rastlanmıştır. Söz gelimi Bilgin yapmış olduğu çalışmasında Aybey’in araştırmasından yararlanmış, günümüz ile kendi dönemini mukayese eden bir kurs hocasının görüşüne yer vermiştir: “Bizde hafızlık yaptık. Hocamızın yanında konuşamazdık bile. Hafızlığımızı tamamlayınca kadar hiç yüzümüze gülmedi desem abartı olmaz. Öğrencinin psikolojisi bozulacakmış kimsenin umrunda değildi. Ama şimdi çok farklı. Çocuklarımıza rehberlik yapıyoruz. Arkadaşların hepsi gayretli. Ancak belki bu işin eğitimini almamamızdan kaynaklı olsa gerek eksiklerimiz var (formasyon kastediyorum). Bunu da açılacak seminerlerle aşacağımıza ümidimiz var.” (Bilgin, 2021). Bu satırları okuduktan sonra oluşacak algı, hafızlık yapmayı düşünenlerde özellikle eski olumsuzlukların kendi döneminde yaşanmayacağı fikrini geliştirebilecektir.

Hafızlık süreci ibadetlerle de ilişkilendirilmiştir. Bu cümleden olarak Sercani hafızlığın gece namazına olan etkisinden bahseder. Gece namazında her daim aynı sureyi okuyan kişinin başka ezber yapmaya ihtiyaç duymadığını bu nedenle de gece namazına kalkmakta gevşek davranabileceğini söyler. O Kur’an hafızının durumu bunlardan istisna etmiştir. Buna gerekçe olarak da Kur’an hafızı olmanın her seferinde yeni bir sure okuma imkânına kavuşmak anlamına geldiğini kaydetmiştir (Sercani 2019). Bu ifadelerden etkilenecek kimselerde oluşan algı, ibadetlerden en faziletlisi olan namazın hafız olmakla

farklılaşp zenginleşeceği düşüncesine götüreceği için olumlu bir nitelikte olacak ve motive kaynağı olacaktır.

Eserlerde rastladığımız bir diğer algı oluşturacak ifade bilgisayarla hafızlık uygulaması hakkındadır. Bunu bir yöntem olarak sunan Arslan “Hafızlık eğitiminde kullanılan bir diğer yöntem de bilgisayarla hafızlık uygulamasıdır. Yararlanılan bu yöntemde öğrenci, ezberi dinlerken ekrandan takip etme olanağı da elde etmiş olmaktadır. Ayrıca hafızlık eğitimi için ortak mekâna ihtiyaç duyulmaksızın destek eğitimi yöntemi önem taşımaktadır. Ancak kullanışlı bir metot olarak bilinmesine rağmen söz konusu yöntemin yaygınlık düzeyi son derece sınırlıdır.” (Arslan, 2021) demiştir.

Bu ifadeler hafızlığın kurs ortamı dışında yapılamayacağı şeklindeki bir algıyı yok edebilir. Bazı kişiler çeşitli sebeplerden (vücudunda olan herhangi bir engel, sosyal fobi, aileden uzak kalamama, yaşadığı mahallede hafızlık kursu olmama vb.) dolayı hiçbir zaman hafızlık yapamayacağı düşüncesine kapılmış olabilir. Mevzubahis kısım hakkında bilgilenenlerde, bu olumsuz algı kırılabilir. Bunun yanında kişinin teknolojinin bu işlevini öğrenmesinin onda hafızlık hocasının görevinin yerine teknolojinin geçebileceği düşünesi de oluşturabileceği akla geliyorsa da bu, gerçekleşmesi oldukça uzak bir ihtimaldir.

Eserlerde hafızlığının değerinin Kur'an gibi müstesna bir kitabın değerinden kaynaklandığına da vurgu yapılmıştır. Bu cümleden olarak Demirkol “Türkiye’de asırlardan beri hafızlığa ayrı bir değer verilmiştir. Hele hatimle namaz kıldıran hafızların değerini başka olmuştur. 7’den 70’e herkes onlara gıpta ile bakmış, onların ne kadar hayırlı bir evlat olduğu her ortamda dile getirilmiş ve onların bu halleri hayretle izlenmiştir.” (Demirkol, 2022) ifadelerini kaydetmiştir. Yine Kara “Allah-u Teâla’nın eşi benzeri olmadığı gibi onun kelamının da eşi benzeri yoktur. İnsanlar içerisinde de onun kelamı olan Kur’an’ı Kerim’i ezberleyenlerin eşi benzeri yoktur. Yani hafızı kelam olmak çok büyük bir şeref, çok büyük bir meziyettir.” (Kara, 2021) satırlarına yer vermiştir.

Demirkol ve Kara’nın yer verdiği bu görüşler hafızlık yapmak isteyen kimselerde özel ve özenilen bir kişi olmanın yollarından birinin de yapmak istediği hafızlık olduğu kanaati oluşturabilecektir. Hafızlık elbette ki insanlar desin veya görsün için yapılmaz. Yine de bu sayede Allah’ın kendisine daha çok değer verip ikramda bulunacağı bir kul olmanın yanında insanlar nezdinde de hürmet görmek hafız olmaya yönlendiren bir sebep olabilir. İnsanlar değerini bilmeyip takdir edemese bile en değerli kitap olan Kur’an’ın onu çok değerli bir insanın yapacağını bu suretle kanıksar. Bu kıymete ulaşmak için de Kur’an’ı ezberlemesi gerektiğini düşünerek bu fikirlerini hafızlığa başlama gerekçesi yapabilir.

Hafızlık yaptırmadan önce yeteneğinin olup olmadığını tespit etmenin gerekliliği de eserlerde yer verilen konular arasındadır. Nitekim Şahin Aynur hafız adayının hafızlığa başlamadan önce denemeye tabi tutulmasını, ezber yeteneğinde zayıf olan bir bireyin başka konularda yeteneği olabileceğini, kendisi için doğru olanın yeteneği doğrultusunda daha az zahmetli olan şeye yönelmesi olabileceğini (Aynur, 2021) belirtmektedir. Hafızlık öncesi böyle bir tespitin kendisi için yapılmasının uygun olacağını kanıksayan kişi zayıf bir ezber yeteneği varsa çok arzu duysa da hafızlıkta ısrar etmemesi gerektiğine bu sayede karar verebilir. Bu kararı belki de onu saplantı yapmak suretiyle uzun yıllarını kaybetmekten de koruyabilecektir.

Cumhuriyet dönem hafızlıkla ilgili kitaplarda buna yakın bir diğer konu da sağlık sorunlarının hafızlığa engel olması ve pratik ezber için zekâsı yeteli olmayan bireylerin de hafızlık yapabildiğine ilişkin olarak ele alınmıştır. Bu hususta Kara, öğrencinin herhangi bir sağlık sorunu varsa tedavi ettirmesi gerektiğini, ayrıca ezber için kapasitesi yeterli olmayan birinin Allah tarafından kendisine verilmemiş olan bir kabiliyet konusunda yapabileceği bir şey olmadığını belirtmiştir. Ayrıca o, çeşitli testler sonucunda zekâsı normalin altında bir seviyede çıkan nice kişilerin istikrarlı bir biçimde, gayretli ve bilinçli bir çalışma gerçekleştirildiği takdirde hafız olabildiğini (Kara, 2021) de bu ifadelerine eklemiştir. Bir kimsenin sağlık sorunu varsa tedavi olmalıdır. Ayrıca zekâsının hafızlık yapmaya elverişli olmadığını düşünüyor ya da gerçekten böyle olduğu tespit edilmiş bulunuyorsa bu ifadelerin onun için umut olabileceği düşünülmektedir. Çünkü sistemli ve yeterli bir çalışma ile kendisinin de hafız olmayı başarabileceği izlenimi onun yönelim ve gayretini artırabilecektir.

Bu konunun devamı olabilecek mahiyette Salihoğlu hafızlık yapmaya karar vermiş olan öğrencilerin geçmişte yaşadığı başarısızlıkların önemli olmadığını belki ilköğretim lise vs. başarılı bir şekilde bitirmese dahi hafızlıkta başarılı olabileceğini savunmuştur (Salihoğlu, 2013). Buna göre kişinin akademik başarısı ne olursa olsun hafızlıkta başarılı olabilir. Ders ortalamaları çok yüksek olan bir öğrenci hafızlığı başaramayabilirken dersleri ortalamasının altında kalan bir öğrenci hafızlıkta son derece başarılı olabilir. Çünkü hafızlık aynı zamanda bir disiplin ve uzun süre sabırla devamlılık isteyen bir eğitim sürecidir. Salihoğlu'nun ifadeleri kişiyi belli kalıplara sokmaktan uzaklaştırabilecek bir algı oluşturma potansiyeline sahiptir. Çünkü bir hafızlık adayı ders ortalaması düşük ve başarısız olduğu için hafızlık yapamam düşüncesini taşıyorsa bahsettiğimiz algı onun yapabileceğine ikna olmuş bir şekilde hafızlığa başlaması ilk adımı atmasını sağlayabilir.

Nitekim insanlar hafızlık yaptıktan sonra daha önceki başarısızlıklarından sıyrılıp daha başarılı olacakları bir sürece adım atabilme potansiyeline de sahip olabilmektedirler. Çünkü Kur'an-ı Kerim gibi hacimli sayılabilecek bir ilahi kitabı ezberleyen kişi beyninde sinapslar arasına ciddi bağlantılar kuracak ve zihnini daha verimli kullanabilecek bir kabiliyet kazanacaktır. Bu konuda Demirkol bellekler hakkında teknik bilgi verdikten sonra, beynin işleyişi konusunda çeşitli açıklamalara yer vermiştir (bk. Demirkol, 2022).

Eserlerde değişik meslek erbabı olmakla birlikte hafız olmanın doğrudan olmasa dahi dolaylı olarak etkisinin bulunduğu dair görüşlere de rastlanmıştır. Örneğin Sercani hem hafız olup hem de mesleki anlamda başarılı bir şahsiyet olan bir kimsenin hafızlığının Müslümanlara ve Müslüman olmayanlara bir örneklik oluşturacağına ve onlar üzerinde olumlu bir intiba bırakacağına (Sercani, 2019) işaret etmiştir. Gerçekten de vali, doktor, avukat vb. gibi dini görev dışında mesleklere sahip insanların hem mesleğinde başarılı olup hem de hafız olması muhatap oldukları insanları etkileyebilmektedir. Geçtiğimiz Mayıs ayında basında çıkan; bir valinin, ilinde yapılan hafızlık yarışmasına birinci olduğuna ilişkin haberin (Vali hafız kal yarışmasında, 2024) sosyal medyada memnuniyet oluşturabilmesi buna örnek verilebilir. Ayrıca bir genel cerrah doktorun uzun yıllar hatimle namaz kıldıran kuvvetli bir hafız olması da mesleği ile ilgili olarak tercih edilmesine sebep olabilmektedir. Yine yaşadığı bir kaza sebebiyle avukat arayan birinin hafız olduğunu öğrendiği bir avukatı başka sebep aramadan tercih edebilmesi de bu duruma verilecek bir diğer örnektir. Ancak bu örnekler hafızlık hakkında olumlu hissiyata sahip dindar bireyle için gerçekleşebilecek durumlardır. Yoksa aksi bir düşünce sahibinin işlerinde, hafız olan meslek erbabını tercih etmesi şöyle dursun tam dersi bir tutum da gösterebileceği ihtimalden uzak değildir. Olumlu bir düşünce sahibi olan kimseler için düşünüldüğünde yukarıdaki satırlar özellikle ileride farklı bir mesleği yapmayı tasarladığı için hafız olmaktan imtina eden birinde kendisini hafızlığa yönelten bir motivasyon oluşturacaktır.

Hafızlık algısına etki edecek bir durum olarak yaş faktörü de eserlerde ele alınmıştır. Bu hususta Ağırbaş, Hafızlık, Cenab-ı Allah'ın verdiği öyle bir nimet ki, yaş ne olursa olsun hafızlık yapmak isteyip azimle çalışana ve nasibi olanlara verilen bir lütuftur. 'Artık bizden geçti, canım bu yaştan sonra hafızlık mı olur?' veya 'Ya Kur'an'ı ezberledikten sonra unutursam' diye düşünen birçok zeki insan da, hafızlık yapmamayı tercih etmekte ve böyle büyük bir nimetten mahrum kalmaktadırlar (Ağırbaş, 2012) ifadelerini kullanmıştır.

Kara ise "Doksan yaşında bile hıfzını yapanlardan bahsediliyor. Şuna şahidiz ki, ciddi olarak bu işe başlayanlar hep muvaffak olmuşlar." (Kara, 2021) bilgisine yer vermektedir. Hafızlığın küçük yaşlardayken yapılması gerektiği

düşüncesine sahip kimseler için bu ifadelerin oluşturacağı algı, kişinin yaşı her ne olursa olsun hafız olmayı başarabileceği düşüncesini besleyen bir etki oluşturabilecektir.

Kabul edilir ki, tüm eğitim türlerinde olduğu gibi hafızlık eğitiminde de yaş, bilgilerin öğrenilmesi ve korunması konusunda oldukça önemli bir faktördür. Hafızlık yapmak için standart bir yaş tanımlanmasa da hafızlık yapmada erken yaşların avantajlı olacağı yaygın bir kanaattir. Yapılan araştırmalarda yaş ilerledikçe anlayarak ezberleme ve hatırlama yetisinin arttığı (Algur, 2019) bununla birlikte hafızlık eğitimine motive olmanın zorlaştığı (Algur, 2019) sonucuna ulaşılmıştır. İnsanlarda hafızlık eğitimine erken yaşlarda başlanması gerektiği konusu bilimsel çalışmalarda da yer almıştır. Öztürk'ün yapmış olduğu bir araştırma erken yaşlarda hafızlığa başlamanın avantajları ve dezavantajları konusu ele alınmıştır. Öztürk bu çalışmasında hafızlığın 9 yaşından önce kolay yapılabileceğini ancak ezberlemeden bilinçli bir hafızlık yapmaya çeşitli hususlarda problemlerin çıkacağını ifade etmiştir. O, çocuğun o yaşta oyun oynamaya çok istekli olduğunu bu sebeple bazı travmalarının oluşabileceğini onun için ergenlik döneminde hafızlık yapmanın daha uygun olduğu kanaatini paylaşmıştır (Öztürk, 2021). Bu kanaatler onları okuyanlarda da benzer bir algı oluşturabilecektir.

Hafızlıkta bedel ödemek gibi olumsuz algı oluşturacak ifadelerin eserlerde yer almış olması da oldukça şaşırtıcıdır. Örneğin; Salihoğlu “Hedefin bedelini ödemeyi göze alanlar başarabilir. Küçük hedefin küçük bedeli büyük hedefin büyük bedeli olur. Hafızlıkta büyük bedel isteyen bir uğraşdır. Hafız adayı hafızlığa başlamadan önce kesinlikle bedel ödemeyi hükmen kabullenmelidir.” (Salihoğlu, 2019) ifadelerini kaydetmiştir. Bu satırları okuyan birinde hafızlık konusunda bir ön yargı oluşabilir. Bu ön yargı da kişiyi hafızlıktan uzaklaştırabilir. Çünkü bedel ödemek insan için olumlu bir duygu oluşturmaz. Burada bedel ödemek yerine gayret sarf etmek, sabretmek ve ciddi emek vermek gibi nispeten daha pozitif çağrışımı olan ifadeler kullanılması kanaatimizce maksadı ifade etmekle birlikte olumsuz algıyı engelleyecektir.

Eserlerde bu cümleden olan ve olumlu ya da olumsuz algı oluşturabilecek çok daha fazla örnek bulunmaktadır. Bunların tamamını burada vermek çalışmanın hacmini gereksiz bir şekilde genişletecektir. Bu nedenle burada yalnızca bir ikisini daha vermekle yetiniyoruz:

“Hafızlık eğitimi oldukça zorlu geçirilen bir süreç olduğu için bu süreçte öğrencinin stresten uzak rahat ve sakin bir zihne sahip olması gerekmektedir.” (Arslan, 2021).

“Meşakkatli ve uzun bir zaman isteyen hafızlık sürecinde yaşanacak zorlukları bertaraf etmeye yönelik ve hıfzı mümkün olduğunca kolaylaştırmaya matuf çalışmalar tarih boyunca yapılagelmiştir.” (Akaslan, 2021).

Bu ve benzeri kayıtlarda yer alan ve *meşakkatli ve uzun bir zaman isteyen, oldukça zorlu bir süreç* ya da *hafızlık sürecinde yaşanacak zorluklar* ifadeleri ile özetlenebilecek olan bu hususlar hafızlık öncesi süreçte hem olumlu ve hem de olumsuz izlenimler oluşturabilecektir.

### **Hafızlık Yapmayı Düşünenlere Yönelik Oluşan Algı**

Hafızlık hakkında yazılan hemen her kitap gerek hafızlık düşüncesi onda bulunsun gerekse bulunmasın, dini değerlere inanan tüm insanlarda hafızlık yapmaya yönelik olumlu ya da olumsuz bir algı oluşturmaktan vareste olmamıştır.

Eserlerde göze çarpan ilk husus hafızlık yapma süresi ile ilgilidir. Arzu edilenin kısa sürede hafızlığın tamamlanması olduğu bir genel kabul olarak yer almıştır. Ne var ki, buna zıt olan önerilere de kitaplarda rastlanmaktadır. Hafızlık süresi ile ilgili ilk olarak; çok kısa zamanda hafızlık yaptıktan sonra sürenin bir miktar uzatılmasının yararlı olacağına vurgu yapılmıştır. Bu konuda Salihoğlu; hafızlıkta ‘Bir senede hafız olup her sayfada takılacağıma iki senede hafız olurum ama hiçbir sayfada takılmam’, düsturuyla hareket edilmesi gerektiğini belirtmektedir. Ona göre aksi takdirde sonraki pişmanlık fayda vermeyecek ve bu birçok hafız için çok acı bir şekilde neticelenebilecektir (Salihoğlu, 2013). Elbette, makul seviyede olmak kaydıyla biraz daha kuvvetli bir hafızlık yapmak için sürekli ezbere odaklanıp yeni sayfalar ezberlemek yerine gerektiğinde ezberlenen sayfaların tekrarı da yapılmalıdır. Ancak bu her zaman hafızlık sürecine olumlu katkı vermeyebilir. Çünkü tekrara fazla zaman ayırmak kişinin motivasyonunu zayıflatacak ve katkı yerine sürece zarar veren bir sonuç doğmasına neden olabilecektir. Sercani hafızlığa sıfırdan başlayacak olan bir hafızın ezberleme süresinin ne kadar olması gerektiği ile alakalı bir hesaplama da yapmış ve bu sürenin ortalama beş yıl kadar olmasının isabetli olacağını belirtmiştir (Sercani 2019). Kanaatimizce bu süre hafızlık için oldukça uzun bir zaman dilimidir. Hafızlığın bu kadar uzun bir zamana yayılması ezber süreci için sakıncalı olabilir. Çünkü âyetlerin daha kolay hatırlanabilmesi, aynı sayfaya tekrar gelip o ayetleri ikinci sefer okuyuncaya kadar geçen zamanın azlığıyla doğru orantılıdır. Ne kadar az zaman o kadar çok hatırlama; ne kadar çok zaman o kadar geç ya da zor hatırlama olur. Bunun nedeni beynin daha az sürede tekrar kullanılan bilgileri hafızada güncel tutmasına karşın, uzun süre sonra geri çağrılanları daha derinlere atmasıdır. Sercani’nin süreyi bu kadar uzun önermesi hafızlık sürecine uzun soluklu bir tekrar uygulaması



eklemesinden kaynaklanmıştır (bk. Sercani 2019). Ne var ki, hafızlık yapmayı bırakıp uzun soluklu bir tekrar işine yönelmek hafızlığı uzatmasının yanında bir bıkkınlığa da neden olabilecektir. Bu durumda, Sercani'nin hafızlık süresi ile ilgili bu önerileri, hafızlığa başlamayı planlayan bir öğrencide hafızlığın çok uzun süreceği gibi bir düşünce oluşmasına neden olabilecek ve onun gözünde hafızlık büyüyebilecektir. Beş yıl gibi bir süre, hafızlık yapma potansiyeli ve hevesi olan bir kimsenin isteğinin tümüyle kaybolmasına da neden olabilir. Bu nedenle yukarıda naklettiğimiz ifadelerin hafızlık yapmayı düşünen bir aday için olumlu bir algı oluşturmayacağı söylenebilir.

Bilindiği gibi hafızlık iki ana payandaya yaslanmaktadır. Bunlardan ilki harfleri doğru telaffuz edip Kur'an-ı Kerim'i seri ve hatasız bir şekilde yüzüne okuyabilmek, diğeri günde en az bir sayfa ezberleyip ertesi gün hatasız bir şekilde dersi verebilmektir. İncelediğimiz hemen bütün hafızlık eserlerinde tecvîd ve yüzüne okumanın gerekliliğine azami derecede dikkat çekilmektedir. Bunlardan bazıları şu şekildedir:

“Kur'an-ı Kerim'i talimli ve tecvitle olmak üzere, zor sayfaları bir buçuk dakikada da, kolay sayfaları bir dakikada kekeleymeden okuyan bir aday hafızlığa başlayabilir. Tecrübeli bir hocanın denetiminde hızını ikmal eder. Kur'an-ı Kerim'i hızlı ve düzgün okumadan ezber başlatılması (talebe kabiliyetli olsa bile) sıkıntı olur, neticeye çoğu defa ulaşamaz. Bu şartlarda ezber başlanan talebe istekli ise mesele yok, hızını tamamlar.” (Kara, 2021).

“Hafızlık eğitimi için ilk aşama Kur'an-ı Kerim'i yüzünden belli bir seviyede okuyabilmektir. Bu aşamadan sonra ezber tedrici bir yaklaşımla azdan çoğa, kolaydan zora verilmeli, ezber öncesinde yüzüne okunmalı, varsa hatalar düzeltilmelidir. Ezberlenecek ayetlerde tecvîd kurallarına riayet edilmesi için gerekli izahlar yapılmalıdır. Ezberin sesli yapılması dilin alışması ve hataların görülmesi açısından önemli görülmektedir” (Algur, 2019).

Yüzünden düzgün ve akıcı okumanın gerekliliği hususunda Kar, Kur'an'ı yüzünden okumanın hafızlık ile beraber gelişeceği düşüncesiyle usulüne uygun okumanın ihmal edilmesinin her yeni sayfada zorlukları da beraberinde getireceğine dikkat çekmiştir. Bu durumun, ezber yaparken yüzüne okumaya daha fazla vakit ayırmaya sebep olup ezberdeki hata oranının artmasına neden olacağını savunmuştur. Ayrıca ona göre hafızlık eğitiminin rahat bir şekilde sürdürülebilmesi de yüzüne okumanın geliştirilmesine bağlıdır. (Kar, 2021). Elbette yüzünden okumanın akıcı olması ezberin kolay yapılabilmesi için bir gerekliliktir. Kişi ne kadar hevesli olursa olsun yüzünden okumada zorlanıyorsa ezberde de o oranda zorlanacak ve belki de bir müddet sonra hafızlık eğitimini sürdürmek sıkıntılı bir hal alabilecektir.

Eğın ve Öresin hafızlığın temelini ve en önemli aşamasını Kur'an metnini akıcı bir şekilde okuyabilmek olarak görmüş, Kur'an metnine aşına olmadan hafızlığa başlamayı henüz yürüme becerisine ve yol bilgisine sahip olmadan bir yola girmeye benzetmişlerdir. Neticede bu durumun hafız adayını, hocasını, ailesini, arkadaşları ve yakınlarını ümitsizlik ve yılgınlığa düşüreceğini buna eklemişlerdir (Eğın, Hüseyin Öresin, 2017).

Hafızlık sürecine geçmeden önce mahir ve femi muhsin bir hocadan tecvüd kaidelerinin iyice öğrenilmesi gerekir. Çünkü tecvüd özde harfleri doğru yerden çıkarmak olduğu için Kur'an tecvüdsiz okunamaz. Kur'an'ı yüzünden seri ve düzgün okuyamayan öğrencilerin hafızlığa başlatılması durumunda sayfaya hâkim olamayacakları ve zorlanacakları konusunda Ağırbaş "Bu durumda olan öğrencinin -ezberim iyi deyip- hafızlık yapmaya kalkışması, ileride birçok zorlukla karşılaşmasına sebep olacaktır. Örneğin öğrenci dersini çok kısa bir zamanda ezberleyecek fakat yüzünden okuması zayıf olduğu için o dersi veremeyecektir. Okurken ya tecvüd hatası, ya mahreç ya da kelime hatası yapacaktır." (Ağırbaş, 2012) şeklinde yorum getirmiştir. Buna göre hafızlığa çabuk başlaması için çocuk acele ettirilmemelidir. Çünkü onun hafızlığa daha geç başlaması yüzüne sağlam bir eğitimi almak için olacaktır. Bu da engelleyen bir süreç değil aksine bir avantaj olarak kabul edilmelidir. Çünkü bu sayede hafızlık sürecinde yüzüne eğitimin eksikliğinden kaynaklanabilecek sıkıntının, bıkmama ve başaramama hislerinin önü kapatılmış olacaktır. Hafızlığa başlamayı düşünen kişi bahsi geçen ifadeleri okuduğunda onda oluşacak algı hafızlığa başlamada acele etmemesi ve hazırlık aşamasında Kur'an'ın tecvüd ve telaffuzuna gereken özeni göstermesinin gerektiği şeklinde olacaktır.

Kur'an'dan bir sayfa ezberlenirken uygulanacak metoda da değinilen eserlerde bu yöntemlerden biri şöyle açıklanmıştır:

"Sayfayı ezberlemek için, sayfanın baştan sona yüz, yüz elli veya daha fazla okunması şeklindedir. Bu yolla ezber yapanın zekâsı normal veya normalin üstünde olması gerekir. Kimin hangi yolla ezber yapacağını tecrübeli ve mahir hoca talebelerine söyler, onları yönlendirir. Yöntem oturuncaya kadar işin üzerinde durur. Çünkü onlar kendileri için neyin daha iyi olacağını bilemezler." (Kara, 2021). Kara'nın ifade ettiği tekrar sayıları elbette herkes için geçerli değildir. Çünkü bu sayı kişiye göre artar veya eksilebilir. Bazıları 3-5 kerede ezberlerken bazısının aynı ezber için sayfayı 35 kere okuması gerekebilir. Hafızlık eğitimini tanıtırken ve ezber sürecini tasvir ederken tekrar için bu şekilde yüksek rakamların telaffuz edilmesinin yanlış algı oluşturacağını düşünmekteyiz. Çünkü belirtilen rakamlar hafızlık yapmayı düşünen kişiler için yüksek geldiğinde caydırıcı olabilecektir.

Bazı eserlerde hafızlıkta Allah'ın yardımından bahsedilmiş ve bunun beynin şartlanması ile gerçekleştiği ifade edilmiştir. Salihoğlu “Şayet siz hafız olmayı gerçekten yürekten isterseniz ilahi güç, Allah'ın da yardımı devreye girer. Beyniniz hafız olmak üzere şartlanır ve sizin hafız olmanızı kolaylaştırır. Oysa kendi isteğiyle değil anne baba veya hoca baskısı ile hafızlık yapanlar çok daha zor motive olurlar.” (Salihoğlu, 2019). Buradan anlaşıldığına göre komutları yerine getirmek üzere yaratılmış olan insan beyni, olumlu ya da olumsuz telkinlerden etkilenir. Kişi sürekli ‘Ben hafız olamam, hafızlık çok zor, hafızlık kim ben kim...’ gibi ifadeler kullanırsa veya böyle düşünürse, mesele beyin tarafından bu şekilde algılanıp kendini gerçekleştiren kehanete dönüşecektir. Bu cümleler kişinin hafızlık konusunda yüreklenmesini, hafızlığı başarabileceğini düşünmesini ve en önemlisi bunu ailesinden çok kendisinin istemesinin daha önemli olduğunun önemine dikkat çekmektedir.

Hafızlık yapan kişinin Kur'an'ı anlaması da gerektiği kitaplarda ele alınan bir konudur. Demirkol hafız olmanın *her şey* değil her şeyden bir şey olduğu, çünkü Kur'an'ın amacının anlaşılması ve üzerinde düşünülmesi olduğu bilgisini verir. Ona göre sadece tekrar tekrar okunan ama bir türlü anlaşılmayan bir kitap olarak kalırsa eksik kalmış, amacına ulaşmamış olacaktır (Demirkol, 2021). Bunu destekler mahiyette Okuyan, “Hafız olmak ‘korumak’ anlamıyla Kur'an'ın muhafazası için çok önemli bir kurumdur. Hafız olmak için gösterilen büyük çaba elbette ibadettir ve takdire şayan bir meşguliyettir. Ancak hafızlığı metni sadece hafızaya almaktan, onu ezberlemekten ibaret bırakmamak gerekmektedir. Çünkü eğer yapılan iş, sadece metnin ezberlenmesinden ibaret bırakılırsa bu durum asıl maksada ulaşmaya yetmeyecektir. Artık elektronik imkânlarla bunu çeşitli cihazlara yüklemek son derece kolaydır. Ancak bu tür işlemlerde mekanik olmanın ötesinde herhangi bir anlama ve irfanî tutumdan söz edilemez” (Okuyan, 2021) açıklamasını yapmıştır. Bu ifadelerin, hafızlık süreci için değilse de sonrası için olumlu bir algı barındırdığı söylenebilir.

Kur'an'ı yaşama konusunda Güneş, Hz. Peygamberin sahabeyi Kur'an'ı ezberlemeye yönlendirmesindeki amacının sadece Kur'an'ı korumak olmadığını, O'nun bu rehberliğinin, âyetlerin mana ve içeriğine vakıf olarak hükmünü yaşama geçirme gayesi de taşıdığını, (Güneş, 2020) bu nedenle sahabenin taşıyabildiği kadar değil yaşayabildiği kadar ezber yaparak hafızlığı anlamlandırdığını (Güneş, 2020) belirtmiştir.

Kara ise bu konuyu örneklendirerek “Sahabeler genellikle Kur'an'dan on âyetlik bölümleri ezberler, bunların manasını ve bu âyetlerdeki emir ve yasakları öğrenmeden diğerlerine geçmezlerdi.” (Kara, 2021) bilgisini vermiştir. Bu bilgiler hafızlıkta nicelik değil niteliğin daha önemli olduğu algısına yöneltebilecektir. Bu algı ise manasını idrak edip, Kur'an'ı hayatına

tatbik edemeyecek kimsenin hafızlığı illaki yapmak gerekmediği, yine birinin ezberi zayıfsa hafızlığı tamamen bırakmak yerine sahabenin uyguladığı metotla 10-20 yıl gibi sürelerde de hafız olunabileceği düşüncesine ulaştırabilir.

Eserlerde rastladığımız “Devletin resmi kurumlarından başka yerlerde denetimsiz bir şekilde yapılan hafızlıklar ileride tafafisi mümkün olmayan kalıcı yanlışlar doğurabilir.” (Demirkol, 2021) şeklindeki satırlar hafızlığı düşünme aşamasında olan birine ve ailesine rast gele bir kurs bünyesinde hafızlık yapmak yerine resmi olan kurumları tercih etmesi konusunda öncülük edebilir. Bu olumlu nitelenebilecek bir algıdır. Ancak Demirkol’un hafızlığın tekrarında hatim sayısının elli olması gerektiği ve bununla da henüz cüzlerle tanışmanın gerçekleştiği (Demirkol, 2022) şeklindeki ifadeleri hafızlık yapmayı düşünenler için olumsuz algı oluşturabilecek niteliktedir. Çünkü bu belirtilen sayılar oldukça yüksektir ve son derece izafidir. Çalışma yetenek ve zekâya göre değişebilir. Kimi için 50 tekrar gerekli iken bir başkası için 15 tekrar yeterli olabilecektir. Ayrıca bu kadar yüksek sayıda tekrar yapıp hala cüzleri tanıma değil tanışma aşamasında olmak fikri hafız adayında olumsuz algı oluşturup hayalini ertelemesine yol açabilir.

İncelediğimiz eserlerde hafızlık bir alet ilmi olarak nitelendirilmiştir. “İslâmi ilimler için önemli bir alet olan hafızlık süreci kişinin en verimli yıllarını işgal etmektedir. Bu da pratikte İslâmi ilimler tahsilinin gecikmesi veya ihmal edilmesi tehlikesine zemin hazırlamaktadır. Yıllarını kurslarda geçiren bir öğrencinin ilmi kaygılar ile yeni kapıları zorlayacak motivasyonu kendinde bulamayacağı aşikârdır” (Çetin, 2021). Çetin’in ‘en verimli yılları işgal etmesi’, ‘tahsilinin gecikmesi veya ihmal edilmesi’, yıllarını kurslarda geçiren’ şeklindeki bu ifadeleri hafızlık yapmayı düşünen adaylar için olumsuz bir algıya sebep olabilecek niteliktedir.

Çetin’in “Fakat üzerinde durmamız gereken çok önemli bir husus daha vardır ki o da hafızlığın, manevi pozisyonunun muhafazası ve mesleki kaygılarla akademik bir yarışın parçası haline getirilmemesidir. Hafızlık sadece akademik özgeçmişleri (CV) kabartmak veya daha kolay meslek sahibi olmak için amaçlanan bir unsura dönüştürülmemelidir.” (Çetin, 2021) şeklindeki ifadeleri ise hafızlık yapmayı düşünenlerde olumlu bir algı oluşturacak niteliktedir. Çünkü bu satırlar kişinin yaptığı işi tekrar gözden geçirip hafızlık yapmakta asıl amacının ne olması gerektiğinin idrakine varmasına vesile olabilecektir.

Salihoğlu hafızlıkta fizyolojik sağlığın önemine dikkat çekerek hafızlık yapmak isteyen kişilerin hafızlığa başlamadan -eğer varsa- önce fizyolojik problemlerine çözüm bulmasını, tedavi olmasını ve daha sonra hafızlığa başlamasını tavsiye etmiştir. Yine hafız adayının fizyolojik bir rahatsızlığı varsa

bunu hocasına bildirmesi gerektiğinden bahsetmiştir (Salihoğlu, 2013). Burada Salihoğlu insan fizyolojisindeki herhangi bir bozulmanın onun günlük hayatını dolayısıyla hafızlık eğitimini de olumsuz yönde etkileyeceğine dikkat çekmiştir. Buna göre kendisinde herhangi bir rahatsızlık bulunan kişi öncelikle tedavi olmalı sonra hafızlığa başlamalıdır.

Eserlerde yer alan kesin yargı içeren ifadelerin olumsuz algılara sebep olma ihtimalinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Örneğin, “Hafızlık yapmayı düşünen öğrencinin kafasında kesinlikle maddi ve manevi sorun olmamalı veya sorunları kafasına takmamalıdır. Mümkün olduğu kadar zihin sorunlardan uzak, beyin duru olmalıdır. Çünkü bir yandan hafızlıkla mücadele diğer taraftan da hafızlık yapmaya çalışma kolay bir iş değildir.” (Salihoğlu, 2013) ifadeleri kesin yargılar içermektedir ve bunların oluşturduğu algı olumsuz niteliktedir. Çünkü her işin doğasında o işe bağlı sıkıntılar olacaktır. Hafızlık eğitimi süreci de yapısı itibarıyla yukarıda zikredilen türden sıkıntılardan hali değildir. Bazı eserlerde bu sıkıntıların olumlu izlenim ile pozitif yönlendirme sebebi olacağına değinilmiştir. Buna göre, karşılaşılan sıkıntıların bir bölümü engel değil, insanı kendisine getiren ve erdemlerin onda ortaya çıkmasına katkı sağlayan bir güç olarak nitelenmiş ve bu güçle içte oluşan umutsuzluğun tekrar şevkleneceği ve duygulara rağmen zihin tekrar can bulacağı savunulmuştur (Demirkol, 2022/2).

Hafızlığın sağladığı iş imkânları incelenen kaynaklarda yer alan bir diğer konudur. Buna yer verilen bir paragrafa göre, “Hafızlık yeterliliğine sahip olan bir bireyin, bu yeterliliğinin kendisine sağladığı avantajla doğrudan veya dolaylı olarak meslek edinebilmesi -özellikle Diyanet İşleri Başkanlığı bünyesinde-mümkündür. DİB’de, diğer memuriyet şartları ile beraber hafızlık koşulunu da sağlayan kişiler görev alabilirler. Hafızlık yeterliliğine sahip bir memur adayı, bu yeterliliğinin doğrudan veya dolaylı olarak sağladı avantaj ile başkanlıkta, Mushafı İnceleme ve Kıraat Kurulu başkan ve üyesi; taşrada ise Kur’an kursu öğreticiliği, imam-hatiplik, müezzin-kayyım, vaizlik, müftülük vb. görevleri ifa edebilir.” (Çetin, 2021). Çetin’in kaydettiği bu bilgiler hem hafız olanlar hem de hafızlığını bitirmek isteyenler için çekici birer fırsat olarak algılanacaktır.

Salihoğlu gibi hafızlık eğitimini bambu ağacı metaforuyla açıklayanlara da rastlanmıştır. Buna göre bambu ağacının yetiştirilmesi 6 yıl gibi bir zaman dilimine yayılır. Bambunun 5 yıl boyunca düzenli sulanması gerekir. Fakat 5 yıl boyunca sulanmasına rağmen henüz filiz bile vermez. Sulamaya devam edildiği takdirde 5. yılın sonunda bambu ağacı filiz vermeye başlayacaktır (Salihoğlu, 2019). Burada Salihoğlu hafızlık sürecini, bambu metaforunda geçen ağacın düzenli ve devamlı olarak sulanmasına benzetmiştir. Hafızlık eğitimi ortalama 2 yıl civarında sürmektedir. Hafız adayı bu süre boyunca devamlı Kur’an-ı

Kerimle meşgul olacak, her gün çalışacak hafıza, kalp ve dimağını her gün Kur'an ile sulayacak ancak son ayeti de ezberlemeden henüz hafız olamayacaktır. Ayrıca bir gün ezber yapıp ertesi gün yapmamak hafızlığı geciktireceğinden ezberlemeye sabır ve istikrarla devam edildiği takdirde aylarca ulaşılmaya çalışılan gayeye nihayet erişilecektir. Bu metafor hafızlığın doğası hakkında bilgi vererek hafızlıkta sabrın, bekleyişin, çalışmanın ve istikrarın çok değerli olduğu ve uzun uğraşlara rağmen tamamlanamayacak sanılan işlerin en sonunda gerçekleşeceğinin sinyalini vermektedir.

Salihoğlu hafızlığı maraton koşusuna da benzetmiştir. O, bahsettiği yarışı çeşitli kilometrelerle kategorize etmiş, kiminin hevesini aldıktan sonra kiminse yeterince sabrı elvermeyince hafızlık yarışından ayrıldığını kaydetmiştir. Ona göre bazılarının yarıştan kopma sebebi yeterli sabrı olmasına rağmen yeteneği olmaması; yeteneği olanlardan bir kısmınsa yeterli azim ve sebat gösterememesidir (bk. Salihoğlu, 2019). Bu satırlar okunduğunda oluşan algı, hafızlık sürecinde heves, azim ve sabrın ancak bir arada olduğu sürece bir anlam ifade edip kişinin amacına ulaşmasına yardımcı olabileceğidir.

Araştırmamızda rastladığımız olumlu algı oluşturacak konulardan biri de tam hafız olamayanlar için Kur'an'ın yarım, çeyrek ve dörtte üçlük kısmının hafızı gibi kategoriler önerilmesidir. Bunlardan ilki; “Hafızlık yapmak isteyip de çeşitli sebeplerle Kur'an'ın tamamını ezberlemeye güç yetiremeyenler sure ve cüz hafızlığına özendirilmelidir birçok İslâm ülkesinde bu mantıkla hareket edilirken biz de ya hep ya hiç mantığıyla hareket edilmesi insanların Kur'an'a ve hıfza olan ilgisini azaltmaktadır. (Şakar, 2021) şeklindedir. Bir diğeri ise “Bizde hafızlık dendiğinde Kur'an'ın tümünü ezberleme anlaşıldığından dolayı, genelde insanımız ya hafız oluyor ya da Kur'an'dan çok az ezberi olan biri olarak kalıyor. Hafız olanların sayısı, bütüne göre çok az olduğuna göre, Müslümanların kahir ekseriyeti, ikinci şıkta yer almaktadır. Cüz hafızı, hizip hafızı, sure hafızı... gibi yeni hafızlık türleri de ihdas edilerek, bu durum düzeltilebilir.” (Aydın, 2019) önerilerini içermektedir. Bu bilgiler kişiyi Kur'an'dan tamamen uzaklaşmamasını sağlayan ve Kur'an'ın bir kısmını ezberlemesine yönelten olumlu bir algı oluşturabilir.

Hafızlık yapmayı düşünenler ve onların ailelerine yönelik potansiyel algı eserlerdeki ifadelerden burada seçilenlerden ibaret değildir. Elbette olumlu ve olumsuz nitelik arz eden bu algının sınırları daha da genişletilebilir. Ancak çalışmanın hacmini şişirmemek adına bu kadarı ile yetinilmiştir.

## **Hafızlık Yapmakta Olanlara Yönelik Algı**

Cumhuriyet Türkiye’inde hafızlıkla ilgili eserlerde yapılan araştırmada incelenen kitaplardaki ifadelerin oluşturması muhtemel algının bir kısmının da hafızlık yapma sürecinde olanlara yönelik olduğu tespit edilmiştir.

Bu ifadelerden biri, hafız adaylarının hafızlık yapma amacına ilişkin bilgisizliklerini konu edinmiştir. Bu söylemlerin sahibi olan Baş, “hafızlık yapanların neden hafızlık yaptığını bilmediklerinden (Baş, 2022) söz etmiş ve bu durumu hafızlığa gereken değeri vermeme nedenlerinden biri olarak değerlendirmiştir. Elbette hafızlık yapıyorsanız ve bu ifadeleri okursanız bu satırlar size hafızlık yapma amacınızı sorgulatacaktır. Eğer size öncesinde hafızlığın önemi anlatılmamışsa hafızlık sürecinde kendinizin de bir amacınızın olmadığı düşüncesine yönelirsiniz. Bu algı ise sizi olumsuz etkileyecektir. Kişi hafızlık yaparken neden hafızlık yaptığını bilmediğini fark ederse kanaatimizce bu, onun hafızlığa hak ettiği değeri vermediğinin kısmi bir göstergesi olabilir. Bu durumda iki sonuç ortaya çıkar. Bunlardan ilki hafızlığın onun gözünde daha da değersizleşme ihtimalidir. İkincisi ise kişinin hafızlık amacını netleştirip ona gereken değeri verecek bilgilenme yoluna gitmesidir. Birinci sonuç kişiyi -hele de zaten ezberlemede belli bir oranda zorlanırken- hafızlığı niçin yaptığını bilmediğine dair oluşan eleştirilme algısı sebebiyle boş bir iş yaptığı düşüncesine sürükleyebilecektir. Bu durum onu hafızlığı bırakmaya kadar götürebilir. Bu, hafızlık sürecini olumsuz etkileyebilecek bir sonuçtur. Diğerinde ise kişi hafızlık amacını yeniden sorgulayacak ve hafızlık eğitimine dört elle sarılmasını sağlayacak bir amaç edinmek suretiyle yaptığı işe daha da değer verecektir. Bu sonuç ise olumlu olarak değerlendirilmektedir.

Önceden olduğu gibi günümüzde de hafızlık yapanlardan bir kısmının Kur’an’daki bazı cüzleri zor addettikleri bilinmektedir. Bu konuda Demirkol Kur’an-ı Kerim’e zor demenin vahye aykırı olduğunu, Kur’an-ı Kerim’de zor cüz bulunmadığını, ancak hafızın zorlandığı cüzlerin var olduğunu ve zorluğun izafi bir kavram olduğunu dile getirmiştir (Demirkol, 2021). Hafızlar arasında bazı cüzlerin kolay bazılarının ise zor olduğu yönünde hâkim olan bu türden bir ön yargı nedeniyle bu yerler daha ezberlenmeden zor ya da kolay algılandığı çok rastlanan bir olgudur. Bu ön yargıya sahip olanlar özellikle zor olduğunu düşündükleri cüz veya sayfaların bir günde ezberlenemeyeceğini düşünürler. Bu düşünceleri de onları ikinci gün sonunda bu zor addettikleri ezberi iyice sağlamlaştırmak niyetiyle bir gün sonra ders vermemeye kadar götürür. Demirkol’un zorluk algısının izafi olduğunu ifade ettiği yukarıdaki görüşleri hafızlık sürecindeki kimselerin bakışlarını değiştirerek onların kendi tecrübelerini edinmelerine katkı sağlayabilir. Çünkü arkadaşlarının cüz, sayfa ve ayetlerle ilgili olan zorluk tecrübelerinin ve bunun akabindeki olumsuz

söylemlerinin kendisi için geçerli olmayacağını bu sayede kavrayan kişi, ezberlemeye ön yargısız bir şekilde yönelebilecektir.

İncelediğimiz bazı eserlerde hafızlık sürecindeki adayın sonuca değil ezber yaptığı ana odaklanması önerilmiştir. Bu konuyu ele alan Salihoğlu, ezber safhasındayken hafızlık talebesinin bir dönüştteki sayfaları ezberlemesi gereken zamana değil de hafızlığı bitirme zamanına odaklanmasının bir türlü hafızlığı bitirememesinden dolayı yakınmasına sebep olabileceğini (Salihoğlu, 2019) belirtmiştir. Bu durumu doğrulayan süreçte bazı hafızlar ‘şu kadar ezber yaparsam şu kadar zamanda hafız olurum’ şeklinde hesaplamalar yapmaya dalarak hafızlığı bitirdiği zamanın hayalini kurmaktadır. Bazen bu hayaller hafızın ders yapacağı süreyi de işgal edince o sırada yapacağı ezberi engeller. Bir diğer ifadeyle, kişi ‘an’da kalamaz ve geleceği uzun uzun düşünmeye başlarsa o düşünme süreci geleceği yakalamasını geciktirebilir. Salihoğlu’nun, hafızın hevesini kırabilecek bu yakınmalara dair uyarısı hafızlık sürecindeki talebeleri geleceğe değil sürece odaklayıp anda kalmalarını sağlayarak bu yakınmalardan kurtarabilir.

Salihoğlu ayrıca, aralıksız bir şekilde ezber yapmanın zihni dinamik tuttuğunu; bu nedenle öğrencinin uzun süreli izinler kullanmaması gerektiğini (Salihoğlu, 2013) belirtmiştir. İzin kullanma kesin gerekli ise ona göre bu, ileri vadede problem oluşturabileceği için kullanılan tatilin bir bölümünün ezber ile değerlendirilmesi gerekmektedir. Ne var ki, ifade edilenin aksine hafızlık sadece aralıksız yapılan bir ezber süreci değildir. Çünkü gerektiği yerde ve doğru zamanda verilen aralar hafızın veriminin ve ezber kalitesinin artmasına yardımcı da olabilecektir. Bu sebeple denilebilir ki, alışkanlık haline getirilip suiistimal edilmediği takdirde hafızın izin kullanması yukarıda iddia edilenin aksine faydalıdır. Ayrıca hafızlık sürecindeki bir öğrenci için tatil günlerinde izin kullanmadan sürekli ezber yapmak itici bir faktör olarak algılanır. Bu nedenle yukarıdaki tavsiye her ne kadar tatillerde de ezber yapmak suretiyle hafızlığın kısa sürede bitirilmesi için verilmiş olsa da tatile ayrılmış süre içinde onu ezberle meşgul etmek hafızın süreçten kopmasına neden olabilir.

Demirkol bu konuya ilave olabilecek hususu ele almış ve hafızlığı erken bitiren birisinin ortalama bir vakitte bitirene göre tekrar yapma isteğinin daha azalabileceğini ileri sürmüştür. Bunun nedenini ise erken zamanda yapılan sayfaların, yeterince ve verimli tekrar edilememesinden dolayı bir sonraki hatimde normal bir ezber değil, zor hatırlanan bir ezber kategorisinde yer alması (Demirkol, 2022/2) olarak belirtmiştir. Bunu başarmak için Salihoğlu’nun dediği gibi; “Başarılı bir hafız olmak için yapılması gerekenlerden birisi de ezberin nasıl yapıldığını öğrenmektir. Bunun için de öğrenci kesinlikle Kur’an’ı yatarak, uzanarak, müzik dinleyerek ve hayal kurarak ezberlememelidir. Ezber



yaparken bütün dikkati bir noktaya toplama becerisine sahip olmak gerekir. Ezber yapmaya yoğunlaşmak ezberi kolaylaştırır. Ezbere başlanıldığı andan itibaren sadece ezber düşünülmemelidir. Sürekli bir noktaya yani hafızlığa hedefini kilitlemelidir.” (Salihoğlu, 2013). Bu satırların oluşturması muhtemel olan algı; zihni meşgul edecek boş işlere fırsat verilmemesi gerektiği, zamanın hafızlık öğrencisi için en büyük sermaye olduğu, hafızlığın gayet ciddi bir iş olduğu, planlı programlı bir şekilde yapılması ve gevşeklik gösterilmemesi gerektiği şeklinde ifade edilebilir. Bu nedenle olumlu türden kabul edilmektedir.

Kimi yazarlara göre “Kur'an-ı Kerim'i baştan sona ezberleme işi bir yıldan az üç yıldan fazla sürmemelidir. Bu zamandan az olursa onun hakkı verilmemiş dolayısıyla zafiyet ve yanlış dolu bir hafızlık yapılmış olur. Bu vaktin aşılması durumunda ise, hafızlığı bitirmeden bırakma olayının yaşanması kuvvetle muhtemeldir. Hıfz tamamlansa bile -çekilen sıkıntıların biyolojik etkisiyle- Kur'an'a bir daha bakılmayacağı, iyimser bir yaklaşımla onu tashih etmeye ve sağlamlaştırmaya çalışılmayacağı güçlü bir olasılıktır. O bakımdan 1-3 sene arası bir zaman dilimi, hafızlık için makul süre olarak kabul edilmelidir (Şakar, 2021). Bu süreler hafızlık yapmayı düşünenler için olumsuz; hafızlık yapanlar içinse olumlu nitelenebilecek bir algı oluşturabilir. Hafızlık yapmayı düşünenler için ‘çekilen sıkıntıların biyolojik etkisiyle’ ifadeleri olumsuz çağrışım yapacak ve ne türden sıkıntılar çekileceği, çekilecek sıkıntıların biyolojik etkilerinin ve diğer yansımalarının neler olabileceği ve bu süreleri aştığı takdirde Kur'an'ı ezberlemeyi bırakabilme ihtimalinin de bulunması gibi düşüncelere sebep olabilecektir. Bu düşünceler sebebiyle belki de hafızlık fikrini yeniden gözden geçirebilecektir. Hafızlık yapmakta olan kişiler içinse ‘Bu sürede hafızlığı bitirebilirim. Böylece kuvvetlendirme için de zamanın olacaktır’ düşüncesi hâkim olabileceğinden bu ifadeler planlı programlı çalışarak hafızlığını erken zamanda bitirmesini saylayacak bir motivasyon oluşturabilir.

Hafızlık yapan kişi nazarında hafızlığı erken bitirmek olumlu bir durum teşkil ediyorsa bahsi geçen cümle bu yöndeki algısının değişmesine neden olabilir. Hafızlığı erken bitirmek her ne kadar avantaj gibi gözükse de kısa zamanda tamamlamanın dezavantajları da vardır. Kişi hafız olabilme hayalinin heyecan ve motivasyonu ezberlerine sarılarak süreci hızlı bitirmekte fakat kuvvetlendirme sürecinde hafızlıkta gösterdiği performansı, gayret ve isteği gösterememektedir. Kişi hafızlığı erken bitirmenin verdiği cesaretle birlikte ‘Nasıl olsa hafız oldum hepsini ezberledim şimdi işim daha kolay, yoğun bir süreçten çıktım biraz dinleneyim’...vb. gibi bir algıya da kapılarak süreci hafife alabilir ve bu nedenle kuvvetlendirme sürecinde zorlanabilir.

Normal tamamlanan hafızlıkta da zorlukların bulunduğuna değinilen eserlerdeki ifadelerin birinde “Bir de hafızların ham/çiğ yapma probleminden

daha çok has/pişmiş olan yani en az bir ay evvel yapmış olduğu dersi hazırlayıp hocaya verme problemi vardır. Bu sıkıntı küçük gibi görünse de hafızlığın kuvvetliliğini ileride sağlayacak sayfalar aslında bu sayfalardır. Hafızlara ‘Ham yapmak mı yoksa eski hasları tekrar etmek mi daha zor geliyor?’ diye sordüğümüzde yarısından fazlası hatta ekserisi ‘Has’ yapmanın daha zor geldiğini söyleyecektir.” (Demirkol, 2021) ifadeleri kaydedilmiştir. Burada söylenenler hafızlıkta has sayfaların tekrarını düzenli bir şekilde vermenin ham sayfaları ezberlemek kadar kıymetli olduğunun ve hafızlık yapılırken verilen dersleri sık sık tekrar etmenin hafızlığın sağlam olmasına ciddi katkı sağladığının kavranmasına yardımcı olabilecektir. Bunun oluşturacağı algı, ‘Ne yani ezberlediğim sayfaların sürekli tekrarını mı vermeliyim iyide bu zaman kaybı; bunu yapana kadar yeni bir sayfa ezberleyebilirim’ türünden bir düşünceyi izale edebilir.

Eserlerde hafızlık sürecinde kişinin ezber alışkanlığı kazanmasının zaman alacağına da değinilmiştir. Bu cümleden olarak kaydedilen; “Kapasitesi az olanların duruma göre esnek davranılması gerekir. Her insan yaptığı ezberi hemen okuyamayabilir. Buradaki ölçü, ezberin üzerinden bir gece yani bir uyku geçmesi gerekir. Hatta ikinci gün bile istenilen şekilde olmayabilir. Bunun için tecrübeli eğitmenlere el koyarak onun derslerini o şekilde idare eder ve onun açılmasını bekler. Kimisi hemen, kimisi iki sayfada, kimisi beş sayfadan sonra açılır. Hatta bu açılma işi on sayfaya kadar devam edebilir, gecikebilir de...”(Kara, 2021) şeklindeki satırlar, henüz ezbere alışmamış bireyler için umut kaynağı olabilecek nitelik arz etmektedir.

Ezberlemeye yardımcı bir yöntem olan kayıttan dinleme de eserlerde ele alınan meseleler arasındadır. Bu cümleden olarak bazı hafızların hafız olmayı önemseyip kaset ya da CD dinlemeyi ikinci plana bıraktığı ve düzgün bir okuyuş tarzı edinemedikleri dile getirilmiştir. Buna ilaveten böyle düşünmenin çok yanlış olduğu hafızlık yapan bu öğrencinin, hafızlığı bitirdikten sonra büyük bir hayal kırıklığıyla karşılaşmasına yol açacağı ve belirli bir tempoyla (şiveyle) çalışan öğrencinin, o tempo dışına çıkması durumunda şaşıracağı ve çok güzel hazırlamış olsa da dersini veremeyeceği kaydedilmiştir (Ağırbaş, 2012). Bu ifadeler hafızlık yapmakta olan talebelerde ezberleyeceği yerlere ilişkin kayıtları dinleme arzusu uyandırabilir. Böyle olduğu takdirde bahsi geçen arzu dinleyip beğendiği bir tavırla güzelce Kur'an okumasını saylayacak bir yönelim oluşturabilecektir.

Kur'an ezberinde müşabih (birbirine benzeyen) ayet ve kelimeler hususu da önemlidir. Bu benzerliklerin hem karıştırmaya sebep olabileceği için zorluk; hem de bir yerde ezberlenenin diğer yerde de aynıyla ya da benzer şekliyle ezberlenmiş olması bakımından kolaylık sağladığı söylenebilir. Bu konuda

eserlerde yer alan kayıtlardan birinde Kar, hafızlıkta ezber ilerledikçe ilk başlarda ezberlenen kelime ve ayetlerin ilerleyen süreçte ezber yaparken kişinin karşısına tekrar çıkacağı ve dolayısıyla sayfaları daha rahat ezberleyeceğini (Kar, 2021) savunmuştur. Burada kolaylık sağlayan kısım aynı kelimenin yeniden hafızaya alınma zarureti olmamasıdır. Bu ifadelerin olumlu bir algı oluşturacağı söylenebilir. Kur'an-ı Kerim'de birbirinin aynısı olan ayetler ve kelimeler sıkça yer almaktadır. Bu ayetlere ilişkin özel çalışmalar da yapılmıştır (bk. Tüfekçioğlu, 2017). Bu çalışmalar hafızlık yaparken olumlu sonuçlara götürecek kısım içinde değerlendirilebilir. Hafızlık yapmakta olan kişi telaffuzu kendisine zor gelen bir kelime veya ayeti ilk defa ezberlerken elbette bir miktar çaba ve zaman harcayacaktır. Ancak diğer sayfalar içinde tekrar o kelime ve ayet ile karşılaştığında ilkinde harcadığı çabayı tekrar göstermeyecek ve zamandan da tasarruf edebilecektir. Bu sebeple ezberlediği yerlerin benzerleri ile karşılaştığında kişi daha motive ve kendinden emin olabilecektir. Bu durum onun hafızlık yaparken bıkkınlık yaşamasını engelleyebilir. Bu yüzden telaffuz açısından bakıldığında Kur'an'da müteşabihatın bulunmasının hafızlık yapan kişinin lehine olabileceği söylenebilir. Sonuç olarak hafızlık yapmakta ve hatta hafızlığa başlayacak olan bir öğrenci için de ezber süreci hakkında bu görüşler olumlu bir algı oluşturabilir.

İncelediğimiz kitapların bazılarında yazarlar müteşabihat konusunda olumsuz algıya neden olabileceğini düşündükleri görüşler de bildirmişlerdir. Yukarıda ikinci kısım olarak ifade ettiğimiz bu olumsuz duruma örnek olarak Sercani'nin kaydettiği; Kur'an'da birbirine benzeyen birçok ayet olduğu, bunun ilk başta kolay bir durummuş gibi gözükebileceği, fakat hafızlık yapanların ezberlerinin birikip çoğalması ile yapılan ezberlerin zihne yeterince yerleşmemesi sonucunda hafızın işinin daha da zorlaşabileceği (Sercani, 2019) satırları getirilebilir. Anlaşıldığı kadarıyla Sercani burada çoğalan ezberlerde yer alan benzer ifadelerin karıştırmaya sebep olabileceğini kastetmektedir. Akaslan ise bu konuda“ ‘Bir parça birbirinden ne kadar uzak olursa olsun başka bir parçaya benziyorsa kolay ezberlenir.’ kaidesi, ezber faaliyetinin avantajına olsa da hafızlık bütün olarak değerlendirildiğinde bir güçlüğü barındırdığını söylemek mümkündür. Zira daha önce ezberlenen yerler, bellekteki diğer benzer bilgilerle zamanla zihinde doğal olarak karışmaktadır (blokaj/engelleme). Böylesi bir durum, hafızlık yapan öğrencinin ezberini olumsuz etkileyen ve motivasyon kaybına yol açan nedenler arasındadır.” (Akaslan, 2021) diyerek mevzubahis konudaki olumsuz duruma vurgu yapmıştır.

Son dönem hafızlık eserlerinde Zernuci gibi ezberi, anlamı ile birlikte yapmanın daha faydalı olduğunu savunanlar da olmuştur. O, iki kelime ezberlemenin iki kitap bilgi dinlemekten daha iyi olduğunu, iki kelimeyi

anlamanın da iki deve yükü kitabı ezberlemekten daha hayırlı olduğunu ifade ederek –her ne kadar o dönemde ezberin eğitimde ayrı bir yeri olsa da– anlamanın çok daha değerli olduğunu (Algur, 2019) ortaya koymuştur. Buna benzer şekilde Sercani de ezberlediği ayetlerin anlamlarını bilen kimseye hafızlığın daha kolay geleceğine değinmiş ve Kur'an'ın tamamını ezberleme niyetinde olanların bir tefsirden yararlanmasını tavsiye edip, tefsirini bilerek bir ayeti ezberlemenin, manasını anlamadan on ayet ezberlemekten evla olduğunu (Sercani 2019) söylemiştir. Bu durum tartışma götürse de Kur'an'ı anlamanın, onu sadece ezberlemekten daha hayırlı olduğu algısı bu ifadeleri olumlu olarak değerlendirmemizi gerektirir. Ezber sürecine mani olmamak şartıyla günümüzde bazı Kur'an kurslarında yapıldığı gibi boş zamanlarda temel Arapça öğretilmesi de faydalı bir uygulama olarak değerlendirilebilir. Buraya kadar ele aldığımız satırlar hafızlık talebesini meallere ve tefsirlere yönlendirebilecek potansiyeli de içinde barındırmaktadır.

Eserlerde ele alınan bir diğer konunun hafızlığa başladıktan sonra tamamlayamayanlarla ilgili olduğu görülmüştür. Bu konuda hafızlıkta başarılı olunamazsa başarılı olunabilecek başka bir alana yönelmesi (Salihoğlu, 2019) gerektiği dile getirilmiştir. Aynur'da Salihoğlu ile benzer görüşte olup kişinin ezber yeteneği zayıf olsa bile başka konulara da oldukça yetenekli olabileceğini, yeteneği ölçüsünde bir başka alana yönelmesinin kendisi için daha doğru olabileceğini (Aynur, 2021) belirtmiştir. Bu ifadeler herkesin muhakkak hafız olması gerektiği, hafızlığı deneyip yapamadığı takdirde bunun gayet doğal bir durum olduğunun düşünülmesi gerektiği ve nerede yetenek ve isteği varsa o alana yönelmesinin kişi için daha hayırlı olabileceği algısı oluşturacaktır. Bu algı hem yaşanması muhtemel bir hayal kırıklığını engellemesi ve hem de diğer alanda başarılı olunca mutlu olunması bakımından olumlu olarak nitelenebilir.

Eserlerde ezber sürecine yönelik olarak ele alınan bir diğer konu ise yenilen yiyeceklere dairdir. Bu konuda Salihoğlu, hafızlık yaparken beden sağlığının çok iyi olabilmesi için yenilen yemeklere ve içilen içeceklerle çok dikkat edilmesi gerektiğini söylemiştir. Bunun yanında tembelliğe sebep olabilen yağlı yiyeceklerden uzak durulması gerektiği ve balık, fındık, ceviz, bal, süt, kırmızı et gibi besin gücü yüksek gıdaların tüketilmesinin zekâyı kuvvetlendireceği (Salihoğlu, 2013) şeklinde tavsiyelerde bulunmuştur. Yılmaz da fizyolojinin yerinde olmasında beslemenin büyük önemi olduğunu; sağlıklı beslenmenin her alanda olduğu gibi hafızlık konusunda da kişiye olumlu katkılar sağlayacağını (Yılmaz, 2021) belirtmiştir. Bahsi geçen ifadeler kişide her alanda olduğu gibi hafızlıkta da sadece beyin değil mide, göz, işitme vs. tüm fizik bedeninin işe koşulduğunu fark etmesini sağlayacaktır. Bu suretle hafızlığın alınan faydalı gıda takviyeleriyle desteklemesi gerektiği algısının oluşacağı söylenebilir.

## **Hafızlık Sonrası Döneme İlişkin Algı**

Araştırmamızda kullandığımız kitapların içerisinde aradığımız algı oluşturabilecek ifadelerden kendisine son olarak yer vereceğimiz kısım hafızlık sonrası döneme ilişkin olanlardır. Bu cümleden olarak çalışmanın bu bölümünde hafızlık eğitimi tamamlandıktan sonra ezber kuvvetliliği için neler yapılmalı, nasıl bir ezber kuvvetlendirme süreci olmalı, tamamlayan kimselerin hafızlık yaptıkları için memnun olup olmadıkları şeklindeki tavsiyelerden, araştırmanın sonucuna algı olarak yansıtılabileceği düşünülenler tercih edilip değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu kısım için dikkat çeken husus kitaplarda hafızlık sonrası dönem ve muhafaza konusunun sınırlı tutulmuş olmasıdır.

Eserlerde hafızlık muhafazası ifadesi birçok kez kullanılmıştır. Bunlardan birinde hafızlık eğitimi çok sağlam tamamlamak ve hafızlığın bitmesinden hemen sonra ara vermeden çok fazla haslama yapmak; ezbere ve yüzüne mukabeleler okumak sayesinde hafızlığın muhafaza edilmesinin daha kolay olacağı (Algur, 2018) ifade edilmiştir. Bu ifadelerin hafızlığını bitirmiş olan kimselerde oluşturacağı algı elbette ki olumlu olacak ve bunlar birer tavsiye olarak algılanmakla faydalanılacak birer bilgi olarak muhafaza edilecektir. Devamında “ardı ardına hatimle teravih namazı kıldırmak, sistemli ve düzenli takip edeceği bir plan dâhilinde ömür boyu her gün düzenli olarak en az bir cüz tekrarı yapmak, hafızlığını aktif bir şekilde kullanabileceği bir meslek seçmek ve ezberleri namazda okumak” (Algur, 2018) şeklinde sayılan şartların yerine getirilmesi ile de hafızlığın muhafaza edilebileceği kaydedilmiştir. Bu konuda benzer ifadelerin sahipleri olan Eğin ve Öresin de “hafızlık muhafazasının meal ve tefsir okuyarak mana ile beraber hafızlığın ruhunu hayatına yansıtmak, ezberleme aşamasını huzurlu ve Kur’an’la barışık geçirmek (Eğin ve Öresin, 2017) ile sağlanabileceğini dile getirmiştir.

Arslan Hafızlık eğitimi tamamlayan kişiler için bilgilerin kaybolmaması adına 72 gün içerisinde ezberini tekrar etmesini önermektedir. Önerilen sürenin yapılacak tekrarın verimliliği açısından şu şekilde kullanılması gerekmektedir:

Günde bir cüzle başlanıp 30 gün sonra günde iki cüze çıkarılarak 15 günde tamamlanıp, sonrasında günde 3 cüz okuyarak 10 günde bitirme sağlanır. Ardından günde 5 cüz okunarak 6 günde; yine günde 6 cüze çıkarılıp 5 günde hatim tamamlanır. Daha sonra günde 10 cüz ile 3 günde; günde 15 cüz tamamlayıp 2 günde ezber tekrarı yapılmalıdır. Son olarak günde 30 cüz okuyarak 1 günde hatmi tamamlar. Bu şekilde hafızlık ezberi, 72 günde sağlamlaşmış olmaktadır (Arslan, 2021; Temel 2007). İfade edilen bu yöntemle hafızlığı kuvvetlendirmek hafızlık eğitiminde sayfalarını çok sağlam yapmış olan bir hafız için daha kolay olup, daha olumlu sonuçlar verebilecektir. Diğer taraftan hafızlık sürecini sağlam tamamlamamış bireyin ezber sürecini bitirir

bitirmez 72 gün boyunca bu şekilde tekrar yapması kişinin bıkmasına, yorulmasına ve devamında Kur'an'dan bir miktar uzaklaşmasına neden olabilir.

Hafızlığı korumanın önemli bir gereklilik olduğunu kaydeden Bilgin Kur'an'ın başka kitaplardan farkına uygun bir tavır takınarak hıfza tekrar dönülmesi, titizlikle onu korumaya özen gösterilmesi gerektiğini (Bilgin, 2021) vurgulamıştır. Ona göre her kitap bir yana Kur'an başka bir yanadır. Hafız bu farklılığa karşı gaflette olmamalıdır. Bu satırların oluşturacağı algı da bir sonraki örnekteki benzer şekilde motive edici bir altı oluşturacaktır. Nitekim bir diğer çalışmada psikolojik destek, hedef ve motivasyon takviyesi yapılmasının ve bunun da belirli zaman aralıklarında yenilenmesinin, hafızların pekiştirme süreçlerinin verimli ve sürdürülebilir bir nitelik kazanması açısından faydalı olacağı (Heyet, 2019) kaydedilmiştir. Bu eserde ele alınanlar dikkate alındığında muhafaza konusunda en fazla algıya yön verecek bilgileri içeren kısmı barındırdığı dikkat çekmektedir.

Eserlerde hafızlığın korunmasının önemine dair olmasına rağmen olumsuz algı olabilecek örneklere de rastlanmıştır. Bunlardan biri şöyledir:

“Hafız olan öğrencilerin hıfzını korumaları da önemlidir. Üzülerek ifade etmeliyiz ki kurslarımızda hafız olanların en az dörtte biri Diyanet teşkilatında çalıştığı halde hafızlıklarını unutmaktadır. Bunun için de ezberlenenler her namazda tekrar edilmeli ve anlamına yönelik sohbetler yapılmalıdır.” (Öztürk, 2021). Kanaatimizce bu ifadelerin çağrışımı son derece olumsuzdur. Çünkü işletebileceği en ideal kurumlardan biri olan DİB'de çalışmasına rağmen hafızlığın, kuvvetlendirmek şöyle dursun bir de unutulacağı düşüncesi kişiyi umutsuzluğa sürükleyecektir. Bu umutsuzluk kişiyi unutmaya ve unuttuğu takdirde de daha zor olduğu ifade edilen tekrar ezber yapmak gibi bir durumla karşıya bırakacaktır. Demirkol bu konuda “Bilinmelidir ki, hafızlık yapmak hafızlığı bitirdikten sonra tekrar yapmaya göre kesinlikle daha zordur. Fakat bitirildikten sonra –eğer hafızlık zayıf ve unutulmuş ise– bu sefer tekrar yapmak hafızlık yapmaktan daha zordur.” (Demirkol, 2022) ifadelerine yer vermiştir. Bu satırların oluşturduğu algı için kişinin ezber sürecinde sayfalarını kuvvetli yapması ve tamamladıktan sonra ise unutmamak için ciddi gayret sarf etmesi gerektiği şeklinde olumlu bir algı olduğu söylenebilir.

Hafızlığı unutma konusunu ele alan Ağırbaş, aile baskısıyla hafızlık yapan öğrencilerin zorlanınca veya bir müddet geçtikten sonra hafızlığı yarıda bıraktıklarını, hafızlığı tamamlasa bile ilerleyen süreçte tekrar etmeyip unuttuklarını belirtmiştir. Bu öğrencilerin ezberlerini tekrar edemediklerinden dolayı kendilerine zorla hafızlık yaptıran ailelerine lanet ettiklerine (Ağırbaş, 2012) de şahit olmuştur. Bu satırlar öğrencilerin aile zoruyla hafızlık yapanların bir kısmında çok zararlı sonuçların olabileceğini ifade ettiği için onları okuyan

velilerdeki algı çocuklarına baskıyla hafızlık yaptırmamaları gerektiğine dair olumlu bir algı olacaktır. Ne var ki, hafızlığını tamamlamış çocuk –hele de aile baskısıyla hafızlık yapmışsa– bu satırların oluşturduğu algıdan sonra ailesine tepki geliştirme yoluna da gidebilecektir. Kanaatimizce her ne kadar hayırlı bir işe zorluyor olsalar da aileler hafızlık konusunda ısrar etmeden önce çocuklarının hayal ve hedeflerini de dikkate alarak onları ikna yoluna gitmeli ve ona zarar verme ihtimali mevcutsa çocuğu hafızlığa zorlamamalıdır.

Yapılmış olan çalışmalarda hafızlığı koruma kaygısı konusu ile ilgili olarak hafızlık eğitimini tamamlamış kişilerin görüşlerine yer verilmiştir. Bu görüşler hafızlık sonrası dönem için olumlu ve olumsuz algılara neden olabilecek niteliktedir. Bilgin’in araştırmasından şu örnek ifadeler hafızlık kuvvetlendirme ile ilgili olduğu gibi, hafızlık öncesi ve hafızlık sürecindeki kişilerde de olumlu sonuçları olabilecek algı oluşturabilir niteliktedir.

“...Ben ne olduysam hafızlık sayesinde oldum. Profesör olduysam, akademisyen olduysam, ne olduysam. Hafızlık beni her zaman kendi arkadaşlarım arasında bir adım öne çıkardı. Yurt dışına gittiğimde orada hafız olduğumu bir yerde zikrettiğimde, ‘Yani sen Kur’an’ın bütünü ezbere mi biliyorsun,’ deyip beni farklı bir konuma koyuyorlardı.” (Bilgin, 2021).

“Hafız olduğum için hiç pişman olmadım. Bitinceye kadar binlerce kere pişmandım. Hafızlık bitmek üzere, 17’den 18’den gidiyorum, iki sayfam kalmış, ayrılıp farklı derseler ayrılacaktım o zaman. Ama hafızlık bittikten sonra çok nimetini gördüm, hiç de pişman değilim.” (Bilgin, 2021).

“Hafızlar imamlık yapacak diye bir şeyi asla kabul edemem. Hafızlık başka bir şey... Bunu söylerken herkes otursun hafız olsun demek istemiyorum. Bir insan Amme cüzünün hafızı olabilir, birkaç cüzün, birkaç surenin hafızı olabilir... Biz Müslümanız. Allah’ın kelamını ezberlemek artı bir değerdir, insanın hayatına anlam katar. Hafızlığın bu anlamda (imamlıkta kullanmak gibi) pragmatist bir yönü yok.” (Bilgin, 2021).

Bilginin yaptığı çalışmada olumsuz algı oluşturabilecek nitelikteki ifadeler için de şunlar örnek verilebilir:

“Hafızlık mutlaka kişi üzerinde bir baskı oluşturuyor. Çünkü hafızlığı kaybetmenin büyük bir ceza gerektirdiği kanaati taşıyorum ve unutmamak içinde her şeyi yapıyorum. Ama sosyal yaşamda, aile yaşantısında, artı, iş yoğunluğunda istediğim gibi olmayabiliyor. Ama aklıma geldikçe, Kur’an’ı elime aldıkça ya da tarihi bir camiye gittikçe, Cuma öncesinde sonrasında, vakit namazlarına gittikçe okumaya çalışıyorum. Ben hala o baskıyı taşıyorum. Muhtemelen ölünceye kadar da yaşayacağım.” (Bilgin, 2021).

“Kur’an’ı unuttuk. Tekrar yapmamak çok büyük bir yük oluşturuyor. Hiç aklımdan çıkmıyor ama yine de yapamıyorum.” (Bilgin, 2021). Her ne kadar

olumsuz algı oluşturacak potansiyel taşıya da burada bahsedilen “Kur’an’ı tekrar kuvvetlendirme ve sağlam tutma kaygısının oluşturduğu baskı” onu arkasına alıp hafızlığı kuvvetlendirmede kendisini motive eden bir güç olarak kullanacak kişi için olumlu bir eylemle de sonuçlanabilecektir.

Araştırmada ele alınan çalışmalarda hafızlığı muhafaza konusunda verilen bazı tavsiyelerin de hafızlık sonrasına ilişkin algının oluşmasında etkili olduğu düşünölmektedir. Bu konuda bir çalışmada, hafızlığı muhafaza etmek için en uygun ve en elverişli meslek alanının din görevliliği olduğu ve dini görevlerde bulunanların hafızlığını muhafaza etmemesinin birkaç istisna dışında kabul edilecek bir durum olmadığı (Özbek ve Çevik, 2023) belirtilmiştir. Buna göre din görevliliğinin hafızlığın korunmasında katkısının bulunduğu şeklindeki algının bu algıya yönelenleri olumlu anlamda motive edeceği açıktır. Ne var ki Çimen araştırmasında “din görevlisi olan hafızların birçoğunun hafızlıklarını koruyamadıklarını” (Çimen, 2007) tespit etmiştir. Bu iki bilgi bir arada düşünöldüğünde hıfzı korumaya yönelik algı burada bulanıklaşacak önceki ifadelerden sonra oluşan din görevlisi olarak çalışmaya yönelik arzu bu aşamadan sonra zayıflayacaktır. Akdemir’e gelince O, hafızların birçoğunun Kur’an kursundan mezun olduktan sonra hafızlığını koruyabilecek bir işte çalış(a)mıyor olmasını hafızlığın zayıflamasında bir sebep (bk. Akdemir, 2010) olarak ortaya koymuştur. Bu sebep kabul edilirse hafızlarda oluşacak algının onları hafızlığını kullanabilecekleri bir işe yönlendirebileceği söylenebilir.

Hafızlığı korumada yapılması gereken tekrarda zorlanabileceklerini düşünöyen hafızlar da eserlerde yer almaktadır. Böyle düşünöyenler için kayda geçirilen “Hafızlığı uzun yıllar tekrar edip onsuzlaşamayana Kur’an-ı Kerim, kendine yıllarca bıktırmadan okutmayı mükâfat olarak sunar.” (Demirkol, 2022) ifadesi bu düşünöcelerini değiştirebilecekleri bir algıyı sunmaktadır. Devamında has yapma boya yapmaya benzetilmiş ve çok vurmaktan ziyade nasıl bir fırça ile vurulduğunun önemli olduğu vurgulanmıştır. Boya ne kadar kaliteli olursa olsun fırça iyi değilse, düzgün bir görüntünün ortaya çıkmayacağı gibi hafızlıkta da ne kadar kuvvetli yapılırsa yapılsın tekrar safhasında yöntem doğru değilse, iyi bir hafız olmanın mümkün olmayacağı (Demirkol, 2022) vurgulanarak estetik hazza yöneltecek bir algıyı içeren ifadelere imza atılmıştır.

Her ne kadar bir sanat olarak nitelense de hafızlığı korumak Salihoğlu’na göre zor bir iştir. Ona göre hafızlar, hafızlığı korumanın hafızlığı yapmaktan daha zor olduğunu akıllarından çıkarmamalıdır. Bu zorluk yüzünden o, hafız kalarak ölenlerin sayısının hafız olanlardan çok daha az olduğunu ve bunun da hafızlığı korumanın ne kadar zor olduğunu bilmemekten kaynaklandığını savunmuştur (Salihoğlu, 2013). Bu düşünöcelerinin ortaya çıkarılacağı algı belki de



hafızlık muhafazasına yönelik düşünceleri bulanıklaştıran olumsuz bir nitelik arz edecektir.

Hafızlık muhafazası için eserlerde önerilen farklı uygulamalardan yalnızca bir örnek vererek çalışmayı tamamlamak meselenin anlaşılması için yeterli olacaktır. Demirkol hafızlığını bitiren öğrencinin hafızlıktan sonraki ilk 2 yılda aralıksız yapacağı hatim sayısının en az 24 adet olması gerektiğini kaydetmiştir. Ona göre yapılan bu hatimlere ara verilmeden devam edilirse hafızlığın kuvvetliliğine ciddi anlamda katkısı olacaktır (Demirkol, 2021). Onun bu ifadelerinde bulunduğu düşünülen algı olumludur. Çünkü bu algı, endişe ile ezberlerini ne şekilde kuvvetlendirecekleri konusunda netleşmemiş olan hafızlara bir fikir verecek ve içinde buldukları endişeli durumdan kurtaracak ilk adımı atmaları için onları cesaretlendirecektir.

### **Sonuç**

İslâm'ın temel kaynağı olan Kur'an-ı Kerim'in ezberlenmesi Müslümanlar tarafından çok önemli görüldüğünden hafızlığa dair yazılan eserler oldukça fazla sayıdadır. Cumhuriyet Türkiye'sinde son asırda yazılan otuz küsur kitaptan on kadarının çalışmada kullanılacak nitelikte olmadığı tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra bu kitaplardan hem zamanın sınırlılığı hem de eserlerin içeriklerinin benzeşmesi bakımından yalnızca yirmi kadarı inceleme konusu edilmiştir. Araştırma süresince hafızlık eğitimiyle ilgili kitaplar yazılmaya devam edegelmiştir. Ancak çalışmada proje başvuru aşamasında belirtildiği gibi sadece Cumhuriyet döneminin başından 2022 yılına kadar olanlar incelenmiştir.

İncelemeye konu edilen kitaplarda temel olarak dört grup kitlenin muhatap alındığı görülmüştür. Bunlar; a) hafızlık yapma potansiyeli taşıyan bireyler, b) onların aileleri, c) hafızlık yapanlar ve d) hafızlığı tamamlamış ve onu korumak durumunda olan kimselerdir. Bu yazılan ifadelerden bir kısmının çift yönlü algı oluşturma potansiyeli taşıdığı tespit edilmiştir. Netice olarak seçilen eserlerin çalışmaya konu edilmesinin temel saikinin, hafızlık hakkında olumlu diye nitelenebilecek sonuca götüren algıdan başka olumsuz neticeye neden olabilecek bir algıyı da barındırmaları olduğu söylenebilir.

İncelenen kitaplardan bazılarının hafızlık konusunda teknik bilgi vermekten öteye gitmediği diğer bazılarının ise hafızlık konusunda başlı başına algı oluşturabilecek şekilde yazıldığı tespit edilmiştir. Buna göre kitaplardan akademik nitelikte olanların dışındaki birçoğunun amatörce yazılmış olduğu ve bunlarda ekseriyetle yazarının hafızlıkla ilgili deneyim, düşünce, duygu ve tavsiyelerinin dile getirildiği gözlemlenmiştir. Bu nedenle bazı kitapları niteliksiz olarak değerlendirmek yanlış olmaz. Çünkü bu kitaplar birbirini tekrar etmekte hatta bir kısmı neredeyse diğeriyle birebir aynı cümlelere yer

vermektedir. Bu durum kitapların yazarlarının birbirinden fazlaca etkilendiğini ve yer yer alıntılar yaptıklarını göstermektedir. Bununla birlikte kitapların bazılarında tersine algı oluşturabilecek karşıt görüşler yer alsada birbirine taban tabana tümüyle zıt olan fikirlere rastlanmamıştır.

Araştırmada dikkat çeken bir diğer husus incelenen kitapların yazarlarının yüksek çoğunluğunu erkek olması ve kadın yazarların bir elin parmağını geçmeyecek derecede az olmasıdır. Bu durumun eserlerin içeriğinde yer alan bir ifadeden kaynaklı olmasada hafızlık konusunda farklı bir algı oluşturabileceği söylenebilir. Çünkü okuyucuların hemcinsi olan yazarları kendilerine daha yakın hissederek onların ifadelerinden daha fazla etkilenip algı geliştirmeleri, kuvvetle muhtemel olan bir olasılıktır. Bu ise oluşacak algıyı etkileyecektir.

Sonuç olarak incelenen kitapların potansiyel olarak taşıdığı ve onları okuyanlarda oluşturduğu algının hafızlık eğitimi konusunda bilgilendirme, öğrencinin güçlü ve zayıf yönlerini keşfetme, hafızlığa uygun olup olmadığı, hafızlık konusunda ilerleme ve ezber yöntemini belirleme, hafızlık sonrası süreçte nasıl davranmak gerektiği gibi birçok konuda yönlendirici olduğu söylenebilir.

Çalışmada hafızlık öncesi dönemle ilgili olarak hafızlık algısı kişinin hafızlık düşünce ve kararlarının şekillenmesinde, hafızlık hakkında sorduğu ya da sorması muhtemel sorulara cevap bulmasında; ayrıca hafızlığı yapmaya veya yapmamaya karar vermesinde son derece önemli ve yol gösterici olabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Kişi karar verecek yetkinlikte ise kendisinin; henüz küçük bir yaş aralığında ise ailesinin bu algı sonucunda verilen kararlarla hafızlık eğitimini gerçekleştirebileceği düşünülmektedir. Ele alınan eserlerde bu dönemle ilgili olarak hafızlığın fazileti, onun bir meslek sahibi olmada katkısı, ziyadesiyle sevap kazanma sebebi olması ve benzeri konuların işlendiği kısımların olumlu bir algı oluşturabileceği düşünülmektedir. Ancak yüzünden okumanın çok sevap olduğu, ille de herkesin hafız olmasının gerekmediği ve birçok kimsenin desinler için hafızlık yaptığı; sonrasında onu muhafaza etmenin çok zor olduğu ve unutulursa çok büyük vebalinin bulunduğu vb. ifadeler olumsuz algı oluşturacak ifadelerdir.

Hafızlık yapmayı düşünen kimselerde oluşan algının genelde olumlu bir nitelik taşıdığı görülmüştür. Bu sonucu destekleyen hususlar hafızlığın iyi bir yüzüne ve tecvîd eğitimi aldıktan sonra oldukça kolaylaşacağı, bu ulvi işe başlayana Allah'ın hususi yardım ve destekte bulunacağı, bilgisayar ve dijital kayıtlardan faydalanılmasının daha kolay bir hafızlık imkânı sağlayacağı ve benzerleridir. Bu konuda olumsuz algı oluşturabilecek meseleler hafızlık hakkında beş yıl kadar uzun bir sürenin önerilmiş olması, tecvîd konusuna çok

vurgu yapılmasının yanında Kur'an'ın anlamını da bilerek hafızlık yapılmasının önerilmesi olarak tespit edilmiştir.

Hafızlık yapma sürecinde olanlara yönelik algıda kişiyi olumlu eylemlere sevk edebilecek olan ifadeler ana hatları ile hafızlık yapmanın amacının netleştirilmiş olması, planlı programlı gidilmesi, günlük ve haftalık gibi kısa süreli ezber dönemlerine yoğunlaşılması olarak görülmüştür. Bunun yanında Kur'an'ın bizzat kendisinin ifade ettiği kolaylaştırılmış olduğu için zor bir tarafının bulunmadığının bilinmesi ve hafızlığı çok kısa sürede bitiren hafızların bulunduğu bilgisine sahip olunması konularında odaklandığı tespit edilmiştir. Olumsuz yönelim gerçekleştirebilecek algıyı içinde barındıran hususlarda ise en başta hafızlık yapan bireyin niçin hafızlık yaptığını bilmemesi gelmektedir. Bunun yanında doğru bir yöntemle sahip olunmaması, bir takım zor cüzlerin varlığının düşünülmesi, kısa vadeli dönemler yerine en son hafızlığı bitireceği zamana odaklanılması, çok uzun süreler sebebiyle hafızlığı bırakan çok fazla kimsenin bulunduğu farkına varılması hususları da mevcuttur.

Hafızlık sonrası döneme ilişkin olan algılar, ezberi muhafaza için yapılması gerekenler, ezberi kuvvetlendirme süreci, hafızların yaptıkları bu ezber işinden memnun olup olmadıkları gibi hususlardaki tavsiyelerden derlenmeye çalışılanlardır. Bu döneme ilişkin olarak eserlerde ele alınan tavsiyelerin büyük oranda müşterek konu ve ifadeleri barındırdığı tespit edilmiştir. Olumlu sonuçlar oluşturacak algıya götüren hususlar arasında daha bitirmeden sağlam hafızlık yapmak, hafızlık sonrası mukabele okumak, hatimle namaz kıldırmak, planlı ve sistemli aralıklarla Kur'an'ı ömür boyu okumaya devam etmek, Kur'an'ın manası ile buluşup meal tefsir okumak gibi tavsiyelerle birçok defa farklı şekillerde önerilen özel muhafaza yöntemleri vb. sayılabilir. Hafızlık sonrası dönem ya da hafızlığı muhafaza konusunda algı oluşturarak olumsuz yönlendirebilecek hususlar diğer konulardakilerle karşılaştırıldığında oldukça az sayılır. Bunlar kısa süreli ve oldukça ağır sayılabilecek hıfzı kuvvetlendirme yöntemleri, yarışmalarda derece olmak, uzun ciltli tefsirleri okumak, Arapça öğrenip manasına ulaşmak vb. türden olanlardır. Elbette bunların tümüyle olumsuz sonuçları olabilecek algı oluşturduğu söylenemez. Şu kadar var ki; Hafızlığı bitirenlerin toplam yetmiş iki günde; sona doğru da günde bir hatmi ezberden okuyarak hıfzı kuvvetlendirmeyi tamamlaması yöntemi gibi ağır öneriler özellikle hafızlığını bir miktar zayıf tamamlamış olanlar için olumsuz algı oluşturabilecektir. Yalnız kısa açıklamalı meal ve tefsirleri okumak hem mana ile buluşmayı sağlayacak ve hem de olumsuz bir algı oluşturmayacaktır. Özellikle diyanet alanı dışındaki işlerde çalışan hafızlar için Kur'an dili olan Arapçayı zorunlu olarak öğrenme gibi bir şartın ifade edilmesi bu kimseleri uzaklaştıran olumsuz bir algı oluşturabilecektir.

Bunlara ilave olarak çalışmada her ne kadar bu çalışmada Cumhuriyet dönemi hafızlıkla ilgili eserlerde hafızlık algısı incelenmiş olsa da farklı bir sonuç olarak “yazarların kitaplarındaki cümleleri oluştururken kişide bu kelime veya cümle nasıl bir algı bırakır?” kaygısı taşımadıkları söylenebilir. Yazarlar iyi niyetler taşıyor ve ulvi amaçlarla yazdıklarını belirtiyor olsalar da onların seçtikleri hafızlıkla ilgili konular ve kurdukları cümle kalıplarının bu kitapları okuyan kimseler tarafından olumsuz bir şekilde de algılanabileceğinin farkında olmadıkları düşünülmektedir.

İçerik ve üslup bakımından birbirini tekrar eden kitaplar yerine hafızlık hakkında daha özgün içeriklere yer veren kitapların yazılmasının gerekli olduğu düşünülmektedir. Yazılacak kitapların oluşturacakları algının hesap edilerek olumsuz algı oluşturacak ifade ve üsluptan kaçınılmak suretiyle üst bilinçle kaleme alınmasının bir zaruret olduğu düşünülmektedir.

Birbirini tekrar eden sorular yerine yeni kuşağın ilgisini çekecek ve farklı meselelere dair olan soruların sorulması ve araştırma konusu edilmesi gerektiği düşünülmektedir. Ele alınan çeşitli konuların güncel ve ilgi çekici üslupla sunulması; özellikle bilgisayar, internet ve yapay zekâ destekli hafızlık eğitimi gibi konuların da eklenmesi yeni yazılacak kitapları içerik bakımından zenginleştirecektir. Yapılan bu mütevazı çalışmanın bahsi geçen hususlara kapı aralayacağı umulmaktadır.

Çalışmaya destek veren TÜBİTAK’a en derin şükranlarımızı sunarız.

## Kaynakça

*Kur'an-ı Kerim*

- Ağırbaş, H. (2012). *Kuran Ezberleme Metodları*. İstanbul: Sahaflar Kitap Sarayı.
- Akaslan, Y. (2021). “Hafızlıkta Telaffuz Kaynaklı Zorluklar ve Ezbere Etkileri”. *Çeşitli Yönleriyle Hafızlık Eğitimi* (Ed. Hatice Şahin Aynur). 109 - 136. İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları, 1. Baskı.
- Akdemir, Mustafa A. (2010), “Kur'an Ezberinde Kalite İhtiyacı ve Donanımlı Hafızlık“, *Usûl*, 13/1, 21 - 40.
- Algur, H. (2018). “Hafızlık Eğitimi Alan Bireylerin Gözüyle Türkiye’de Hafızlık Eğitimi (Nitel Bir Araştırma)”, *Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 5/8 (Haziran), 67 - 105.
- Algur, H. (2019). *Hafızlık Eğitimi Alan Bireylerin Motivasyon ve Psiko-Sosyal Durumları*. İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları, 1. Baskı.
- Arslan, G. (2021). *Örgün Eğitim Kapsamında Hafızlık*. İstanbul: Ravza Yayınları, 1. Baskı.
- Aybey, Salih. (2020). “Hafızlık Eğitiminde Yeni Bir Tecrübe: Örgün Eğitimle Birlikte Hafızlık: Önemi, Problemleri ve Beklentiler”. *EKEV Akademi Dergisi* 82/24 (Bahar), 383-412.
- Aydın, Muhammed Ş. (2019). “Hafızlık Eğitimini Yeniden Düşünmek”. *Hafızlık Eğitimi Üzerine Araştırmalar* (Ed. Cemil Osmanoglu-Ömer Özbek). 17-39. Kayseri: Kimlik Yayınları.
- Baş, E. (2022). *Kur'an'ı Okuma Okutma ve Anlama Üzerine* (Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları).
- Bilgin, V. (2021). “Psiko-Sosyal Açından Hafızlık: Orta Yaş Erkek Hafızlar Üzerinden Bir Değerlendirme”. *Çeşitli Yönleriyle Hafızlık Eğitimi* (Ed. Hatice Şahin Aynur). 233-266. İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları, 1. Baskı.
- Bozkurt, N. (1997). "Hafız", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. 15/74-78. İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Büdün Aydın, E. (2021). Duyum, Algı ve Marka: Tüketici Tutumlarına Yönelik Üç Boyutlu Bir Değerlendirme. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(4), 2528-2544.
- Çetin, E. (2021). “Günümüz Türkiye’inde Kurumsal ve Mesleki Açından Hafızlık Müessesesi”. *Çeşitli Yönleriyle Hafızlık Eğitimi* (Ed. Hatice Şahin Aynur). 13-48. İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları, 1. Baskı.

- Çimen, Abdullah E. (2007). Hafızlık Müessesesi, Ülkemizdeki Hafızlık Çalışmalarıyla İlgili Bazı Değerlendirmeler ve Hafızlığın Sağlamaştırılma-sında Bir Metot Denemesi, *Din Eğitimi Araştırmaları Dergisi*, 18, 91-166.
- Dağ, M. (2019). *Geleneksel Kıraat Algısına Eleştirel Bir Yaklaşım*. Ankara: İSAM Yayınları, 2. Baskı.
- Demirkol, M. (2021). *Akademik Hafızlık'ta Aile, Çocuk ve Hoca İlişkileri*. İstanbul: Kutup Yıldızı Yayınları, 2. Baskı.
- Demirkol, M. (2022). *Hafızlığı Kodlama Metodları*, İstanbul: Kutup Yıldızı Yayınları 1. Baskı.
- Demirkol, M. (2022). *Hafızlığın Yol Haritası*. İstanbul: Kutup Yıldızı Yayınları, 1. Baskı.
- EğİN, O. - Öresin, H. (2017). *Hafızlık Risalesi*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2. Baskı.
- Güneş, A. (2020). *Türkiye'de Yeni Bir Model Olarak Örgün Eğitimle Birlikte Hafızlık*. İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları, 1. Baskı.
- Heyet. (2019). "Hafızlık Sürecinde Anne Babalara ve Eğitimcilere Yol Haritası" (T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Din Öğretimi Genel Müdürlüğü). <https://www.trthaber.com/haber/guncel/erzurum-valisi-mustafa-ciftci-hafiz-kal-yarismasinda-turkiye-birincisi-oldu-856669.html>. (Erişim: 21.07.2024).
- Kar, Muhammed S. (2021). *Adım Adım Hafızlık Rehberi*, İstanbul: Kitap Dünyası.
- Kara, G. (2021). *Hafızlık Risalesi*. İstanbul: Kitap Kalbi Yayıncılık, 1. Baskı.
- Okuyan, M. (2021). "Kur'an-ı Kerim'i Korumanın Kadim Usülü Olarak 'Hafızlık'". *Çeşitli Yönleriyle Hafızlık Eğitimi* (ed. Hatice Şahin Aynur). 49-59. İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları, 1. Baskı.
- Krishna, A. ve Elder, R. (2009). The gist of gustation an exploration of taste, food, and consumption. In A. Krishna. (Edt.). *Sensory Marketing Research on The Sensuality of Products*. US: Routledge.
- Özbek, Ö, Çevik, G. (2023). "Hıfzı Korumanın Önemi -Bazı Uygulama ve Tavsiyeler-" *Tafser Akademik Dergi*, Cilt 3, Sayı 2, Kasım, 1-33.
- Öztürk, H. (2021). "Bilgi, Kalite, Hazırbulunuşluk ve Verimlilik Bağlamında Hafız Adaylarının Eğitimi". *Çeşitli Yönleriyle Hafızlık Eğitimi* (Ed. Hatice Şahin Aynur). 61-80. İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları, 1. Baskı.
- Ragıb el-İsfehânî, Ebu'l-Kasım Hüseyin b. M. (1972). *Mu'cemu Müfredâti Elfâzi'l-Kur'an*, "Hafız", thk. Nedim Maraşlı, Lübnan: Daru'l-Fıkr.
- Salihoğlu, Z. (2013). *Başarılı Hafız Olma ve Yetiştirme Metodları*. İstanbul: Yasin Yayınevi, 7. Baskı.

- Salihoğlu, Z. (2019). *İdeal Hafızın El Kitabı*. İstanbul: Yasin Yayınevi, 6. Baskı.
- Sercani, R. (2019). *Kuran'ı Nasıl Ezberlersin?*. İstanbul: Beka Yayıncılık.
- Solomon, M. R., Bamossy, G., Askegaard, S. ve Hogg, M. K. (2006). *Consumer behaviour: A European perspective*. FT Press.
- Şahin Aynur, H. (2021). “Hafızlık Eğitiminde Ezber Yapma ve Ezberi Koruma”. *Çeşitli Yönleriyle Hafızlık Eğitimi* (Ed. Hatice Şahin Aynur). 81-107. İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları, 1. Baskı.
- Şakar, Zübeyde M. (2021). *Sadırdan Satıra Aşk: Hafızlık*. İstanbul: Uludaz Yayınları, 1. Baskı.
- Temel, N. (2007). “Kur'an Talimi ve Hafızlık Eğitimi”. *Din Eğitimi Araştırmaları Dergisi* 18, 35-60.
- Tüfekçioğlu, M. (2017). *Kur'an-ı Kerim'de Lafzı Müteşabih Ayetler; Hafızlar ve Hafız Olmak İsteyenler İçin*. İstanbul: Eser Kitap, 1. Baskı.
- Yılmaz, Emine L. (2021). “Hafızlık Eğitiminde Beslenme”. *Çeşitli Yönleriyle Hafızlık Eğitimi* (Ed. Hatice Şahin Aynur). 267-305. İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları, 1. Baskı.
- Yüksel, Ali O. (2016). *İbn Cezeri ve Tayyibetün'n-Neşr* (İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları).

## **9. Bölüm**

### **TEKNOLOJİ VE ÖRGÜT<sup>1</sup>**

**Süreyya ECE**

---

<sup>1</sup> Doç. Dr., Şırnak Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü,  
Orcid ID: 0000-0002-2110-8091.,E-posta: sureyyaace@yahoo.com



## GİRİŞ

Örgütlerin yaygınlığı ve önemi ile örgütlenmenin toplumun ve ekonominin yapısında merkezi bir rol oynaması Örgüt Kuramının varlık nedenidir. Bir alan olarak Örgüt Kuramı, 20. yüzyılda ortaya çıkmıştır. Örgüt Kuramı endüstriyel kapitalizmin yükselişi ve büyük ölçekli bürokratik örgütlerle ilgili toplumsal değişimlere odaklanan 19. ve 20. yüzyıl sosyal kuramcıları ile bu yeni, büyük örgütlerin daha verimli ve etkili bir şekilde nasıl yönetileceğine odaklanan klasik yönetim kuramcıları tarafından etkilenmiştir (Lounsbury & Gehman, 2024). Dolayısıyla Örgüt Kuramında genel olarak örgüt yapısını etkileyen faktörlere yönelik çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalardan bazıları teknolojinin örgüt yapısı üzerindeki etkilerini araştırmaya yöneliktir.

Sanayi devrimiyle birlikte fabrikalarda makine odaklı üretime geçilmiş, kullanılan teknolojik cihazlara göre üretim tekniklerinde de değişiklikler yapılmıştır. Önceleri tamamen işgücüne dayalı üretim yapılmakta ve dolayısıyla belirli bir sürede üretilen ürün miktarı işgücünün sayısı, niteliği, gücü vb. gibi faktörlere yüksek ölçüde bağlıydı. Makinelerin icadıyla imalat işgücüne kısmen bağlı olmaya başlamıştır. İmalat fabrikaları söz konusu makine ve cihazlara daha fazla yatırım yaparak yüksek miktarlarda üretim artışını sağlamayı amaçlamıştır. Teknolojik araçların kullanımı örgütlerin yapısında da değişiklikler yapma gereksinimi doğurmuştur. Örgütsel yapıdaki değişiklik örgütte kullanılan teknolojiye göre farklı şekillerde olabilmektedir. Teknoloji ve örgüt yapısı arasındaki ilişkiye geçmeden önce örgütlerde kullanılan teknolojinin tanımlanması gerekmektedir.

Teknoloji terimi geniş anlamıyla bir teknikler sistemi olarak kullanılmaktadır (Thompson & Bates, 1957: 325). Pugh ve arkadaşlarına (1969: 102) göre teknoloji, fiziksel teknikler yalnızca kalem, mürekkep ve kâğıt içerse bile, örgütün iş akışında kullanılan fiziksel tekniklerin dizisi olarak tanımlanmıştır. Bu tanımın hem operasyon modelini hem de kullanılan donanımı kapsamadığı ve geliştirilen tüm ölçeklerin üretim işletmelerinin yanı sıra hizmet işletmelerine de uygulanabileceği ifade edilmiştir.

Örgütte kullanılan teknolojiye ilişkin olarak Teknolojik Determinizm, Teknoloji Yönetimi, Siyasi Çıkarlar ve Yorumlamacı olmak üzere 4 görüş öne sürülmüştür. *Teknolojik Determinizm* büyük ölçüde teknolojinin özelliklerine odaklanmaktadır. Bu görüşte doğru teknoloji seçiminin kurumsal bağlamdan bağımsız olarak istenen sonuçlara yol açacağı varsayılmaktadır. Teknolojik Determinizm paradigmasını benimseyenler, teknolojiyi diğer tüm faktörlerin tabi olduğu nedensel değişken olarak görmektedir. *Teknoloji Yönetimi* (Management of Technology-MOT), süreç odaklı olan, ancak yine de büyük ölçüde teknolojinin özelliklerine odaklanan paradigmalardan grubudur. Bu çerçevede, doğru teknoloji

tasarımının, doğru uygulama süreciyle birlikte, öngörülebilir sürecin dikkatle takip edilmesi koşuluyla istenen sonuçlara yol açacağını varsaymaktadır. Teknoloji Yönetimi görüşü, teknolojiyi üretim süreciyle ilişkili olarak ele almaktadır. Bir diğer görüş olan *Siyasi Çıkar* paradigmaları, insanların genellikle örgütsel hiyerarşideki yerleri ve göreceli güç farklılıkları tarafından belirlenen statik, öngörülebilir rollere göre hareket ettiğini ve tepki verdiğini varsaymaktadır. Roller statik ve öngörülebilir olsa da sonuçların öyle olmadığı unutulmamalıdır. Son olarak *Yorumlayıcı* perspektif dinamik süreç ve firmanın sosyal bağlamına bağlılık, sosyal seçim, yapılanma teorisi ve eleştirel teori gibi paradigmalarda temsil edilmektedir. Yorumlayıcı perspektifin kökleri sembolik etkileşimciliğe ve gerçekliğin sosyal inşasına ilişkin kavramlara dayanmaktadır (Liker, Haddad, & Karlin, 1999).

Teknoloji ve örgüt yapısı arasındaki ilişkileri araştıran çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Bu konuda yapılan ve temel sayılabilecek bazı çalışmalar Woodward araştırması, Aston Grubu çalışmaları, Tavistock Enstitüsü çalışmaları, James Thompson Temel Teknoloji araştırması ve Charles Perrow araştırması olarak sıralanabilmektedir. Bu çalışmalara dair bilgilere aşağıda yer verilmektedir.

### **1. Woodward Araştırması**

Grup ve bireysel analiz düzeyinde, benimsenen teknoloji ile çalışanlar (mavi yakalı veya beyaz yakalı) tarafından yerine getirilen görevler ve kişiler arası etkileşim, sosyal normlar, memnuniyet ve tutumlar arasında yakın bir bağlantı olduğunu gösteren kapsamlı araştırmalar yapıldığı ifade edilmiştir (Hickson, Pugh, & Pheysey, 1969). Bu çalışmalardan biri Joan Woodward tarafından yapılan araştırmadır.

Woodward araştırmasında İngiltere’de South Essex kentinde faaliyet gösteren 100 imalat işletmesini incelemiştir. Çalışmasında teknolojiyi “üretimdeki teknik karmaşıklık” olarak kavramsallaştırmış ve böylece firmaları birim, küçük parti, büyük partiden seri üretim sürecine kadar artan üretim karmaşıklığı açısından ölçeklendirmiştir. Birim üretim teknik olarak en az karmaşık olan üretim modelidir. Süreç üretimi ise teknik anlamda en karmaşık üretim modelidir. Seri üretim (kitle üretim) ise ikisinin arasında yer almaktadır. Sipariş üzerine üretilen bir elbisenin imalatı, birim üretime; otomotiv sektöründe yapılan üretim seri üretime; petrol rafinerileri ise süreç üretimine örnek olarak verilebilmektedir (Harvey, 1968; Foo, 1997).

Woodward tarafından yapılan araştırmada örgütsel yapının ana belirleyicisi olarak üretim teknolojisinin biçimi gösterilmiştir. Araştırmada teknoloji ve yapı arasındaki uyumun örgütsel başarı ile ilişkili olduğu gösterilmiştir. Araştırmada teknoloji ile yapı arasında optimum bir uyum olduğu iddia edilmiş olup, yapıları

bu optimumlardan sapan firmaların, daha iyi uyum gösteren firmalara göre daha az başarılı olduğu belirlenmiştir (Donaldson, 1976). Örgütsel teknoloji terimi ile bir örgütün ürün veya hizmetini ortaya çıkardığı mekanizmalar veya süreçler kastedilmektedir. Örgüt yapısı bir örgütün konumu veya çevresi gibi dışsal veya çevre faktörlerinin aksine, yetki seviyeleri gibi esasen örgütün içsel özelliklerini ifade etmektedir (Harvey, 1968). Mohr (1971) Örgütsel yapıdaki ‘yapı’ teriminin, etkileşim biçiminin değişebileceği çok sayıda önemli boyut olduğunu (örn. sık-sık olmayan, dikey-yatay, resmi-gayri resmi, otoriter-danışmaya dayalı, grup odaklı-birey odaklı, görev odaklı-sosyal odaklı, yazılı-sözlü, politik-rasyonel vb.) ve belirsiz olduğunu ileri sürmüştür. Örgütsel yapının işlevlerinden birinin, farklılaşmış bir sosyal sistemdeki davranışları koordine etmek ve kontrol etmek olduğu, kontrolün gereksinimleri ve olanaklarının, kuruluşun karşılıklı bağımlılığından ve teknolojisinden etkilenebileceği ifade edilmiştir (Pfeffer & Leblebici, 1977: 244).

Hickson vd. (1969) operasyon teknolojisi, malzeme teknolojisi ve bilgi teknolojisi olmak üzere üç çeşit teknolojiden bahsetmiştir. Operasyon teknolojisi iş akışındaki faaliyetlerin donatılması ve sıralanması olarak tanımlanmıştır. Malzeme teknolojisi iş akışında kullanılan malzemelerin özellikleriyle ilgili olan teknoloji çeşididir. Bilgi teknolojisi ise Donaldson (1976) tarafından sorunların analiz edildiği ve işlendiği örgütsel bir araç olarak tanımlanmıştır. Söz konusu tanımlarda geçen iş akışları yalnızca fabrikalarda değil, aynı zamanda kamu kuruluşları ve hizmet kuruluşlarında da söz konusu olabilmektedir (Hickson, Pugh, & Pheysey, 1969).

Oldukça istikrarlı, nispeten farklılaşmamış ortam koşulları altında, örgütlerin ayrıntılı bilgi teknolojisi olmadan bilgi işleme gereksinimleriyle başa çıkabilmesi beklenmektedir. Örgütlerin karmaşık ve hızla değişen bir ortamla karşı karşıya olduğu durumlarda bilgi teknolojisinin zaruri olduğu ileri sürülmüştür (Pfeffer & Leblebici, 1977: 246).

Örgüt yapısını etkileyen bir diğer konu teknik yaygınlıktır. Teknik yaygınlık, bir dizi teknik sürecin geniş bir ürün yelpazesi üretmesini ifade etmektedir. Bir firma teknik olarak ne kadar yaygınlsa, ürünlerinde düzenli olma derecesi de o kadar yüksek olabilmektedir. Teknik olarak dağınık üretim tarzı, Woodward’ın “birim üretim” ayrımına karşılık gelmektedir. Birim üretim yapan bir firmanın her zaman az ya da çok aynı türde ürün veya ürünleri üretmesi düşünülebilmektedir. Böyle bir firma, teknik yaygınlıktan ziyade genel olarak teknik özgüllükle ilişkilendirilen örgütsel özellikleri sergileyebilmektedir (Harvey, 1968).

Örgütte kullanılan teknoloji yönetimde yetki, karar alma gibi süreçleri de etkileyebilmektedir. Teknolojinin elverdiği ölçüde yetki ve iletişim kalıplarının

kesin ve düzenli hale getirilebildiği; ancak görevin kendisi programlanmadığında, çeşitli türde bireysel uzmanlığa sahip kişilerin, genellikle daha az tahmin edilebilir kalıplar ve daha az tahmin edilebilir sonuçlarla, karar verme rolleri oynamak zorunda kalabileceği ifade edilmiştir (Mohr, 1971: 449). Örgütte kullanılan bilgi teknolojisinin yönetim üzerinde etkileri bulunmaktadır. Bu konuda bilgi teknolojisinin iki etkisinden bahsedilmektedir. Birincisi, yöneticinin kendi bilgi işleme yeteneklerini geliştirerek, daha karmaşık, farklılaşmış örgütleri kontrol etmesine ve koordine etmesine olanak tanımaktadır. Bilgi teknolojisinin ikinci etkisi, örgütsel ve yönetsel performansın yönleriyle ilgili daha hızlı ve daha kapsamlı geri bildirim sağlamasıdır. Merkezi kontrolün yerine resmleştirilmiş kurallar kullanmak yerine, bilgi teknolojisinin daha hızlı ve doğru performans geri bildirim sağlaması yoluyla örgütte hem daha fazla merkezi olmayan yönetim hem de daha az resmleştirme sağlanacağı varsayılmaktadır (Pfeffer & Leblebici, 1977: 247).

Teknoloji ve örgüt yapısına ilişkin Joan Woodward araştırması temelinde çeşitli deneysel araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırmalardan biri teknoloji ile örgüt yapısı arasındaki ilişkiyi incelemek üzere İngiltere’de en az 250 çalışanın olduğu 52 işletmede yapılmıştır. Araştırma sonucunda örgütün büyüklüğü arttıkça teknolojiye daha az etkilendiği tespit edilmiştir. Örgüt ne kadar küçük olursa teknolojinin yapısal etkilerinin de o kadar geniş olacağı; örgüt büyüdükçe, bu tür etkilerin sınırlı kalacağı ifade edilmiştir. Büyük örgütlerde yöneticiler ve idareciler, uzman departmanlar, standart prosedürler ve büyüklüğün beraberinde getirdiği resmleştirilmiş evrak işleri sayesinde teknolojinin kendisinden korunabildiği ileri sürülmüştür (Hickson, Pugh, & Pheysey, 1969). Harvey (1968) tarafından 43 imalat firması üzerinde yapılan bir çalışmada ise farklı bir sonuç elde edilmiştir. Çalışmada teknik özgüllük arttıkça örgüt içerisinde uzmanlaşmış alt birimlerin sayısı, yetki düzeylerinin sayısı, yönetici ve denetçilerin toplam personele oranı ve programlarda uzmanlaşma miktarının nasıl etkilendiği araştırılmıştır. Yapılan analizlerde tüm bu örgütsel özellikler teknik özgünlükle birlikte artma eğilimi göstermiştir. Araştırma sonucunda örgütsel teknoloji ile örgütsel yapı arasında bir ilişki tespit edilmiştir. Ancak teknoloji ile örgütün büyüklüğü arasında bir ilişki bulunamamıştır (Harvey, 1968).

Pfeffer&Leblebici (1977) tarafından imalat işletmeleri ile yapılan bir çalışmada bilgi teknolojisi ile örgütteki yapısal detaylandırma arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Bilgi teknolojisi ne kadar kapsamlı olursa, departmanların sayısının da o kadar fazla olacağı ve örgütsel hiyerarşide daha fazla basamağın ortaya çıkacağı ifade edilmiştir. Bilgi teknolojileri ne kadar kapsamlı olursa karar prosedürlerinin de daha az biçimsel olacağı elde edilen bir diğer sonuçtur. Daha

ayrıntılı bilgi sisteminin kullanımında, karar süreçlerine müdahale eden kontrol mekanizmalarının yerine, doğru ve daha hızlı performans geri bildiriminin yer alacağı ileri sürülmüştür. Ancak Pfeffer ve Leblebici örgütsel yapıyı etkileyen bir faktör olarak teknolojiye yapılan vurgunun, sadece örgütte kullanılan üretim teknolojisi ile ilgilenme eğiliminde olduğunu, bilgi veya bilgisayar teknolojisindeki değişikliklerin dikkate alınmadığını ifade etmiştir. Singapur'da yapılan bir çalışma bilgi işleme ve iş gücü verimliliği için teknoloji kullanımının, iyileştirmelere yönelik kapsamlı iç yapılanma ile istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde ilişkilendirilme eğiliminde olduğu tespit edilmiştir (Foo, 1997).

Mohr (1971) tarafından teknoloji ve örgüt yapısını incelemek üzere A.B.D.'de 144 çalışma grubu üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Araştırmada teknoloji görevlerin ve materyallerin tekdüzeliği, karmaşıklığı ve analiz edilebilirliği ile ölçülmüştür. Örgütsel yapı ise denetim tarzının katılımcılığı ile ölçülmüştür. Analizler sonucunda teknolojinin, yapının birincil belirleyicisi olduğu hipotezi desteklenmemiştir. Bu sonuca göre yapının, etkililik üzerinde, yapı ile teknoloji arasındaki uyumun derecesinden daha fazla etkiye sahip olabileceği ileri sürülmüştür. Pfeffer & Leblebici (1977: 244)'ye göre ise örgütsel kontrolün teknikleri ve teknolojileri örgütler arasında farklılık gösterebilmektedir. Eğer yapı, davranışın koordinasyonunu ve kontrolünü sağlamak için tasarlanmışsa, örgütsel kontrol teknolojisi değişikçe yapının da değişeceği iddia edilmiştir.

Teknolojinin örgüt yapısı üzerindeki etkisinin risk altındaki sermaye yatırımından kaynaklı olabileceği ileri sürülmüştür. Teknolojiye yatırım yapan şirketlerin üst düzey yöneticilerinin, sermaye harcamalarını üretkenliği artırmaya yönelik daha organize, yapılandırılmış ve bürokratik yaklaşımlar yoluyla geri kazanma konusunda daha fazla endişe duyabildikleri ifade edilmiştir (Foo, 1997). Bu durum kullanılan teknolojiye göre yöneticilerin teknolojiye yaptıkları yatırımın başarılı olabilmesi için örgüt yapısını kullanılan teknolojik araç, gereç ve yöntemlere göre uyarlamalarına neden olabilmektedir.

## **2. Aston Grubu Araştırması**

Aston araştırma grubu, İngiltere'nin Birmingham kentinde eğitim veren Aston Üniversitesi'nden bir grup araştırmacı tarafından kurulmuş olan bir araştırma grubudur. Aston araştırma grubu temelinde Weber'in geliştirdiği bürokratik yönetimin büyümenin işlevsel olduğu ve etkinliğe yol açtığı yönündeki görüşünü benimsemiştir. Araştırmada daha sonra bürokrasinin niteliklerini niceliksel değişkenlere dönüştüren birçok değişkeni tanımlamışlardır. Söz konusu başlıca değişkenler uzmanlaşma, biçimselleştirme, standardizasyon ve merkezileşmenin yanı sıra toplu olarak yapılandırma olarak adlandırılan bir dizi daha küçük değişkenden oluşmuştur. Aston araştırma grubundaki araştırmacıların örgütsel

bağlam ve yapıya ilişkin veri toplama yöntemi, kilit bilgi kaynaklarını, yani bir örgütün bir kısmı hakkında bilgisi olan kişileri belirlemek ve mümkün olduğunca objektif olabilmek için onlarla yoğun bir şekilde röportaj yapmaktı. Aston araştırma grubunun kilit bilgi kaynaklarıyla görüşmeler yaparak veri toplama yöntemine *Kurumsal Yöntem* adı verilmiştir. Aston araştırmasında, teknoloji, Woodward'ın (1965) üretim sürekliliği adını verdiği yöntemi de dahil olmak üzere çeşitli yollarla ölçülmüştür (Donaldson & Luo, 2013). Çalışmada teknoloji ve örgüt yapısı arasındaki ilişkiyi incelemek için İngiltere'de faaliyet gösteren 46 imalat ve hizmet sektöründen firma araştırılmıştır. Araştırmada örgütün büyüklüğü, örgütte kullanılan teknoloji ve örgütteki faaliyetlerin nasıl yapılandırılmasına odaklanılmıştır. Çalışma sonucunda teknolojinin yapıyla, boyutun yapıyla ilişkisine göre daha zayıf bir şekilde ilişkili olduğu belirlenmiştir (Aldrich, 1972).

Aston ekibi, çok değişkenli bir yaklaşım kullanan örgütsel özelliklerin incelenmesi için bir metodolojinin geliştirilmesine vurgu yapmıştır. Esas olarak Bürokrasi Kuramından ve aynı zamanda yönetim yazılarından alınan yapısal kavramlar, örgütlerin idari yapılarını karakterize etmenin bir aracı olarak kavramsallaştırılmıştır. Kavramlar, Birmingham bölgesindeki 52 işletme için operasyonel olarak tanımlanmış ve değerlendirilmiştir. Ele alınan 52 işletmeden 46'sı üzerinde yapılan yorumlar sonucunda aşağıdaki birincil yapısal değişkenler ortaya çıkmıştır (Child, 1972: 164):

-*Uzmanlık*: Uzmanlık değişkeni kendi içinde işlevsel uzmanlaşma ve rol uzmanlığı olmak üzere ikiye ayrılmıştır. İşlevsel uzmanlaşma, resmi görevlerin ayrı, tanımlanabilir işlevsel alanlar arasında bölünme derecesini ifade ederken, rol uzmanlığı ise resmi görevlerin, ayrı, tanımlanabilir pozisyonlar arasındaki işlevsel alanlar içinde bölünme derecesi olarak tanımlanmıştır.

-*Standardizasyon*: Faaliyetlerin standart prosedür ve kurallara ne ölçüde tabi olduğunu ifade etmektedir.

-*Resmileştirme*: Prosedürlerin, kuralların, talimatların ve iletişimin ne ölçüde yazılı olduğunu ifade etmektedir.

-*Merkezileşme*: Kuruluşu etkileyen kararların alınmasına ilişkin yetki odağının hiyerarşinin daha yüksek düzeyleriyle sınırlı olması şeklinde tanımlanmıştır. Yüksek düzeyde entegre ve otomatikleştirilmiş bir iş akışı teknolojisi, karar vermenin belirli alanlarındaki karmaşıklığı ve değişkenliğini azaltabilmekte ve böylece genel merkezileştirme düzeyinin, aksi durumda olacağından daha yüksek olmasına izin verebilmektedir (Child, 1973: 183).

-*Yapılandırma*: Yapılandırma kuruluşun şeklinin çeşitli boyutlarını kapsayan bileşik bir kavram olarak ifade edilmiştir. Örneğin bu boyutlardan biri olan dikey yayılma, örgütsel hiyerarşideki seviyelerin sayısı ile ilgilidir.

Bir örgütün yapısı, içinde faaliyet gösterdiği bağlamla yakından ilişkilidir ve örgüt yapılarındaki farklılıkların çoğu, bağlamsal faktörlerle açıklanabilmektedir (Pugh, Hickson, Hinings, & Turner, 1969: 91). Ortamın veya teknolojinin istikrarsız olması nedeniyle iş rollerinin kolayca yapılandırılmadığı durumlarda, merkezileştirmenin bir kontrol stratejisi olarak benimsenebildiği ileri sürülmüştür. Ancak bu ikinci koşulların aynı zamanda bireylerin güç temellerini geliştirmeleri için bir fırsat da yaratabileceği ve bu durumda nispeten yüksek düzeyde kişilerarası pazarlık ve çatışma beklenebileceği ifade edilmiştir (Bruns & Waterhouse, 1975: 180).

Merkezileştirmenin örgütteki görevlerle de bağlantılı olabildiği ileri sürülmüştür. Örgütte yerine getirilmesi gereken görevlerle ilgili teknolojilerin mekanize olmadığı ve her hat amirinin ve birincil çalışma grubunun diğerlerinden bağımsız olduğu mağazalarda, belediye okullarında veya bina bakım ekiplerinde hat amirinin kontrolü yeterli olabilmektedir. Ancak iş akışı entegrasyonu, çok sayıda görevin birbirine bağlı olduğu üretim hattına veya otomatik aşamalara ulaştıkça, yalnızca komuta hattının uygulayabileceğinden daha fazla kontrole ihtiyaç duyulabilmektedir (Pugh, Hickson, Hinings, & Turner, 1969: 112). Bu durum merkezileşmemiş bir yapı gerektirebilmektedir. Gelişmiş üretim teknolojisinin merkezileştirici etkisinin aksine, destek fonksiyonlarını otomatikleştiren şirket içi bir bilgisayarın, öncelikle tesis yöneticisine özerklik verme şeklinde olsa da, merkezi olmayan yönetimi teşvik ettiği ileri sürülmüştür (Blau, Falbe, McKinley, & Tracy, 1976: 35).

Büyük ölçekli örgütler, bireylerin veya küçük grupların kapasitelerinin ötesindeki hedeflere ulaşmak için gelişmiştir. Bu örgütler çok sayıda ve çeşitli beceri ve kaynakların karmaşık mal ve hizmet üretim sistemlerine uygulanmasını mümkün kılabilir. Bu nedenle büyük ölçekli örgütler, özellikle karmaşık teknolojilere, yani birlikte arzu edilen bir mal veya hizmeti üreten insan-makine faaliyetleri dizisine uyarlanmıştır (Thompson & Bates, 1957: 325). Örgütün büyüklüğü sıklıkla örgütlerin bürokratik örgüt yapısı biçimlerini geliştirme derecesi üzerinde en büyük etkiye sahip olan özellik olarak gösterilmektedir (Child, 1973).

Teknoloji ve örgütün büyüklüğü arasındaki ilişkileri araştırmak üzere çeşitli araştırmalar yapılmıştır. A.B.D. ve Kanada'da faaliyet gösteren 27 işletme üzerinde yapılan araştırma sonucunda bulunan ilişkiler, kuruluşların teknolojik olarak daha sofistike hale geldikçe, daha büyük ve daha yapılandırılmış hale geldiklerini göstermiştir. Verilere göre iki ayrı örgüt yapısından bahsedilebilmektedir. Bunlardan biri daha sofistike bir teknolojiye, daha fazla çalışana, daha fazla işlevsel uzmana ve performansı düzenleyen sistem ve prosedürlere sahip merkezîyetçi bir yapıdır. Bir diğeri ise yapılandırılmış örgüt

ve kararlar için üstlere ve/veya bir üst kuruluşa bağlı sorumluluk merkezleriyle merkezileşen bir yapıdır. Elde edilen bir diğer sonuç örgüt büyüklüğü ve teknolojinin yapılanma faaliyetleriyle anlamlı ve pozitif yönde ilişkili olmasıdır (Bruns & Waterhouse, 1975).

Başka bir araştırmada örgütün büyüklüğünün örgütsel karmaşıklık düzeyi üzerinde baskın bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Karmaşıklık seviyelerinin ise aynı zamanda teknolojinin entegrasyonu ve otomasyonundan, kullanılan farklı işletim sahalarının sayısından ve kurumsal sınırlar arasındaki temaslardan da etkilendiği anlaşılmıştır (Child, 1973).

İngiltere ve İskoçya'da 6 farklı sektörden 82 firma üzerinde yapılan araştırmada rol uzmanlaşması ve işlevsel uzmanlaşmanın, o kadar güçlü olmasa da, boyuttan bağımsız olarak teknolojiyle ilişkili olduğu belirlenmiştir. Çalışmada teknoloji, ana iş akışına yardımcı bir kapasiteyle yakından bağlı olan bakım, iş akışı kontrolü ve taşıma/sevk gibi fonksiyonların organizasyonu ile ilgili bir faktör olarak ele alınmıştır. Temel olarak teknolojinin, muhasebe gibi faaliyetleri ana iş akışından uzaklaştırılmış olan personel fonksiyonlarının organizasyonu ile daha az ilişkisi olduğu ifade edilmiştir. Daha küçük örgütlerde, teknolojik ve yapısal değişkenler arasında genel olarak biraz daha güçlü bir bağlantı olduğu görülmüştür. Başka bir sonuç örgütün boyutunun, ölçülen yapının yönleriyle teknolojiden çok daha yakın bir ilişkiye sahip olduğudur (Child & Mansfield, 1972).

Blau vd. (1976) tarafından New Jersey kentinde faaliyet gösteren 110 imalat işletmesinde teknoloji ve örgüt yapısı incelenmiştir. Analiz sonuçları Aston çalışmalarının genel bulgularını doğrulamakla birlikte, Aston grubunun büyüklük, üretim teknolojisi ve idari yapı arasındaki etkileşim etkisine ilişkin hipotezini desteklememiştir.

### **3. Tavistock Enstitüsü Çalışması**

Birinci ve İkinci Dünya Savaşları zamanlarında psikologların ve diğer sosyal bilimcilerin savaşla ilgili sorunlara ve silahlı kuvvetlerin etkinliğine yardımcı olmak için neler yapabileceklerine olan ilgide büyük bir artış olmakla birlikte, spesifik olarak çok az sosyolojik çalışma mevcuttu. Ancak savaştan sonraki yıllarda üretkenlik konusuna duyulan ilginin artmasıyla sanayi alanında hükümetler tarafından sosyal araştırmaların finanse edilmesi bu alandaki araştırmaların sayısını arttırmıştır. Savaştan zarar görmüş askerlerin psikolojik sağlıklarını yeniden kazanmalarına ve sivil hayata dönmelerine yardımcı olmak için araştırmalar yapan Tavistock Kliniği ile ilişkili olan Tavistock İnsan İlişkileri Enstitüsü, klinik çatısı altında geliştirilen tedavi edici araç ve yöntemlerin



sanayideki örgütlerde de kullanılabileceği fikrini benimsemiştir (Brown, 1967; Mumford, 2000).

Tavistock Enstitüsünün sosyo-teknik sistem ile ilgili araştırmasının Birleşik Krallık Ulusal Kömür Kurulu'nun, Enstitü'den yüksek ve düşük verimli madenleri karşılaştırmasını istemesiyle başladığı söylenebilmektedir. Enstitü araştırmacıları, kısa kömür duvarları üzerindeki madencilerin, yeni teknolojiyi geleneksel grupların nispeten özerk bir şekilde çalışmasına izin verecek şekilde uyarladıklarını ve bunun sonucunda yüksek moral düzeyi, düşük iş gücü devri, düşük devamsızlık oranı ve yüksek üretkenlik sağladığını tespit etmiştir (Guest, Knox, & Warhurst, 2022). Araştırmacıların bulduğu sonuç, teknolojinin kömür çıkarılmasını kolaylaştırmasına rağmen madencilerin iş rollerinin sosyal yapısının, onların işbirliği yapmasını zorlaştıracak şekilde tamamen değiştiğiydi. Teknik sistem eskisine göre bir gelişme olsa da, teknik sistemin kullanımının sosyal sistem olan sıkı bir şekilde organize edilmiş iş rolleri sistemini bozması halinde, sonucun genel çalışma sisteminin optimal altı performansı olacağını göstermek amacıyla sosyo-teknik terimini ortaya atmışlardır (Eason & Abdelnour-Nocera, 2009). Dolayısıyla söz konusu çalışmada araştırma ekibinin yapmış olduğu gözlemlerden sosyoteknik sistem (STS) kavramı doğmuş ve kuruluşların STS olarak kabul edilmesi durumu ortaya çıkmıştır. Güçlü bir destek alan, ama aynı zamanda sert eleştirilere de yol açan bu yeni kuramsal yaklaşım, Avrupa çapındaki işyerlerinde pratik deneyleri tetiklemiş ve çalışma yaşamının kalitesi hakkında daha sonraki düşünce ve araştırmalar üzerinde büyük bir etkiye sahip olmuştur (Guest, Knox, & Warhurst, 2022). Sosyo-teknik sistem kavramı, herhangi bir üretim sisteminin bir teknolojiyi (makine, tesis yerleşimi, hammaddeler) ve teknolojiyi kullanmaktan sorumlu operatörü (işgöreni) hem teknolojiyle hem de birbirleriyle ilişkilendiren bir iş-ilişki yapısını gerektirdiği gerçeğine dayanmaktadır (Cooper & Foster, 1971: 467).

Tavistock İnsan ilişkileri Enstitüsü'nde görev yapan araştırmacılara göre, örgüt sosyal ve teknik yapıya sahip bir sistemdir. Bu sistemde, örgütün amaçlarına ulaşabilmesi için insanların sorumlu olduğu faaliyetler örgütte kullanılan teknolojiler etrafında yapılandırılmış ve teknoloji ile bütünleştirilmiştir (Ergeneli, 2006:79). Sosyo-teknik sistem, sosyal sistem ve teknik sistem olmak üzere birbirine bağlı iki alt sistemden oluşmaktadır. Sosyal sistem örgütsel kültürü, kişilerarası ilişkileri, değerleri, inançları, motivasyonları, etkileşim kalıplarını, öğrenmeyi ve değişikliklere uyum sağlamayı kapsamaktadır. Teknik sistem ise mekanik tesisleri, teknik yöntemleri ve mesleki bilgiyi kapsamaktadır (Wu & Hwang, 2010). Teknoloji, iş yapısı türüne yönelik talepleri mümkün kılabilir. İş yapısının kendisi de yapılacak göreve ilişkin olarak kendine özgü gereksinimleri yaratan sosyal ve psikolojik özelliklere sahip olabilmektedir

(Cooper & Foster, 1971: 467). Böylelikle sosyo-teknik yaklaşımda örgüt içerisinde görev yapan insanlar ile örgütte kullanılan makine ve cihazlar arasındaki ilişkiye odaklanılarak yapılan işlerin hem sosyal hem de teknik yönleri ön plana çıkarılmıştır (Ergeneli, 2006: 81).

Sosyo-teknik tasarım ilk geliştirildiğinde, bu tasarım insanların zekâsını ve becerilerini optimize etmenin ve bunları yaşama ve çalışma şeklinde devrim yaratacak şekilde yeni teknolojilerle ilişkilendirmenin bir aracı olarak görülmekteydi. Bireylerin ve grupların değişen ortamlardaki yeni zorluklarla başa çıkmak için yeniden organize olabileceği ve yeniden gelişebileceğine ve bu değişim sürecinin çok zorlu olmasına gerek olmadığına inanılmaktaydı. Sosyo-teknik tasarımın uygulayıcıları önemli gördükleri iki hedefe ulaşmaya çalışmışlardır: işlerin yeniden tasarlanması yoluyla işi insanileştirme ihtiyacı ve işyerinde demokrasi. Bu hedefleri gerçekleştirmek için sosyo-teknik tasarımın amacı her zaman “sosyal ve teknik sistemlerin ortak optimizasyonu” olmuştur (Mumford, 2000).

Makineleşme düzeyi (makinenin insan becerilerini taklit etme derecesi) muhtemelen teknolojinin sosyal sistem değişkenlerini etkileyen en önemli özelliğidir. Örneğin seri üretimde insan operatör, temelde mekanik bir rol olan makineye bağlıdır. Ancak birçok otomatik akış teknolojisinde, operatör yalnızca teknolojiden bağımsız olarak işlev görmekle kalmaz, aynı zamanda teknoloji üzerinde bir miktar kontrole de sahiptir. Teknoloji aynı zamanda sosyal sistemin mekânsal ve zamansal karakterini de belirleyebilmektedir. Örneğin otomobil montaj hatları, dengeli sosyo-teknik sistemler olarak pek tanımlanamayacak olsa da, yüksek düzeyde üretimin elde edilmesini sağlayabilmektedir. Bu tür üretim sistemlerin sosyal ve teknik yönleri arasındaki entegrasyonun eksikliği, genellikle düşük düzeyde çalışan morali ve uyumuna (devamsızlık ve iş gücü devri) yansıtılmaktadır. Başka bir deyişle sosyo-teknik birim, asli görevinin gerektirdiği mal ve hizmetlerin yanı sıra sosyo-psikolojik sonuçlar da üretebilmektedir (Cooper & Foster, 1971: 469-472). Bunun yanı sıra teknik sistemlerin örgüt içerisindeki bilgi, teknik, araç ve faaliyetleri içerdiği ve çalışanların psiko-sosyal durumları ve örgütün yapısı üzerinde bir etkiye sahip olabileceği ifade edilmiştir (Ergeneli, 2006: 84).

Sosyo-teknik çalışmaların mikrodan makroya, birbiriyle ilişkili üç geniş düzeyde yürütülmesi gerektiği ileri sürülmüş olup, bu düzeyler aşağıda gibi sıralanmıştır (Trist, 1981):

1) Birincil çalışma sistemleri: Bu sistemler, bir bölüm veya hizmet birimi gibi tüm bir örgütün tanımlanabilir ve sınırlı bir alt sisteminde yer alan faaliyetler dizisini yürüten sistemlerdir.

2) Bütün organizasyon sistemleri: Bir sınırdaki bunlar fabrikalar veya kendi başına ayakta durabilen eşdeğer işyerleri bu sistemlere örnek verilebilmektedir. Diğer tarafta ise tüm şirketler veya kamu kurumları da bu kapsamda değerlendirilebilmektedir.

3) Makro-sosyal sistemler: Bu sistemler, topluluklardaki ve endüstriyel sektörlerdeki sistemleri ve toplumun genel düzeyinde faaliyet gösteren kurumları içermektedir.

Sosyal ve teknik sistemler insanlar ve ekipmanlardan oluşan asli faktörler olarak ele alınmıştır. Ekonomik performans ve iş tatmini düzeyinin temel faktörler arasındaki uyumun iyiliğine bağlı olduğu ileri sürülmüştür. Uygun teknoloji hareketinin ortaya çıkışı, teknoloji seçimi sorununu yeni bir şekilde gündeme getirerek sosyo-teknik çalışmaların kapsamını genişletmiştir. Uygun teknoloji ile ifade edilen, mevcut toplam koşullara en iyi uyan teknolojidir (Trist, 1981: 53).

Fabrikalarda kullanılan bilgisayar gibi teknolojik araçların, fabrikada çok düzeyli hiyerarşilerin gelişmesini ve yetkinin şirket genel merkezinden fabrika yöneticilerine kadar dağıtılmasını teşvik ettiği ileri sürülmüştür. Diğer yandan fabrika yapısındaki söz konusu değişikliklerin yalnızca teknolojideki ilerlemelerin sonucu sayılamayacağı, teknolojinin çağdaş sosyal koşullarla karmaşık şekillerde etkileşime girdiği de ifade edilmiştir (Blau, Falbe, McKinley, & Tracy, 1976: 39).

Sosyo-teknik tasarım açısından bakıldığında, yukarıda bahsedilen çalışmalar etkili çalışma sistemlerinin tasarlanmasında genellikle bir seçim unsuru olduğunu ve bu seçimin sosyal ve teknik sistemlerin karşılıklı bağımlılığını dikkate alması gerektiğini göstermektedir. Ancak bu karşılıklı bağımlılığın derecesi üretim sistemleri arasında farklılık göstermektedir. Kömür ve tekstil işletmelerinde, karşılıklı bağımlılık derecesi çok yüksektir ve verimlilik, sistemin sosyal ve teknik yönleri arasındaki entegrasyonun (ya da entegrasyon eksikliğinin) doğrudan bir fonksiyonudur. Diğer üretim sistemlerinde ise sosyal ve teknik yönler arasındaki karşılıklı bağımlılık derecesinin daha az belirgin görünebildiği ileri sürülmüştür (Cooper & Foster, 1971: 472).

#### **4. James Thompson Temel Teknoloji Araştırması**

Thompson 'toplumların büyüklüğünü ne belirler?', 'genişlemelerine veya daralmalarına neden olan şey nedir?', 'toplumlar yeni, tek bir toplum halinde nasıl birleşir?', 'üyelerin belirli bir toplumla olan bağlılıkları veya psikolojik özdeşleşmeleri nasıl açıklanabilir?' sorularına cevap aramıştır (Thompson, 1974).

Ulus-devletlerin ileri teknolojiler hammadde ve mamul malların taşınmasına, makineleşmeye ve hayvansal olmayan enerji biçimlerinin üretime uygulanmasına ve ölçek ekonomilerine dayandığında geliştiği ileri sürülmüştür. Örneğin ileri teknolojiler, büyük nehir havzalarının aslında tek bir sistem olduğu ve bölünemez olmaları nedeniyle çok sayıda aile ve diğer kuruluşlar için ortak bir kaynak oluşturdukları gerçeğinin kabul edilmesini zorunlu kılmıştır. Yüksek enerji teknolojisi için daha büyük üretim ve tüketim birimlerini gerekli kılan ölçek ekonomileri, bu altyapı gereksinimleriyle birlikte, ulus devletten daha küçük herhangi bir karşılıklı bağımlılık tabanının yetersiz olduğu anlamına geldiği ifade edilmiştir (Thompson, 1974). Teknolojik gelişmenin, personel ve ekipmanın daha fazla uzmanlaşmasını gerektirerek bir örgütün heterojenliğine katkıda bulunduğu ileri sürülmüştür (Thompson & Bates, 1957: 343). Eğer teknolojik karşılıklı bağımlılık, yönetim ve toplum birbiriyle ilişkilirse, ancak izomorfik değilse, o zaman birindeki önemli bir değişiklik diğerleri için bir gerginlik kaynağı haline gelebilmektedir. Ulusların içinde ve uluslararası son zamanlarda yaşanan krizlerden bazıları muhtemelen bu tür gerginlikleri yansıtmaktadır (Thompson, 1974).

Aşağıdaki değişkenlerin politika oluşturmayı etkileyen koşullar olarak özellikle önemli olduğu görülmektedir:

(1) Üründe ifade edildiği şekliyle hedefin somutluk derecesi. Bu bir somutluk meselesidir ve ürünün tanımlanabileceği kesinlik, tanımlanabilecek özgüllük ve ne ölçüde ölçülüp değerlendirilebileceği gibi sorularla sözlü olarak ifade edilmektedir. Ürün, madenden çıkarılan malzeme gibi somutsa ve teknolojinin uyarlanamaz olması nedeniyle, politikayla ilgili en büyük endişeler çevrenin ürünü reddetmesi veya vazgeçebilmesi olasılığı olacaktır.

(2) Hedefle ilişkili teknolojinin uyarlanabilirliği. Burada soru, uygun makinelerin, bilginin, becerilerin ve hammaddelerin diğer ürünler için ne ölçüde kullanılabilirliği. Ürün ve teknoloji uyarlanabilirse, politikayla ilgili temel kaygılar ne zaman yeni ürünlere geçileceği ve teknolojinin olası alternatif kullanımlarından hangisinin en uygun fırsatları sunacağı olacaktır. Ürün soyutsa ve teknoloji uyarlanabilirse, kuruluş yine çevresine büyük ölçüde uyum sağlayabilir ve temel politika oluşturma sorunu, hedefler ve bu hedeflere ulaşmak için teknolojilerin uygun şekilde uygulanması konusunda anlaşmaya varmak olacaktır. Ürün soyut, ancak teknoloji uyarlanamıyorsa, hedeflerin çevresel olarak yeniden tanımlanması örgüt için ciddi bir tehdit oluşturabilir, çünkü teknoloji yeniden tanımlanmış hedeflere yalnızca belirli sınırlar dahilinde uyarlanabilmektedir (Thompson & Bates, 1957: 329-330).

Teknolojideki değişikliklerin değişimdeki ana faktörler olduğunu iddia etmek için, teknoloji dereceleri veya türleri arasında ayırım yapılması gerekmekte olup,

en yaygın ayırım sanayi öncesi ve endüstriyel teknolojiler arasındadır (Thompson, 1974: 7). Her ne kadar mekanik hem eski hem de modern teknolojinin çoğunun temeli oluştursa da insan varlığının büyük bir kısmında mekanik olgular, teorik anlayış açısından pek fazla fark edilmeden tanınmış ve kullanılmıştır. Sanayi ve tarih öncesi dönemlerde teknolojiye ilerlemeler teoriye değil, ampirik gözlemlere dayanmaktaydı. Modern teknolojiye ise teknolojinin yaratılmasında ve üretiminde bilimin baskın rolü ortaya çıkmıştır (Cotterell & Kamminga, 1990: 11).

Teknoloji, örgüt ve yönetim arasındaki genel ilişkilere ilişkin aşağıdaki argümanlar ileri sürülmüştür (Thompson & Bates, 1957: 342-343):

-Belirli bir teknolojiyle aşırı özdeşleşmiş bir kuruluş, aynı amacı güden diğer kuruluşlar tarafından daha etkili teknolojilerin benimsenmesi nedeniyle belirli bir ürünü üretme fırsatını kaybedebilmektedir.

- Bir teknolojiye uzmanlaştıkça, kuruluşun bir hedeften diğerine geçme esnekliğinin azaldığı görülebilmektedir. Örneğin, belirli bir sektörden çekilmek isteyen şirket, o sektöre uygulandıktan sonra kaynaklarını artık yeniden düzenleyemez, bunun yerine bir bölümü veya yan kuruluşu bir birim olarak başka bir şirkete satabilmektedir.

- Bir teknoloji daha karmaşık hale geldikçe, yeni bir kuruluşun bir alana girişi daha zor hale gelebilmektedir. Giriş genellikle ya fazla ve çeşitli kaynaklara sahip mevcut bir kuruluşun bu kaynakların bir kısmını yeni bir alana kaydırması veya yeni bir teknolojinin ortaya çıktığı bir zamanda yeni bir kuruluşun kurulması durumunda gerçekleşebilmektedir. Bu durumda yeni kuruluş kendini yeniden öğrenme ve yeniden donatma sorunlarından kaçınarak yeni bir teknolojiye yerleşik bir kuruluşa göre daha avantajlı bir şekilde yararlanabilmektedir.

- Bir teknoloji devam ettikçe, belirli herhangi bir kuruluş, toplam teknolojik süreç üzerinde daha az kontrole sahip olma, toplam süreçteki önceki veya sonraki işlemler (kaynaklar vb. için) açısından diğer kuruluşlara daha fazla bağımlı olma eğiliminde olabilecektir. Bu da yine hedeflere karar verme ve kaynakları yönetme konusundaki esnekliği azaltma eğilimindedir.

-Yeni teknolojiye adapte olan bir kuruluş, yerleşik prosedür ve stratejilerin her zaman tatmin edici bir şekilde üstesinden gelemeyeceği yeni kaynak yönetimi sorunlarıyla karşı karşıya kalacaktır. Dolayısıyla doğaçlama ve sürekli öğrenme bu tür kuruluşların karakteristik özelliği olacaktır.

-Teknolojik gelişme, personel ve ekipmanın daha fazla uzmanlaşmasını gerektirerek, bir kuruluşun heterojenliğini artırabilmektedir. Daha önce tek bir kişi ya da grupta toplanmış olan ilgili beceri ve bilgiler bölünebilmektedir. Bu tür bölücü gelişmeler şüphesiz bir faaliyet alanında daha fazla hassasiyete olanak

tanırken, aynı zamanda çeşitli faaliyetlerin entegrasyonuna duyulan ihtiyacı ve bu konudaki endişeleri de arttırabilmektedir.

-Artan teknolojik karmaşıklık, her biri kendine özgü değerleri ve etik kuralları olan profesyonel ve teknik toplumların ve derneklerin çoğalmasıyla birlikte gelir. Dolayısıyla, örgüt üyelerinin bir mesleğe ve aynı zamanda örgüte sadakat veya bağlılık duymaları, örgütün taleplerinin mesleğin talepleriyle çatışma olasılığının artması ve aynı zamanda bireysel çalışanın mesleğin yaptırımlarını kullanarak örgüte taleplerini kabul ettirme fırsatının artması daha olasıdır.

-Son olarak uzmanlaşmanın yaygınlaşması, örgüt üyelerinin kendi aralarında farklılaşması ve dolayısıyla bölünmenin gelişmesi için ek dayanaklar sağlayabilmektedir.

Thompson (1974: 19) tarihsel olarak algılanan ihtiyaçların doğaya boyun eğmekten fiziksel dünyaya doğru kaydığının varsayılabildiğini, bu nedenle bu tür bir hâkimiyeti sağlayan teknolojilerin, etnik köken, din veya hırslardan daha öncelikli hale gelebildiğini ileri sürmüştür. Dolayısıyla, gelecekteki durumların öngörülmesi daha önemli hale gelirken, geçmiş memnuniyetler veya gelenek daha az önemli olabilmekte ve fiziksel dünya üzerinde artan bir hâkimiyet vaat eden teknolojiler takip edilebilmektedir.

## **5. Charles Perrow Araştırması**

Perrow, teknolojiyi örgütün belirleyici faktörü olarak kabul etmiştir. Teknolojinin bağımsız bir değişken, işlerin yapılmasına yönelik düzenlemelerin ise bağımlı değişkenler olduğunu ileri sürmüştür. Bu nedenle örgütlerin, belirli süreçler veya alt bölümlerle uğraşmak yerine (Blau ve Thompson'ın önerdiği gibi) 'bir bütün olarak' incelenmesi gerektiği ifade edilmiştir (Bhandari, 2020). Bu bakış açısının dört özelliği vardır. Birincisi, teknoloji veya örgütlerde yapılan iş, örgütlerin tanımlayıcı özelliği olarak kabul edilmektedir. İkincisi, bu bakış açısı teknolojiyi bağımsız bir değişken olarak ve yapıyı bağımlı bir değişken olarak ele almaktadır. Teknolojinin her bakımdan bağımsız bir değişken olması gerektiği iddiasında bulunulmamaktadır. Üçüncüsü, bu bakış açısı, yalnızca belirli süreçler veya alt bölümlerle ilgilenmek yerine, örgütü bir bütün olarak kavramsallaştırmaya çalışmaktadır (Perrow, 1967: 194-195).

Perrow'a (1967) göre teknolojinin örgüt yapısıyla doğrudan ilgili görünen iki yönü bulunmaktadır. Bunlardan biri görevde karşılaşılan istisnai durumların sayısıdır. Başka bir ifadeyle teknolojinin bu yönü, işle ilgili ortaya çıkan durumun tanıdık ya da farklı olarak algılanma derecesidir. Teknolojinin ikinci yönü ise istisnalar ortaya çıktığında bireyin üstlendiği arama sürecinin doğasıdır. Bu da rutin ve rutin olmayan şeklinde ikiye ayrılmaktadır. Rutin teknolojilerde yöneticilerin çok az takdir yetkisi veya gücü vardır ve koordinasyon önceden

belirlenmiş planla gerçekleştirilir, bu da aşağı doğru dikey görev iletişimiyle karakterize edilen bir örgüt yapısına işaret etmektedir. Dolayısıyla rutin teknolojilerin yüksek derecede kesinlik ve karşılaşılan görev ve tekniklerin öngörülebilirliği durumuyla ilişkili olduğu ifade edilmiştir. Rutin olmayan teknolojilerde ise denetmenler orta derecede takdir yetkisine ve güce sahiptir, hem plan hem de geri bildirim yoluyla koordinasyon sağlanmakta ve denetmenler ile teknik yönetim arasında orta derecede bir karşılıklı etkileşim bulunmaktadır. Bu durum, rutin veya seri üretim teknolojilerine kıyasla daha fazla miktarda yatay görev iletişimine işaret etmektedir (Randolph & Finch, 1977).

Örgüt üyelerinin önceden sosyalleşmesi, teknoloji ile yapı arasındaki bağlantısını oluşturmaktadır. Rutin işler, doğal olarak mekanik yapıyı benimseyen bireyi çekerken, rutin olmayan işler genellikle sosyal sınıfta daha yüksek olan, hem üst hem de ast olarak iş için daha demokratik bir örgütlenme biçimini tercih eden bireyleri çekebilmektedir (Mohr, 1971: 449). Görev yönetilebilirliği ile katılımcılık arasında bir ilişki olduğu ölçüde, bu en azından kısmen sosyal sınıf tarafından açıklanabilmektedir. Buradan çıkan sonuç, iş türü ne kadar rutinsen, önceki sosyalleşmeleri onları katılımcı olmayan bir denetim tarzı beklemeye ve kabul etmeye yönlendiren denetçilere ve astlara sahip olma olasılığının da o kadar yüksek olduğu yönündedir (Mohr, 1971: 455). Teknoloji rutin olmaktan çıktıkça, çalışanlardan beklenen nitelikleri artabilmekte, çalışanlar arasında kurallara uyma daha az yaygın olabilmekte, çalışanların karar alma süreçlerine katılımı genişleyebilmekte ve kontrol alanı da daralabilmektedir (Gerwin, 1979).

Kitle üretim tekniği ilk olarak Ford isimli otomotiv firmasının A.B.D.'deki Detroit kentindeki fabrikasında uygulanmaya başlanmıştı. Bu teknik sadece imalat sektöründe değil hizmet sektöründe de uygulanmıştır (Ergeneli, 2006: 24-25). Önceleri seri üretim teknolojisinin yükselişi büyük ölçüde işin rutinleşmesine dayanmaktaydı ve sanayi merkezlerine taşınan eğitimsiz göçmenler için cazip ölçüde istihdam sağlamaktaydı. Seri üretim tesisleri, küçük partili fabrikalara göre çok daha büyüktü ve birçok kişiye iş imkânı sağlamaktaydı, ancak zanaatkâr veya denetçi olarak terfi edebilmek için çok az fırsat mevcuttu. Bu nedenle, seri üretim tesislerinde rutinleşme ve bunun yapısal sonuçları, zaman içerisinde hayal kırıklığı yaratmış ve böylece endüstriyel işçi hareketinin büyümesini teşvik etmiştir (Blau, Falbe, McKinley, & Tracy, 1976: 38).

Perrow, geliştirdiği modelde (bkz. Şekil 1) teknolojilerin iki boyutta değişebileceğini varsaymıştır. Birincisi, hammaddelerin homojenlik derecesi, işte ortaya çıkan istisnai durumların veya sorunların sayısı ile ilişkilidir. İkinci boyutu, yani ham maddelerin anlaşılma derecesi, ortaya çıkan problemlerin mantıksal yollarla mı yoksa sezgiyle mi çözüldüğüyle ilgilidir (Gerwin, 1979).

## Görevlerin Analiz Edilebilirliği

		Yüksek	Düşük
İstisnaların Sayısı	Düşük	Rutin 1	2
	Yüksek	4	3 Rutin <u>Olmayan</u>

Şekil 1. Perrow'un teknoloji ve yapı modeli

**Kaynak:** (Corso, Martini, Pellegrini, Massa, & Testa, 2006)

Şekil 1'de gösterilen Hücre 1'deki görevler birkaç istisna dışında tekrarlayan ve bilinen görevlerdir. Bu görevlerin üstesinden gelmek için bilinen rutinler vardır (yüksek analiz edilebilirlik). Perrow ayrıca, bu tür görevlerle karşı karşıya kalan kuruluşların, çalışan davranışlarını kontrol etmek için prosedür ve işletim kılavuzlarına, iş kodlamasına ve katı raporlama hatlarına ve hesap verebilirliğe güvenebileceklerini savunmuştur.

Hücre 3 rutin olmayan durumu temsil etmektedir. Bu kısımda resmi ve bürokratik kontrollerin performansı kontrol etmede etkili olmayacağı öngörülmektedir. Görevlerin 'programlanamaz' oluşu nedeniyle davranışların, istenen eylemleri önceden belirleyen prosedürler uygulanarak veya denetçiler kullanılarak bireysel eylemler izlenerek kontrol edilemeyeceği ileri sürülmüştür.

Geri kalan iki durum (Hücre 2 ve 4), hangi kontrol biçimlerinin en etkili olacağını tahmin etmenin daha zor olduğu görev ortamlarını içermektedir. Görevler çok az çeşitliliğe sahip olabilir, ancak dönüşüm sürecinde belirsizlik sergileyebilmektedirler (Hücre 2); diğerleri çok az belirsizliğe sahip olmanın yanı sıra çok fazla çeşitliliğe de sahip olabilmektedir (Hücre 4).

Teknolojinin yapının biçimsel mi yoksa biçimsel olup olmadığını, çeşitli mi yoksa nispeten basit bir iş bölümüne mi sahip olduğunu belirleyebileceği öne sürülmüştür. Eğer teknoloji rutinleştirilebilirse, koordinasyonun da planlanabileceği ve muhtemelen programlanabileceği ifade edilmiştir (Hage & Aiken, 1969).



Rutin olmayan teknolojilerin dikey görev iletişiminden ziyade yatay görev iletişimini ortaya çıkardığı iddiasının temel argümanı, görevlerin önceden iyi planlanamaması ve koordinasyonun makine süreçlerinden ziyade insan süreçleriyle gerçekleştirilmesidir (Randolph & Finch, 1977). Rutin teknoloji kullanan firmalar kurumsal çeşitlilikten en az faydayı sağlarken, zanaat teknolojisi kullananlar orta düzeyde fayda sağlayacaktır. Mühendislik üretim teknolojisi kullanan firmalar orta derecede çeşitliliğe ihtiyaç duymaktadır. Çeşitlilikten en fazla fayda sağlayacak kuruluşlar rutin olmayan teknolojiye sahip olanlar olacaktır (Benibo, 1997).

A.B.D.'de 19 imalat işletmesinde yapılan araştırma sonucunda bir imalat organizasyonunun teknolojik değişikliklere yanıt olarak içyapısını ne ölçüde değiştirebileceği veya değiştireceği boyutunun, seri üretim tekniklerini kullanmaya ne ölçüde kararlı olduğuna bağlı olabileceği ifade edilmiştir (Reinmann, 1977). Bu sonuca göre seri üretime dayalı üretim tekniği uygulamaya karar veren bir örgüt, yapısını seri üretim teknolojisine uygun hale getirme eğiliminde olabilecektir. Baka bir çalışma sonucunda iş akışı ne kadar rutin olursa, temel örgütsel konulardaki karar alma süreçlerinin de o kadar merkezileştiği ortaya çıkmıştır. Rutin görevlerde belirsizlik az olduğundan merkezi yönetim tarafından belirlenen kurallar örgüt genelinde geçerli olabilecektir. Nispeten rutin bir teknolojiye sahip kuruluşlarda, personelin hizmet kalitesi ve personel moralinden ziyade verimlilik ve müşteri sayısına daha fazla önem verildiği ortaya çıkmıştır (Hage & Aiken, 1969).

Randolph ve Finch, (1977) tarafından yapılan çalışmada teknoloji daha fazla plan ve/veya makine sürecine dayalı hale geldikçe (yani, daha az istisna oldukça ve sorunlar daha fazla analiz edilebildikçe), görev iletişimine olan ihtiyacın azalacağı hipotezi desteklenmiştir. Ancak bu sonucun yakınlık (belirli bir birimde çalışan başına düşen alanın metrekare sayısı), hareketlilik (çalışanların görevlerini yerine getirirken hareket etme derecesi) veya görevlerin birbirine bağımlılığından da etkilenebileceği ifade edilmiştir.

Perrow tarafından geliştirilen modelin örgüt kuramındaki önemine rağmen modele ilişkin çok fazla ampirik çalışma bulunamamıştır. Perrow'un örgüt yapısı ve teknoloji arasındaki ilişkilere dayanarak oluşturduğu modeldeki boyutları operasyonel hale getirmenin zorluğundan dolayı, makro organizasyonel seviyedeki ampirik teknoloji araştırmalarında çok fazla kullanılmadığı ileri sürülmüştür (Reinmann, 1977).

## SONUÇ

Kurumlar dış çevreden etkilenen yapıya sahiptir. Örgüt Kuramı kapsamında yapılan çalışmalarda dış çevrenin kurumların yapısını nasıl etkilediği araştırılmıştır. Çalışmalarda ele alınan dış çevre faktörlerinden biri teknolojidir. Bir işletmede/kurumda kullanılan teknolojik araç, gereç ve yöntemlerin örgüt yapısını önemli ölçüde etkilediğine yönelik bulgular elde edilmiştir (Hickson, Pugh, & Pheysey, 1969; Harvey, 1968; Pfeffer&Leblebici 1977; Foo, 1997; Mohr,1971; Bruns & Waterhouse, 1975; Child, 1973; Child & Mansfield, 1972; Perrow, 1967; Reinmann, 1977; Hage & Aiken, 1969). Teknoloji-Örgüt yapısı arasındaki ilişkilerin araştırılması sosyo-teknik sistem kavramını ortaya çıkarmıştır. Sosyo-teknik sistemler örgütte kullanılan teknoloji ile örgüt çalışanlarının çalışma şekilleri ve davranışları arasındaki ilişkileri araştırmıştır. Sosyo-teknik sistemlere ilişkin bir teori tasarlanmanın başlangıç noktası, neredeyse hiç kimsenin teknik toplum hakkında genel bir anlayışa sahip olmadığı gözlemdir; bu durum uzmanlar için olduğu kadar sıradan insanlar için de geçerli olabilmektedir. Özellikle mühendisler işlerinin sosyal kaygılarını göz ardı etme eğilimindeyken, sosyal bilimcilerin teknoloji hakkında pek fazla bilgi sahibi olmadığı ve teknik nesnelerin yapay gerçekliğini dikkate alma konusunda isteksiz olduğu ileri sürülmüştür (Ropohl, 1999).

Teknolojinin örgüt yapısı üzerindeki etkileri konusundaki anlaşmazlığın önemli bir nedeni, geçen yüzyıldaki teknik gelişmelerin fabrika yapılarını basit, doğrusal bir şekilde etkilememiş olmasıdır. Bazı fabrikalar ilk kez bu yüzyılın başlarında uygulamaya konan seri üretim yöntemlerini kullanırken, diğerleri daha önceki günleri hatırlatan küçük parti teknolojilerini kullanmaya devam etmekte, bazıları ise 2. Dünya Savaşı öncesinde ön plana çıkan süreç teknolojilerini kullanmaktadır. Bu farklı üretim teknikleri günümüzde geniş kullanım alanına sahip olduğundan, bunların tarihsel etkileri ve daha yeni bilgisayar teknolojilerinin etkileri, mevcut kesitsel karşılaştırmadan çıkarılabilmektedir (Blau, Falbe, McKinley, & Tracy, 1976: 38).

Karl Marx'ın yazılarından etkilenen emek süreci teorisyenleri, yönetimin, emek süreci üzerinde kontrol sağlamak ve onu zanaat ve üretim işçilerinin elinden almak için yeni işyeri teknolojisini sunduğuna inanmaktadır. Gelişmiş teknolojilerin yöneticilerin eline daha fazla güç verdiği, hiyerarşik ve otoriter kültürü körüklediği de ileri sürülmüştür (Liker, Haddad, & Karlin, 1999: 583-587). Oysa Blau ve arkadaşlarına (1976: 39) göre bilgisayar gibi teknolojik araçlar, işyerlerinde çok düzeyli hiyerarşilerin gelişmesini ve yetkinin üst yönetimden diğer yöneticilere kadar dağıtılmasını teşvik etmektedir. Mumford (2000) bununla ilişkili olarak teknik sistemler devreye girerken insan ihtiyaçlarının unutulmaması gerektiğini ifade etmiştir. Mümkün olduğunca

sosyal ve teknik konulara eşit bir şekilde ağırlık verilmesi gerektiği önemli bir tasarım ilkesi olarak kabul edilmiştir (Mumford, 2000).

Teknolojinin örgüt içinde yaygınlaşmasının günümüzde yönetim için gerekli olan temel beceri olan işletme yönetiminde uzmanlaşmak yerine teknoloji konusunda uzmanlaşmanın yerine alacağı iddia edilmiştir (Foo, 1997). Teknoloji çağında teknolojiye direnmek özel girişimlerin rekabet etme gücünü olumsuz etkileyeceğinden bu direnme söz konusu girişimlerin teknolojiyi benimseyen rakiplerinin karşısında varlığını tehlikeye atabilecektir. Kamusal alanda faaliyet gösteren kâr amaçlı olmayan kurumlar ise teknolojik yeniliklere direnç gösterdiğinde toplumun ihtiyaçlarını gidermede zaman ve kaynak açısından yetersiz olabilecektir. Dolayısıyla teknolojik yeniliklerin dışında kalmak yerine teknolojiyi takip ederek benimsek kurumlara önemli katkılar sunabilecektir. Ancak kullanılacak teknolojiye göre örgüt yapısının yeniden tasarlanması söz konusu olabilmektedir. Teknolojinin çok yaygın olmadığı geçmiş zamanlarda işletmelerin kullandığı, günümüz teknolojik araçlarına göre düşük teknoloji araçlarının kullanımının bile örgütün yapısını önemli ölçüde değiştirdiği dikkate alındığında, yüksek teknolojik araç, cihaz ve yöntemlerin kullanımının örgüt yapısı üzerindeki etkisini dikkate almanın gerekliliği anlaşılabilmektedir. Örneğin rutin teknolojiler kullanıldığı takdirde kural ve prosedürlerin daha sıkı olduğu merkezîyetçi bir örgüt yapısı daha başarılı olabilirken, rutin olmayan teknolojilerin kullanıldığı örgütlerde katılımcı, çok sayıda kuralın olmadığı esnek bir yapı daha başarılı olabilmektedir. Sosyo-teknik sistem anlayışına göre ise kullanılan teknolojiye göre çalışanların aralarındaki iş ilişkileri, örgüt kültürü, gibi genel olarak insan kaynakları yönetimi kapsamında giren konuların gözden geçirilmesi gerekmektedir. Kullanılan teknolojiye göre bireysel çalışmalar ya da ekip çalışması yapılması önerilebilmektedir.

Teknoloji-örgüt yapısı konusunda yöneticilerin dikkate alması gereken temel nokta, kullanılan teknolojiye uygun bir örgüt yapısının oluşturulması ve insan ilişkileri ve yönetim tarzının da bu yapıya ve teknolojiye göre tasarlanmasıdır. İnsan-örgüt-teknoloji arasındaki uyum sağlandığı takdirde kullanılan teknolojiden yüksek düzeyde verim alınabilmekte, bu durum da örgütün başarısını olumlu yönde etkileyebilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Aldrich, H. E. (1972). Technology and Organizational Structure: A Reexamination of the Findings of the Aston Group. *Administrative Science Quarterly*, 17(1), 26-43.
- Benibo, B. R. (1997). A technology-contingency framework for a productivity-oriented workforce diversity. *SAM Advanced Management Journal*, 62(2), 28-33.
- Bhandari, M. P. (2020). Theories and Contemporary Development of Organizational Perspectives in Social Sciences. The development of organizational theory and the emergence of challenges to the traditional rational approaches to understand the organization. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Finansów i Prawa w Bielsku-Białej*, 24(1), 14-19.
- Blau, P. M., Falbe, C. M., McKinley, W., & Tracy, P. K. (1976). Technology and Organization in Manufacturing. *Administrative Science Quarterly*, 21(1), 20-40.
- Brown, R. K. (1967). Research and consultancy in industrial enterprises: A review of the contribution of the Tavistock Institute of Human Relations to the development of industrial sociology. *Sociology*, 1(1), 33-60.
- Bruns, W. J., & Waterhouse, J. H. (1975). Budgetary control and organization structure. *Journal of Accounting Research*, 13(2), 177-203.
- Child, J. (1972). Organization Structure and Strategies of Control: A Replication of the Aston Study. *Administrative Science Quarterly*, 17(2), 163-177.
- Child, J. (1973). Predicting and Understanding Organization Structure. *Administrative Science Quarterly*, 18(2), 168-185.
- Child, J., & Mansfield, R. (1972). Technology, size, and organization structure. *Sociology*, 6(369), 369-393.
- Cooper, R., & Foster, M. (1971). Sociotechnical systems. *American Psychologist*, 26(5), 467-474.
- Corso, M., Martini, A., Pellegrini, L., Massa, S., & Testa, S. (2006). Knowledge management systems and task uncertainty: Is Perrow's model a good lens? *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 3(4), 438-457.
- Cotterell, B., & Kamminga, J. (1990). *Mechanics of pre-industrial technology: An introduction to the mechanics of ancient and traditional material culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Donaldson, L. (1976). Woodward, technology, organizational structure and performance: A critique of the universal generalization. *THE Journal of Management Studies*, 13(3), 255-273.

- Donaldson, L., & Luo, B. N. (2013). The Aston Programme Contribution to Organizational Research: A Literature Review. *International Journal of Management Reviews*, 16(1), 84-104.
- Eason, K., & Abdelnour-Nocera, J. (2009). Socio-technical theory and work systems in the information age. B. Whitworth, & A. d. Moor içinde, *Handbook of Research on Socio-Technical Design and Social Networking Systems* (s. 65-77). IGI Global.
- Ergeneli, A. (2006). *Örgüt ve İnsan*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları.
- Foo, C.-T. (1997). Artificial firm: Technology, organization and Woodward revisited. *The Journal of High Technology Management Research*, 8(1), 37-61.
- Gerwin, D. (1979). Relationships between structure and technology at the organizational and job levels. *Journal of Management Studies*, 16(1), 70-79.
- Guest, D., Knox, A., & Warhurst, C. (2022). Humanizing work in the digital age: Lessons from socio-technical systems and quality of working life initiatives. *Human Relations*, 75(8), 1461–1482.
- Hage, J., & Aiken, M. (1969). Routine technology, social structure, and organization goals. *Administrative science quarterly*, 366-376.
- Harvey, E. (1968). Technology and the Structure of Organizations. *American Sociological Review*, 33(2), 247-259.
- Hickson, D. J., Pugh, D. S., & Pheysey, D. C. (1969). Operations technology and organization structure: An empirical reappraisal. *Administrative Science Quarterly*, 14(3), 378-397.
- Liker, J. K., Haddad, C. J., & Karlin, J. (1999). Perspectives on Technology and Work Organization. *Annual Review of Sociology*, 25, 575-596.
- Lounsbury, M., & Gehman, J. (2024). Introduction: The organization theory landscape. *Concise Introduction to Organization Theory* (s. 1-28). içinde Edward Elgar Publishing.
- Mohr, L. B. (1971). Organizational technology and organizational structure. *Administrative Science Quarterly*, 16(4), 444-459.
- Mumford, E. (2000). Socio-technical design: An unfulfilled promise or a future opportunity? R. Baskerville, J. Stage, & J. I. DeGross içinde, *Organizational and Social Perspectives on Information Technology* (s. 33-46). Boston: IFIP — The International Federation for Information Processing.
- Perrow, C. (1967). A Framework for the Comparative Analysis of Organizations. *American Sociological Review*, 32(2), 194-208.

- Perrow, C. (1977). The bureaucratic paradox: The efficient organization centralizes in order to decentralize. *Organizational Dynamics*, 5(4), 3-14.
- Pfeffer, J., & Leblebici, H. (1977). Information technology and organizational structure. *The Pacific Sociological Review*, 20(2), 241-261.
- Pugh, D. S., Hickson, D. J., Hinings, C. R., & Turner, C. (1969). The context of organization structures. *Administrative Science Quarterly*, 14(1), 91-114.
- Randolph, W. A., & Finch, F. E. (1977). The relationship between organization technology and the direction and frequency dimensions of task communications. *Human Relations*, 30(12), 1131-1145.
- Reinmann, B. C. (1977). Dimensions of organizational technology and structure: An exploratory study. *Human Relations*, 30(6), 545-566.
- Ropohl, G. (1999). Philosophy of Socio-Technical Systems. *Society for Philosophy and Technology Quarterly Electronic Journal*, 4(3), 186-194.
- Thompson, J. D. (1974). Technology, Polity, and Societal Development. *Administrative Science Quarterly*, 19(1), 6-21.
- Thompson, J. D., & Bates, F. L. (1957). Technology, Organization, and Administration. *Administrative Science Quarterly*, 2(3), 325-343.
- Trist, E. (1981). *The evaluation of socio-technical systems: A conceptual framework and an action research program*. Toronto: Ontario Quality of Working Life Centre.
- Wu, W., & Hwang, L.-Y. (2010). The effectiveness of e-learning for blended courses in colleges: A multi-level empirical study. *International Journal of Electronic Business Management*, 8-4, 312-322.

## 10. Bölüm

# NEVŞEHİR, KIRŞEHİR VE KAYSERİ İLLERİNİN GASTRONOMİK UNSURLARININ COĞRAFİ İŞARET KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Zehra GÜNEL<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Dr. Öğr. Üyesi: Konya Gıda ve Tarım Üniversitesi, Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi, Gıda Mühendisliği Bölümü, 42080, Konya

e-mail: [zehragidam.07@gmail.com](mailto:zehragidam.07@gmail.com), ORCID-ID: 0000-0002-3431-7984

## ÖZET

Coğrafi işaret belirli bir bölgeye ya da yöreye ait olan ayırt edici unsurların ve yöresel değerlerin koruma altına alınmasını sağlayan bir uygulamadır. Coğrafi işaret teriminin son yıllarda önemi giderek artmış, özellikle gastronomi bilimi başta olmak üzere pek çok bilim alanını ilgilendiren bir konu haline gelmiştir. Coğrafi işaret sadece gıdaları değil o yöreye ait olan madencilik, el sanatları ya da sanayi ürünlerini de tescil edebilmektedir. İç Anadolu Bölgesi'nin stratejik ve ticari öneme sahip illerinden olan Nevşehir, Kırşehir ve Kayseri illerinin de gerek gastronomik unsurları gerekse farklı alanlarda yöreyi ön plana çıkaran ürünlerinin çoğu coğrafi işaret almıştır. Bu derlemede üç ilin ön plana çıkan mutfak ürünlerinden coğrafi işaret almış olanlarının kısaca yapıları, yöre halkı tarafından tüketilme alışkanlıkları ve bu ürünlerin gastronomi turizmi için önemi tartışılmıştır. Nitekim yöresel ürünlerin reçetelerinin ve yöresel ürün kültürünün korunması ve gelecek nesillere aktarılması oldukça önem arz etmekte olup, coğrafi işaret olgusu ile tüm bu değerler koruma altına alınmıştır. Son yıllarda artış gösteren gastronomi turizmi için de yöresel ürünlerin ve gastronomik zenginliğe sahip olan bölgelerin önemi su götürmez bir gerçektir. Bu nedenle hem yöresel zenginliklerin coğrafi işaret ile koruma altına alınması hem de gastronomi turizmi gibi ülkeye getiri sağlayan alanların açılması oldukça önem arz etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Coğrafi işaret, Nevşehir, Kırşehir, Kayseri, Gastronomi turizmi



## 1. GİRİŞ

Gelişen ve değişen dünya ile birlikte bireylerin de ihtiyaçları, zevkleri, tercihleri ve yeme içme alışkanlıkları da değişime uğramıştır. Yeme içme alışkanlıklarındaki bu değişim bireylerin gezdikleri yerlerde farklı tatlar aramaları ve yöresel lezzetleri keşfetme istekleri olarak kendini göstermiştir (Şahin ve Meral, 2012; Yönet Eren ve Ceyhun Sezgin, 2021). Bu durum dinamik ve kendini sürekli yenileyen turizm sektörünün alt dallarından birisi olan gastronomi turizminin de canlanmasına ve son yıllarda yükselişe geçmesine neden olmuştur. Özellikle küresel salgın hastalıkların artışı geçmesi ile birlikte bireylerin daha doğal beslenme ve kalabalık şehir hayatından kaçma istekleri onları gastronomi turizmine yönlendirmiştir (Akay, 2021). Bu nedenle turistik destinasyonlar da birbiri üzerinde rekabet üstünlüğü kurmak için gastronomik unsurlarını ön plana çıkarmaya başlamıştır. İnsanların gastronomiye olan bu yönelimi yöresel yemeklerin varlıklarının korunması gerektiği olgusunu ortaya çıkarmıştır. Nitekim gastronomik mirasın korunması hem turizmin hem de önemi giderek artan gastronomik turizmin canlanmasını sağlayacaktır (Erdem vd., 2018; Madenci vd., 2020). Önemi bu denli yüksek olan yöresel zenginliklerin taklitlerine karşı korunması gerektiği fikri ile “Coğrafi İşaret” terimi ortaya çıkmıştır.

Coğrafi işaret kavramı belirli bir bölgeye ya da yöreye ait olan gastronomik unsurların ya da söz konusu bölgede üretilen bir ürünün (madencilik ürünü, el sanatları ürünü, sanayicilik ürünü vb.) sadece o bölgeye özgü olduğunu gösteren ad ve işaretler olup, uluslar arası sözleşmelerde de yerini almıştır (Kan vd., 2012; Akay, 2021). Coğrafi işaret kavramı özellikle yöresel markalaşma ve söz konusu yörenin tanıtımında oldukça önemli bir rol üstlenmektedir. Coğrafi işaret ile tanıtılan yöresel ürünler gastronomi turizmi kapsamında yerli ve yabancı turistleri bölgeye çekmekte ve bölge manevi kazancın yanı sıra maddi olarak da kalkınabilmektedir (Bulut ve Fural, 2018; Uygun vd., 2021).

Mevcut derlemede öncelikle literatür taraması yapılmış, bu tarama kapsamında coğrafi işaret ve gastronomik unsurlar ile alakalı terimler açıklanmıştır. Daha sonra dijital coğrafi işaret platformu ([www.ci.turkpatent.gov.tr](http://www.ci.turkpatent.gov.tr)) vasıtasıyla Nevşehir, Kayseri ve Kırşehir illerinin coğrafi işaret almış gastronomik ürünleri belirlenmiş ve bu ürünler ile alakalı gerek literatür çalışmaları ve gerekse yöre halkı ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilerek bilgi havuzu oluşturulmuştur. Gerçekleştirilen literatür çalışması esnasında söz konusu üç il ile alakalı çalışmalar yapıldığı gözlenmiş olup, bu çalışmalarda özellikle coğrafi işaret alan ürünlerin gastronomi turizmine olan etkilerinin belirlendiği görülmüştür. Ancak bu çalışmalarda her bir gastronomik ürün ayrı ayrı incelenmemiş, reçeteleri verilmemiş ve coğrafi

işaret kapsamında değerlendirilmemiştir. Bu nedenle çalışmanın literatürdeki bu boşluğu doldurabileceğine inanılmaktadır. Tüm bu sebeplerden ötürü mevcut çalışmanın İç Anadolu Bölgesi'nin hem mutfağıyla, hem konumuyla ve hem de turizme olan katkılarıyla stratejik öneme sahip bu üç ilinin tanıtılmasında ve bu illerde gerçekleştirilecek gastronomi turizmine katkı sağlanmasında yardımcı bir kaynak olabileceği düşünülmektedir.

## 2. COĞRAFI İŞARET KAVRAMI

Coğrafi işaret; bir ürünün kökenlerinin ait olduğu yöre, bölge, alan veya ülke ile özdeşleşen yönlerini benzer/taklit ürünlerden ayırt etmek amacıyla verilen bir işarettir. Coğrafi işarete konu olan ürün, gıda ürünü, sanayi ürünü, madencilik ürünü, el sanatları ürünü vb. farklı pek çok ürün olabilmektedir (Denk ve Bilici, 2021; Uygun vd., 2021).

Bir ürünün coğrafi işaret alabilmesi için ilk ve en önemli şart özgün olmasıdır. Özgün olmasının yanı sıra sınırları belirlenmiş bir coğrafi alanda, bölgede ya da yörede üretiliyor olması gerekmektedir. Ürüne özgünlüğünü verebilecek ve onu diğer ürünlerden ayırt etmeye yarayacak bir isime, işarete, tada vb. sahip olması ve kendisini yöre ile bütünleştirebilen karakteristik özelliklerinin ortaya çıkarılmasına ihtiyaç vardır (Kan vd., 2012). Ülkemizde coğrafi işaret uygulamaları ilk olarak Avrupa Birliği'ne uyum yasaları çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Bu yasalar ile 1995 yılında yürürlüğe giren 555 sayılı “Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname” ile başlamıştır. Ardından 10 Ocak 2017 yılı itibariyle yürürlüğe giren 6769 sayılı “Sınai Mülkiyet Kanunu” kapsamında coğrafi işaret kavramı güncellenerek son halini almıştır. Ülkemizde coğrafi işaret tescillemesi konusunda yetkili kurum Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) dur. Coğrafi işaret konusunda yapılacak olan tüm başvurular, patentlemeler, ve diğer yapılacak tüm işlemler TPMK üzerinden yapılmakta olup, kurum vasıtasıyla verilen coğrafi işaretler hem başvuru sahiplerine hem de coğrafi işaret alan ürünün üreticilerine haklar sağlamaktadır. Bu durumda coğrafi işaret kavramı sadece tek bir kişiyi değil o ürünü üreten ve pazarlamasını sağlayan tüm kişileri o ürünün taklitlerine ve haksız rekabet sağlanmasına karşı koruma altına almaktadır (Anonim 1, 2024).

Coğrafi işaret alan ürünler “Menşe Adı” veya “Mahreç İşareti” adı altında tescillenmektedir. Menşe adı veya mahreç işareti kapsamında tescil edilemeyen ürünler ise “Geleneksel Ürün Adı” başlığı altında tescil edilmektedirler (Akay, 2021; Uygun vd., 2021; Denk ve Bilici, 2021). Bu kavramlar ve aralarındaki farklar incelenecek olursa;

*Menşe Adı;* Kendine has bütün özelliklerini üretildiği yöre, bölge veya ülkeden alan, üretim aşamalarının tamamının söz konusu yörede gerçekleştiği ürünlere verilen tescil türüdür. Menşe adı verilen ürünler sadece özdeşleştikleri yörede ya da bölgede üretilirler ve ürün ancak bu bölgede üretilirse kendine özgü niteliklerini kazanabilir. Menşe adı alan ürünlere örnek verilecek olursa; Alanya avokadosu ve Malatya kayısı sayılabilir.

*Mahreç İşareti;* Bir ürünün üretim, işleme veya tüketime sunulana kadar geçen aşamalarından en az birisinin sınırları belirli bir coğrafi alan içerisinde gerçekleştirilmesi sonucu üretilen ürünlere mahreç işareti tescili verilmektedir. Mahreç işareti ile tescillenmiş bir ürünün en az bir kendine özgü özelliği belirlenen yöre ya da bölgeye ait olmakla birlikte ürünün üretimi o yöre ya da bölge dışında da gerçekleştirilebilir. Mahreç işareti alan ürünlere örnek verilecek olursa; Edirne tava ciğeri ve Erzurum kadayıf dolması sıralanabilir.

*Geleneksel Ürün Adı;* Menşe adı ya da mahreç işareti tescilleri ile tescillenemeyen ve bu tescil türleri dışında kalan ürünlere verilen bir tescil türüdür. Bir ürüne geleneksel ürün adı tescili verilebilmesi için sınırları belirli bir coğrafi alana gerek duyulmadığı gibi o ürünün geleneksel olarak en az otuz yıldır üretiminin yapıyor olması gerekmektedir. Geleneksel ürün adı ile tescillenmiş ürünlere örnek verilecek olursa; lokum ve Ezogelin çorba sayılabilir.

### **3. NEVŞEHİR İLİ MUTFAK KÜLTÜRÜ VE COĞRAFİ İŞARET ALMIŞ GASTRONOMİK UNSURLARI**

Nevşehir kuruluşu M.Ö. 7000’li yıllara dayanan, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinden “Muşkara” adı ile bilinen, İç Anadolu Bölgesi’nin merkezine konumlanmış küçük bir yerleşim merkezidir. “Güzel Atlar Diyarı” anlamına gelen ve her yıl binlerce turist çeken bir bölge olan “Kapadokya” bölgesinin de tam merkezinde yer alan Nevşehir geçmişi boyunca farklı pek çok uygarlığa da ev sahipliği yapmıştır. Ev sahipliği yaptığı her uygarlıktan izler taşıyan Nevşehir’de sırasıyla; Hititler, Frigler, Asurlar, Persler, Romalılar, Selçuklular ve Osmanlılar yaşamışlardır. Her uygarlık sanat, mutfak, sanayicilik ve madencilik gibi farklı alanlarda şehre bir çok değer kazandırmış ve Nevşehir’in günümüze kadar ulaşan zengin kültürü oluşturmuştur (Şahin Perçin vd., 2019; Güldemir ve Işık, 2011).

Nevşehir halkının temel geçim kaynağı tarım ve hayvancılık olup, halkın bu uğraşısı doğrudan beslenme alışkanlıklarını da etkilemiştir. Tüm Nevşehir halkının severek tükettiği ve hemen her hanede sıklıkla pişirilen yemeklerin başında bulgurlu yemekler gelmektedir. Bulgurlu yemekleri takiben tarhana çorbası, yufka ekmek, çörek ve bazlama da yöre halkı tarafından sıklıkla

yapılan ve beğenilerek tüketilen ürünler arasında yer almaktadır. Ayrıca hemen her ilçede, kasabada ve köyde yer alan üzüm bağları sayesinde Nevşehir üzüm üretimiyle de ülkemizin ihtiyacının büyük çoğunluğunu karşılamakta olup, halk tarafından üzümden üretilen gıdalar (pekmez, pestil, asma yaprağı, şarap) da sıklıkla tüketilmektedir.

Tablo 1’de Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından Nevşehir ilinde mahreç işareti ve menşe adı ile tescillenmiş ürünler ve tescillendiği yıllar yer almaktadır (Anonim 2, 2024).

**Tablo 1.** Nevşehir ilinin coğrafi işaretli gastronomik unsurları

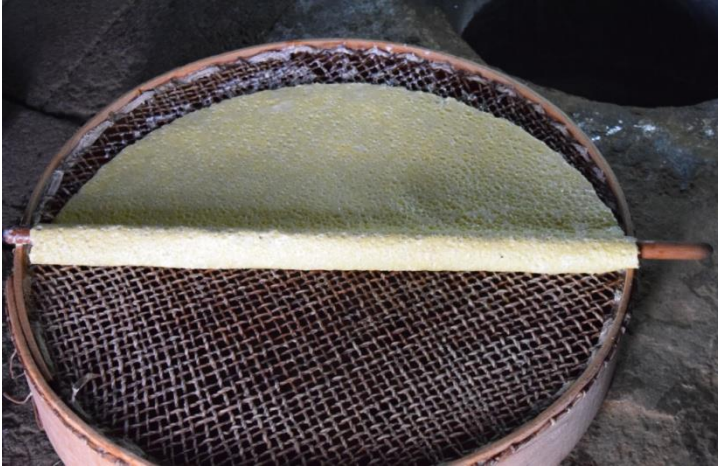
Ürün Adı	Tescil Türü	Tescillendiği Tarih
Derinkuyu kuru fasulyesi	Menşe adı	22.11.2021
Kaymaklı kuru kaymağı	Mahreç işareti	21.04.2022
Kaymaklı çöreği	Mahreç işareti	10.01.2022
Nevşehir kabak çekirdeği	Menşe adı	11.02.2019
Nevşehir simidi	Mahreç işareti	07.12.2020
Nevşehir tahinli simidi	Mahreç işareti	03.07.2024
Nevşehir testi kebabı	Mahreç işareti	09.08.2021

Kapadokya bölgesinin tam ortasında yer alması dolayısıyla her yıl kültür turizmine ev sahipliği yapan Nevşehir özellikle son yıllarda gastronomi turizmi açısından da önemli şehirler arasına girmeye başlamıştır. Başta Nevşehir testi kebabı olmak Nevşehir kabak çekirdeği ve Nevşehir simidi yerli ve yabancı turistlerin ilginç çekmektedir. Nevşehir ilinin coğrafi işaret almış gastronomik unsurları kısaca incelenecek olursa;

*Derinkuyu kuru fasulyesi;* Nevşehir’in bir ilçesi olan Derinkuyu kaymakamlığı tarafından başvurusu yapılarak, 22.11.2021 tarihinde TPMK onayıyla menşe adı ile tescil edilmiştir. Derinkuyu kuru fasulyesi bölge halkı tarafından uzunca yıllardır pişirilmekte olup, en önemli özelliğinin erken pişmesi olduğu söylenmektedir. 15-20 dakika arası kısa bir sürede pişmekte ve pişerken dağılmamaktadır (Ünsal, C. Kişisel görüşme, 11.07.2024). Derinkuyu kuru fasulyesinin besleyici özelliği de oldukça yüksek olup, kuru maddede en az % 13 protein oranına sahip olduğu bilinmektedir (Anonim 3, 2024).

*Kaymaklı kuru kaymağı;* Kaymaklı Belediyesi tarafından başvuru yapılarak, 21.04.2022 tarihinde TPMK onayıyla mahreç işareti ile tescillenmiştir. Kaymaklı kuru kaymağı yapımının oldukça zahmetli olmasından dolayı henüz ticarileşme aşamasına geçememiş evlerde küçük ölçeklerde üretilen bir

gastronomik unsurdur. Büyük miktarlardaki sütte az bir miktarda kuru kaymak elde edilmekte olup, 15 kg süt kullanılarak ancak 1 kg'a yakın kuru kaymak elde edilebilmektedir. Kuru kaymak yapmak için öncelikle taze olarak sağılıp kaynatılan süt yüksek bir yerden tepsi içerisine köpürtülerek dökülür. Ardından kor ateş üzerinde yayvan tepsilerde süt dinlenmeye bırakılır ve 6 saat kadar sonra kaymak bıçak yardımıyla kesilir. Elde edilen kaymak Resim 1'de görüldüğü üzere bir kalbur üzerine serilir ve 4 gün boyunca kurutulur (Anonim 4, 2024; Anonim 5, 2024).



**Resim 1.** Kaymaklı kuru kaymağı (Anonim 4, 2024).

*Kaymaklı çöreği;* Kaymaklı Belediyesi tarafından başvurusu yapılmış olup, TPMK onayıyla 10.01.2022 tarihinde mahreç işareti ile tescillenmiştir. Kaymaklı çöreğini (Resim 2) benzerlerinden ayıran en önemli özelliği içerisinde haşlanmış patates olmasıdır. Haşlanmış patates, yoğurt ve buğday unu ile yoğrulup, özel fırınlarda pişirilen kaymaklı çöreği 15 güne kadar tazeliğini koruyabilmektedir (Anonim 6, 2024).



**Resim 2.** Kaymaklı çöreği (Anonim 2, 2024).

*Nevşehir kabak çekirdeği;* Nevşehir Ticaret Borsası tarafından başvurusu yapıp, TPMK onayıyla 11.02.2019 tarihinde menşe adı ile tescillenmiştir. Nevşehir ilinin yıl bazında bakıldığında coğrafi işaret ilan ilk gastronomik unsurdur. Nevşehir ilinin hemen her ilçesinde, kasabasında ve köyünde çerezlik kabak üretimi uzunca yıllardır yapılmaktadır. Son yıllarda yerli ve yabancı gastronomi turizmi yapan turistlerin de ilgisini çeken Nevşehir kabak çekirdeğinin sütlü, kavrulmuş, çiğ gibi pek çok farklı çeşidi de Nevşehir ilinde tüketicilerin beğenisine sunulmaktadır (Yönet Eren ve Ceyhun Sezgin, 2021).

*Nevşehir simidi;* Nevşehir Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği tarafından başvurusu yapılan Nevşehir simidi (Resim 3) 07.12.2020 tarihinde TPMK onayıyla mahreç işareti ile tescillenmiştir. Nevşehir simidinin en önemli özelliği nohut mayası ile hazırlanıyor olması ve şeker ilavesi yapılmamasına rağmen tadının şekerli olmasıdır. 8-9 saatlik bir fermantasyon sonucunda elde edilen nohut mayasının buğday unu ile yoğrulmasıyla elde edilen hamurun üzerine pekmez ve yumurta sürülür (Çınar K. Kişisel görüşme, 2024). Nevşehir simidinin şekli bildiğimiz simitten farklı olup, kenarları yuvarlak hatlı ve dikdörtgen şeklindedir.



**Resim 3.** Nevşehir simidi (Anonim 2, 2024).

*Nevşehir tahinli simidi;* Nevşehir Fırıncılar ve Unlu Mamuller Perakende Satıcıları Esnaf Odası tarafından başvurusu yapılmış ve 03.07.2024 tarihinde TPMK onayıyla mahreç işareti ile tescillenmiştir. Mevcut derleme hazırlanırken yapılan literatür çalışması esnasında Nevşehir iline ait gastronomik unsurlardan coğrafi işaret alan en son ürün Nevşehir tahinli simididir (Resim 4). Nevşehir tahinli simidinin en önemli özelliği adından da anlaşılacağı üzere bolca tahin içermesidir. Mayasız hamurdan elde edilen Nevşehir tahinli simidi Nevşehir simidine benzer şekilde üzerine pekmez sürülerek pişirilmektedir. Nevşehir halkının özellikle çay saatlerinde sıklıkla ve beğenerek tükettiği bir üründür (Ünsal, C. Kişisel görüşme, 2024).



**Resim 4.** Nevşehir tahinli simidi (Anonim 2, 2024).

*Nevşehir testi kebabı*; Nevşehir Ticaret ve Sanayi odası tarafından başvurusu yapılmış ve TPMK onayıyla 09.08.2021 tarihinde mahreç işareti ile tescillenmiştir.



**Resim 5.** Nevşehir testi kebabı (Anonim 2, 2024).

Nevşehir testi kebabı (Resim 5) uzun yıllardır gerek yerli gerekse yabancı turistlerin ilgisini çeken bir Nevşehir mutfağı ürünü olup, son yıllarda gastronomi turizminin artmasıyla birlikte daha gözde hale gelmiştir. Testi kebabının turistler tarafından en ilgi çekici bulunan kısmı Avanos ilçesinde üretilen testi ya da çömlleklerde pişirilmesi ve bu hali ile servise sunulmasıdır. Bir diğer ilgi çekici kısım ise çömllek ya da testinin ağzının hamur ile kapatılması ve servis esnasında bu hamur kısmın geleneksel olmamakla birlikte bazı restoranlarda şov amaçlı kırılarak uzaklaştırılmasıdır. Testi kebabı için tercihen dana ya da koyun eti kullanılmakta olup, testinin ağzı kapatılmadan sadece et ve sıvı yağ konulup testi köz ateş içerisine gömülerek et bir süre pişirilir. Ardından domates, biber, sarımsak ve baharatlar da ilave edilerek ağzına hamur kapatılır. Hamur kısmın pişmesinden içindikilerin de piştiği anlaşılır ve testi kebabı ağzındaki hamur kısım uzaklaştırıldıktan sonra sıcak olarak servis edilir (Kasımoğlu, S. Kişisel görüşme, 2024).

#### **4. KIRŞEHİR İLİ MUTFAK KÜLTÜRÜ VE COĞRAFİ İŞARET ALMIŞ GASTRONOMİK UNSURLARI**

Kırşehir yaklaşık 5000 yıllık bir geçmişe sahip olan İç Anadolu Bölgesi'nde yer alan ve bu geçmişinde üzerinde hüküm sürmüş uygarlıklarca farklı isimler almış bir şehirdir. Hititler döneminde su şehri anlamına gelen Akua Saravena, Persler döneminde güzel atlar ülkesi anlamına gele Katpatukya, Romalılar



döneminde Makissos, Bizans döneminde Justinianopolis ve son olarak Anadolu Selçuklu döneminde Gülşehri isimlerini almıştır. Kırşehir Kayseri ve Nevşehir ile birlikte Kapadokya diye anılan üçgenin kuzey bölgesinde yer almaktadır (Yiğit ve Ay Yiğit, 2019; Anonim 7, 2024).

Nevşehir halkına benzer şekilde Kırşehir halkının da temel geçim kaynaklarını tarım ve hayvancılık çıktıları oluşturmaktadır. Bu durum halkın beslenme alışkanlıklarına da haliyle yansımakta olup, İç Anadolu Bölgesi insanının çoğunluğunda olduğu gibi Kırşehir halkı da özellikle bulgurlu ve etli yemeklere sofrasında sıklıkla yer vermektedir. Tablo 2’de Kırşehir halkının sıklıkla tükettiği ve aynı zamanda coğrafi işaret almış ürünleri, coğrafi işaret aldıkları tarih ve tescil türüne yer verilmiştir.

Kapadokya bölgesinde yer alması ve kaplıcalara sahip olması ayrıca Ahilik kültürünün beşiği olması nedeniyle Kırşehir her yıl özellikle yerli turistler olmak üzere yabancı turistlere de ev sahipliği yapmaktadır. Kırşehir kültür turizminin yanı sıra son yıllarda artış gösteren gastronomi turizminin de özellikle coğrafi işaret almış gastronomik unsurları ile durak noktalarından birisi olmuştur. Kırşehir ilinin coğrafi işaret ile tescillenmiş ürünleri kısaca incelenecek olursa;

*Cemele biberi*; Sınırlı Sorumlu Cemele Biberi Üretim ve Pazarlama Kooperatifi tarafından başvurusu yapılmış ve TPMK onayıyla 24.11.2021 tarihinde menşe adı ile tescillenmiştir. Kırşehir ilinin Çağyazı beldesinde yetiştirilmekte olup, acı olması ile dikkat çeken bir biber türüdür. Ayrıca tüketiciler cemele biberinin kendine has bir aroması olduğunu belirtmektedirler. Cemele biberi başta Çağyazı beldesi olmak üzere Kırşehir’de pek çok çiftçinin geçim kaynağının başında gelmektedir (Aydın R., Kişisel görüşme, 2024).

**Tablo 2.** Kırşehir ilinin coğrafi işaretli gastronomik unsurları

Ürün Adı	Tescil Türü	Tescillendiği Tarih
Cemele biberi	Menşe adı	24.11.2021
Kaman besmeç	Mahreç işareti	30.12.2022
Kaman cevizi	Menşe adı	09.12.2020
Kırşehir Ahi helvası	Mahreç işareti	25.12.2023
Kırşehir ayva boranisi	Mahreç işareti	24.01.2022
Kırşehir hoşmerim tatlısı	Mahreç işareti	01.12.2017
Kırşehir süla kabağı yemeği	Mahreç işareti	06.06.2022
Kırşehir çirleme yemeği	Mahreç işareti	15.11.2021
Kırşehir çullaması	Mahreç işareti	01.12.2017

*Kaman besmeç*; Kaman Belediyesi tarafından başvurusu yapıлып, 30.12.2022 tarihinde TPMK onayıyla mahreç işareti olarak tescillenmiştir. Besmeç (Resim 6) bir et ürünü olup, temelde malzemelerini et ve bulgur oluşturmaktadır. Ancak bu köfteyi özellikli kılan yanı yoğrulurken içerisine tereyağı ilave edilmesidir. Kırşehir halkının hemen hepsi tarafından bilinen ve tüketilen Kırşehir besmeci özel günlerde misafirlere ayran ve yufka ekmek ile servis edilerek tüketilmektedir (Oğan, 2022).



**Resim 6.** Kaman besmeç (Anonim 2, 2024).

*Kaman cevizi*; Kaman İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü tarafından başvurusu yapılmış ve TPMK onayıyla 09.12.2020 tarihinde menşe adı ile tescillenmiştir. Kaman cevizi Kırşehir halkının geçim kaynaklarından biri olmakla birlikte hem yurtdışı hem de yurtiçin de sıklıkla satışı yapılmaktadır. Yapılan araştırmalarda bir cevizde olması gereken özelliklerin tamamına yakını bünyesinde barındıran Kaman cevizi bazı yıllar hiç meyve vermeden dinlenmesi özelliğiyle bilinir. Çiftçiler açısından ekonomik anlamda iyi bir özellik olmasa da dinlendiği yılın ardından gelen yıl çiftçinin yüzünü güldürecek kadar meyve vermektedir. Kaman cevizi antioksidan aktivitesi yüksek, doymamış yağ açısından zengin ve yüksek besleyici özelliğe sahiptir (Yiğit ve Ay, 2016).

*Kırşehir Ahi helvası*; Kırşehir Esnaf ve Sanatkarlar Odalar Birliği tarafından başvuru yapıldıktan sonra TPMK onayıyla 25.12.2023 tarihinde mahreç işareti ile tescillenmiştir. Kırşehir Ahi helvasının (Resim 7) kökeni Ahilik kültürüne dayanmaktadır. Ahilikte önemli bazı törenlerde (İntisap-İcazet töreni ve Şed kuşanma töreni) Ahi pilavından sonra ikram edilen yiyeceklerden birisidir (Öztük Merdin, 2022). Yapımında bal kullanılan ve tereyağı ile lezzeti katlanan

Kırşehir Ahi helvası yöre halkının sıklıkla tükettiği bir tatlı olup, gastronomi turizmi yapan turistlerin de ilgisini çekmektedir.



**Resim 7.** Kırşehir Ahi helvası (Anonim 2, 2024).

*Kırşehir ayva boranisi;* Kırşehir Ticaret ve Sanayi Odası tarafından yapılan başvuru sonucunda TPMK onayıyla 24.01.2022 tarihinde mahreç işareti ile tescillenmiştir. Kırşehir ayva boranisi (Resim 8) temelde bir kuzu eti yemeği olup, ayırt edici özelliği reçetesinde ekmek ayvası ve üzüm pekmezinin de yer almasıdır. Kırşehir ilinin mutfak kültürünün oluşmasında büyük öneme sahip olan Kırşehir ayva boranisinin geçmişi de oldukça eskiye dayanmaktadır. İl sınırları içerisinde halkın özel günlerde ve davetlerde misafirlere ikram ettikleri yemeklerin başında gelmektedir (Anonim 2, 2024).



**Resim 8.** Kırşehir ayva boranisi (Anonim 2, 2024).

*Kırşehir höşmerim tatlısı*; Ahiler Kalkınma Ajansı tarafından başvurusu yapıp, TPMK onayıyla 01.12.2017 tarihinde mahreç işareti ile tescillenmiştir. Yıl bazından bakıldığında Kırşehir ullaması ile birlikte Kırşehir höşmerim tatlısı (Resim 9) Kırşehir'in coğrafı işaret alan ilk gastronomik unsurlarıdır. Un, süt, yumurta, şeker ve tereyağı ile yapılan ve Kırşehir yöresine özgü olan bir tatlıdır. Yörede özellikle yeni doğum yapmış loğusa kadınlara ikram edilir (Anonim 2, 2024).



**Resim 9.** Kırşehir höşmerim tatlısı (Anonim 2, 2024).

*Kırşehir s la kabağı yemeği*; Kırşehir Ticaret ve Sanayi Odası başvurusu ve TPMK onayıyla 06.06.2022 tarihinde mahreç işareti ile tescillenmiştir. S la kabağı yemeğinin (Resim 10) en önemli özelliği 40 cm boyunda, genişliği 10-15 cm ve en az 2 kg ağırlığa sahip s la kabağından yapılıyor olmasının yanı sıra kemikli kuzu kaburga eti ve üzüm suyu ile pişirilmesidir. S la kabağı yemeğinin tarihi oldukça eskilere dayanmakta olup, Kırşehir'de nesiller boyu reçetesi aktarılmıştır.



**Resim 10.** Kırşehir s la kabağı yemeği (Anonim 2, 2024).

*Kırşehir çirleme yemeği*; Kırşehir Ticaret ve Sanayi Odası tarafından başvurusu yapılmış, TPMK onayıyla 15.11.2021 tarihinde mahreç işareti ile tescillenmiştir. Kırşehir çirlemesinin (Resim 11) ana malzemesi yöre halkı tarafından “çir” adı verilen gün kurusu kayısıdır. Diğer malzemeler dana eti, nohut ve üzüm pekmezidir. Osmanlı mutfağının da en beğenilen yemeklerinden biri olan Kırşehir çirlemesi yöre halkı tarafından özel günlerde tüketilmekle birlikte oldukça beğenilmekte ve bölgenin gastronomi turizmine önemli katkılar sağlamaktadır (Anonim 2, 2024).



**Resim 11.** Kırşehir çirleme yemeği (Anonim 2, 2024).

*Kırşehir çullaması*; Ahiler Kalkınma Ajansı tarafından başvurusu yapılmış olup, 01.12.2017 yılında TPMK onayıyla mahreç işareti ile tescillenmiştir. Kırşehir çullaması bir tavuk eti yemeği olup, kavru lan una tavuk suyu ilavesi ile yapılmaktadır. Kırşehir çullamasının (Resim 12) gastronomi turizmi yapan turistler tarafından en beğenilen özelliği servis edilme biçimidir. Mideden önce gözü doyuran Kırşehir çullamasının yöre halkı tarafından en dikkat edilen kısmı çullamada kullanılan tavukların gezen tavuk olmasıdır (Anonim 2, 2024).



**Resim 12.** Kırşehir çullaması

## **5. KAYSERİ İLİ MUTFAK KÜLTÜRÜ VE COĞRAFİ İŞARET ALMIŞ GASTRONOMİK UNSURLARI**

Kayseri ülkemizin kültür, sanat, turizm, gastronomi, sanayi ve bilim merkezlerinden biri olup, oldukça köklü geçmişe sahip bir ildir. Tarihi boyunca pek çok medeniyete ev sahipliği yapmış olup, her bir medeniyetten almış olduğu kültürel miras ile kendine özgü oldukça zengin bir mutfağı oluşmuştur. Kayseri kronolojik olarak “Hatti, Hitit, Asur, Kimmer, Med, Pers, Makedon, Kapadokya, Ermeni, Roma, Sasani, Arap, Bizans, Anadolu Selçuklu, Moğol, İlhanlı, Eretna, Karaman, Dulkadir ve Osmanlı” medeniyetlerine ev sahipliği yapmış bir ildir. Kayseri ülkemizin gastronomi turizmi açısından en zengin illerinden birisi olup, 27 adet gastronomik unsuru TPMK tarafından tescillenmiş ve coğrafi işaret almıştır. Kayseri bu zengin gastronomik unsurları dolayısıyla UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı ulusal listesinde yer almıştır (Akkor, 2020; Sabur ve Güneş, 2023).

Kayseri halkının temel geçim kaynaklarının başında sanayi gelmekte olup, takiben madencilik, ormancılık, tarım, hayvancılık, ticaret ve turizmdir. Kayseri halkının beslenme alışkanlıkları da geçim kaynaklarına göre şekillenmiş olup, yöre halkı Nevşehir ve Kırşehir halkının aksine et ürünlerinden ziyade hamur işi ürünleri tüketmektedirler. Sebze tüketimi oldukça az olan Kayseri ilinde halk et ürünlerini de doğrudan ızgara vb. et olarak değil yemekler içerisinde ve pide usulü (cıvıklı, kıymalı pide vb.) ürünlerde kullanmaktadırlar (Ünsal H., Kişisel görüşme 2024).

Tablo 3’te Kayseri ilinin coğrafi işaret olarak tescillenmiş gastronomik unsurları, tescil aldıkları tarih ve tescil türleri yer almaktadır.

**Tablo 3. Kayseri ilinin coğrafi işaret almış gastronomik unsurları**

Ürün Adı	Tescil Türü	Tescillendiği Tarih
Akkışla gilaburusu	Menşe adı	12.02.2021
Bünyan gilaburusu	Menşe adı	22.10.2018
Develi cıvıklısı	Mahreç işareti	26.03.2009
Erkilet kedi bacağı	Mahreç işareti	08.10.2020
Kayseri Börek Aşı	Mahreç işareti	27.05.2024
Kayseri cırgalan biberi	Menşe adı	06.10.2020
Kayseri fırın ağzı kebabı	Mahreç işareti	06.04.2022
Kayseri gül baklavası	Mahreç işareti	07.06.2022
Kayseri katmeri	Mahreç işareti	20.08.2021
Kayseri kurşun aşı çorbası	Mahreç işareti	22.11.2021
Kayseri mantısı	Mahreç işareti	10.06.2009
Kayseri nevzinesi	Mahreç işareti	22.11.2021
Kayseri pastırması	Mahreç işareti	25.06.2002
Kayseri sucuk içi	Mahreç işareti	11.03.2024
Kayseri sucuğu	Mahreç işareti	25.06.2002
Kayseri tandır böreği	Mahreç işareti	12.07.2021
Kayseri tepsi mantısı	Mahreç işareti	05.04.2022
Kayseri yağ mantısı	Mahreç işareti	20.01.2022
Kayseri yağlaması	Mahreç işareti	12.07.2021
Kayseri çemeni	Mahreç işareti	26.07.2023
Pınarbaşı Uzunyayla Çerkes Peyniri	Menşe adı	14.04.2021
Talas Zincidere Kuru Kaymağı	Mahreç işareti	21.08.2023
Talas Çörekotlu Çömlek Peyniri	Mahreç işareti	12.03.2024
Tomarza kabak çekirdeği	Menşe adı	23.09.2014
Yamula patlıcanı	Menşe adı	25.02.2010
Özvatan çiçek balı	Menşe adı	16.11.2020
İncesu karaevrek üzümü	Menşe adı	26.08.2016

Tablo 3'ten de görüleceği üzere Kayseri ili oldukça geniş bir gastronomik kültüre sahip olup, coğrafi işaretli ürünleri fazladır. Bu derleme kapsamında Kayseri ilinin tüm coğrafi işaret almış gastronomik ürünlerinden ziyade yöre halkı için önem arz eden ve çok uzun yıllardır Kayseri mutfağında yer alan ürünler incelenecektir. Bu ürünler Kayseri'de uzun yıllardır ikamet eden ve Kayseri mutfağı kültürüne hakim olmuş Bulut S. ve Ünsal H. ile yapılan kişisel görüşmelerle belirlenmiştir. Kayseri halkı için önem arz eden ve çok uzun yıllardır Kayseri mutfağında yer alan ürünler coğrafi işaret kapsamında incelenecek olursa;

*Develi cıvıklısı*; Develi Belediyesi'nin başvurusu sonucunda TPMK onayıyla 26.03.2009 yılında mahreç işareti ile tescillenmiştir. Develi cıvıklısı (Resim 13) görünüş itibariyle etli ekmeğe benzese de ayırt edici özelliği cıvıklının hamuru yoğrulurken kullanılan un ve suyun yöreye has olmasıdır. Develi cıvıklısının kendine has bir diğer özelliği ise cıvıklının pişirildiği fırındır. Bu fırın sıcaklık kontrolü yapabilen bir fırın olup, fırında od taş, kaya tuzu, cam parçaları ve ponza taşı kullanılmaktadır (Yönet Eren ve Ceyhun Sezgin, 2021).



**Resim 13.** Develi cıvıklısı (Anonim 2, 2024).

Erkilet kedi bacağı; Kocasinan Belediyesi tarafından başvurusu yapılmış olup, 08.10.2020 tarihinde TPMK onayıyla mahreç işareti olarak tescillenmiştir. Erkilet kedi bacağı (Resim 14) çok uzun yıllardır Kayseri mutfağında yer alan bir şekerleme olup, Erkilet'te yer alan bağlarda yetiştirilen üzümlerden üretilmektedir. Kayseri halkı tarafından beğenilerek tüketilmesinin yanı sıra son yıllarda gastronomi turizmi yapan turistler tarafından da oldukça ilgi görmektedir. En belirgin özellikleri yapımında iri cevizler ve beyaz üzüm kullanılmasıdır (Ünsal H., 2024).





**Resim 14.** Erkilet kedi bacağı

*Kayseri katmeri*; Kayseri Ticaret Odası tarafından başvurusu yapılmış ve TPMK onayıyla 20.08.2021 tarihinde mahreç işareti ile tescillenmiştir. Kayseri katmeri uzun yıllardır gerek yöre halkının mutfağında gerekse ticari amaçlı olarak restoran mutfaklarında kendisine yer edinmiş bir gastronomik unsurdur. Kayseri katmerinin en önemli ve ayırt edici özelliği oldukça yoğun tahin tadı hissedilmesi ve hamurunun tel tel ayrılmasıdır. Nitekim hamurun tel tel ayrılması ustalık gerektirmekte olup, bu nedenle Kayseri katmerinin coğrafi sınır ile ün bağı bulunmaktadır (Anonim 2, 2024).

*Kayseri mantısı*; Kayseri Ticaret Odası tarafından yapılan başvuru sonucunda TPMK onayıyla 10.06.2009 tarihinde mahreç işareti ile tescillenmiştir. Kayseri mutfağı denildiğinde belki de ilk akla gelen gastronomik unsur Kayseri mantısıdır (Resim 15). Ülkemizin doğusundan batısına, kuzeyinden güneyine hemen her ilinde ün salmış olan Kayseri mantısının en önemli özelliği küçük boyutlarda olmasıdır. Bu nedenle eski zamanlardan beri Kayseri mantısı tanımlanırken “Bir şimşir kaşıқта kırk tane mantı” sözü kullanılmaktadır (Bulut S., 2024).



**Resim 15.** Kayseri mantısı (Anonim 2, 2024).

*Kayseri nevzinesi*; Kayseri Ticaret Odası tarafından başvurusu yapılan Kayseri nevzinesi (Resim 16) TPMK onayıyla 22.11.2021 tarihinde mahreç işareti ile tescillenmiştir. Kayseri nevzinesinin geçmişi oldukça eskiye dayanmakta olup, günümüzde de Kayseri'nin gastronomi turizmine oldukça önemli katkılar sağlayan bir tatlıdır. Nitekim nevzineyi yöreye özgü yapan bazı özellikleri hamurunda sirken kullanılması, üzerine pekmezli şerbet dökülmesi, sert dokusunu şerbet döküldükten sonra da koruması ve yerken ağızda dağılmasıdır.



**Resim 16.** Kayseri nevzinesi (Anonim 2, 2024).

*Kayseri pastırması*; Kayseri Ticaret Odası tarafından başvurusu yapılmış ve 25.06.2002 tarihinde TPMK onayıyla mahreç işareti ile tescillenmiştir. Geçmişten bugüne hayvancılık yapılan yörenin ipek yolu üzerinde bulunması pastırmanın et saklama yöntemi olarak kullanılmasını sağlamıştır. Pastırma temelde büyükbaş hayvan karkasının sırt, but ve kol kısmının etlerinden üretilmektedir. Çemenli ve çemensiz olarak hazırlanan Kayseri pastırmasının kendine özgü şekli yassıdır. Kayseri pastırması (Resim 17) Kayseri gastronomi turizminin en önemli gelir kaynaklarından biridir (Anonim 2, 2024).



**Resim 17.** Kayseri pastırması (Anonim 2, 2024).

*Kayseri sucuğu*; Kayseri Ticaret Odası tarafından başvurusu yapılan Kayseri sucuğu 25.06.2002 yılında TPMK onayıyla mahreç işareti ile tescillenmiştir. Kayseri sucuğu sığır etinden üretilmekte olup, kıyma haline getirilen sığır etinin yoğun sarımsak ve pek çok çeşit baharat ile yoğrulup, bağırsaklara doldurulduktan sonra kurutulmasıyla elde edilmektedir. Şekil itibariyle parmağa benzemektedir ve kendine has yoğun bir baharat kokusu ve belirgin şekilde hissedilen acı bir tada sahiptir. Kayseri sucuğunun geçmişi oldukça köklüdür. Evliya Çelebi Seyahatname’de Kayseri sucuğundan bahsederken “Makulat ve imalata has beyaz ekmeği, lavaşa yufkası, katmerli böreği, lahm-ı kadit namı ile şöhret bulan kimyonlu sığır pastırması ve nilskli et sucuğu bir tarafta yoktur. İstanbul’a hediye olarak gider.” ifadesini kullanmıştır (17. yy). Bunun dışında 1928 yılında basılan Askeri Tıbbi Baytarı Mecmuasında da “en nefis pastırma ve sucuk Kayseri’de i’ mâl olunduğu ma’lûmdur.” ifadesi yer almaktadır. Bu denli köklü bir geçmişe ve üne sahip olan Kayseri sucuğu yöre halkı tarafından sıklıkla üretilip tüketilmesinin yanı sıra yerli ve yabancı gastronomi turistleri tarafından da ilgi odağı olmakta ve yörenin ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır. Ayrıca Kayseri Erciyes Dağı Kayak Merkezinde her yıl düzenlenen “Sucuk Ekmek Festivali” yerli ve yabancı pek çok turist tarafından yoğun bir ilgi görmektedir (Anonim 2, 2024).

*Kayseri tepsi mantısı*; Kayseri Ticaret Odası tarafından başvurusu yapılmış ve TPMK onayıyla 05.04.2022 yılında mahreç işareti ile tescillenmiştir. Kayseri tepsi mantısı (Resim 18) kare şeklinde kesilen hamurların içerisine kıymalı harç doldurulup, kendine has biçimde kapatılması ve fırınlandıktan sonra üzerine sos gezdirilip ocak üzerinde pişirilmesi ile elde edilmektedir. Tepsi mantısının en önemli özelliği görsel açıdan oldukça ilgi çekici olmasıdır (Bulut S., 2024).



**Resim 18.** Kayseri tepsi mantısı

*Kayseri yağlaması*; Kayseri Ticaret Odası tarafından başvurusu yapılmış olan Kayseri yağlaması (Resim 19) 12.07.2021 yılında TPMK onayıyla mahreç işareti ile tescillenmiştir. Kayseri halkı tarafından “şebit” adı verilen ince lavaş ekmekler üzerine kıymalı harç konulması ile elde edilen Kayseri yağlaması sarımsaklı ya da sarımsaksız yoğurt eşliğinde servis edilmektedir. Kayseri halkı ile yapılan yüz yüze görüşmelerde görüşülen bireylerin hemen hepsi “yağlama yerken şebitten yağ sızacak” cümlesini kullanmıştır. Kayseri yağlaması gerek kendine özgü şebiti gerekse farklı üretim metodu ile uzun yıllardır Kayseri mutfağında yer almakta olup, Kayseri gastronomi turizminin en önemli unsurlarından birisi haline gelmiştir (Ünsal H., 2024; Bulut S., 2024, Anonim 2, 2024).



**Resim 19.** Kayseri yağlaması

## 6. SONUÇ

Coğrafi işaret son yıllarda oldukça artış gösteren, tek bir kişiden ziyade ürünü üreten ve pazarlayan kişileri söz konusu ürünün taklitlerine ve haksız rekabete karşı koruyan bir işarettir. Bu nedenle bir ürünün coğrafi işaret alabilmesi oldukça önemli olup, coğrafi işaret almanın belirli koşullarını sağlamak gerekmektedir. Yöresel mutfaklarını ön plana çıkarmak isteyen ve gastronomi turizminde gelir elde etmek isteyen bölgeler/yörelere de gastronomik unsurlarının coğrafi işaret ile tescillenebilmesi için Türk Patent ve Marka Kurumuna başvurular yapılmaktadır. Nitekim belli bir gastronomik unsurun coğrafi işaret alması gastronomi turizmi gerçekleştiren turistlerin daima ilgisini çekmiştir.

Nevşehir, Kırşehir ve Kayseri illeri Kapadokya Üçgeni olarak adlandırılan özel bölgeyi oluşturan iller olup, gastronomik anlamda her geçen gün

kendilerini geliştirmektedirler. Özellikle Nevşehir'e kültür turizmi yapmak için peri bacalarına giden turistler aynı zamanda yöresel mutfak lezzetlerini de keşfetmekte ve gastronomi turizmi de yapmış olmaktadır. Aynı şekilde Kayseri'de kış turizminin gözde merkezlerinden biri olan Erciyes Dağı'na giden turistler yörenin mutfağını da tanımaktadırlar. Kırşehir ili de Kapadokya bölgesini ziyaret eden turistlerin uğrak noktası olmakta ve gastronomik unsurlarını turistlere sunma fırsatı bulmaktadır. Mevcut derlemede incelenen illerden özellikle Kırşehir ve Nevşehir illerinin coğrafı işaret ile tescillenmiş gastronomik unsurları Kayseri iline nazaran zayıf kalmış olsa da yörenin keşfedilmeyi ve tescillenmeyi bekleyen çok farklı lezzetleri olduğu aşıkardır. lkeye özellikle döviz girdisi sağlayabilmek açısından yabancı turistlerin ilgi odağı olabilecek söz konusu gastronomik unsurların tanıtımı ve ticarileştirilmesi hem ülke ekonomisi hem de yöre ekonomisi açısından oldukça önem arz etmektedir.

## KAYNAKÇA

- Akay, E. (2021). Kırşehir ilinin coğrafi işaret almış ürünlerinin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi. *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 147-159.
- Akkor, Y. E. (2020). Geçmişten Geleceğe Kayseri Mutfağı. *Kayseri Büyükşehir Belediyesi, Düşünen Şehir*, 148-155.
- Anonim 1 (2024). [www.turkpatent.gov.tr](http://www.turkpatent.gov.tr), Erişim tarihi: 06.07.2024.
- Anonim 2 (2024). <https://ci.turkpatent.gov.tr/>, Erişim tarihi: 09.07.2024.
- Anonim 3 (2024). <https://cografıurun.com/urun/derinkuyu-kuru-fasulyesi/>, Erişim tarihi: 13.07.2024.
- Anonim 4 (2024). <https://bgneyesem.com/kuru-kaymak/>, Erişim tarihi: 09.07.2024
- Anonim 5 (2024). <https://www.fibhaber.com/>, Erişim tarihi: 09.07.2024.
- Anonim 6 (2024). <https://gastrocappadocia.com/>, Erişim tarihi: 10.07.2024.
- Anonim 7 (2024). <https://tr.wikipedia.org/>, Erişim tarihi: 03.06.2024.
- Aydın, R. (2024). Cemele biberi çiftçisi, Cemele biberi hakkında bilgi. Kırşehir Belediyesi. (Kişisel görüşme, 23.06.2024).
- Bulut, İ., ve Fural, Ş. (2018). Serik bıçağı'nın coğrafi işaret tescili kapsamında değerlendirilmesi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 557-580.
- Çınar, K. (2024). Nevşehir simidi hakkında bilgi. Ürgüp Belediyesi. (Kişisel görüşme, 28.06.2024).
- Denk, E., ve Bilici, N. S. (2021). Erzurum ilinin coğrafi işaret (ci) almış ürünlerinin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(1), 102-122.
- Erdem, Ö., Mızrak, M. ve Kemer, A.K. (2018). Yöresel yemeklerin bölge restoranlarında kullanılma durumu: Mengen örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 44-61.
- Güldemir, O., ve Işık, N. (2011). Nevşehir mutfak kültürü ve yemekleri. 1. *Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu*, 6(1), 16-19.
- Kan, M. ve Gülçubuk, B. (2008). Kırsal ekonominin canlanmasında ve yerel sahiplenmede coğrafi işaretler. *U. Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), 29-34.
- Kan, M., Gülçubuk, B., ve Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi işaretlerin kırsal turizmde kullanılma olanakları. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(1), 93-101.
- Kasımoğlu, S. (2024). Nevşehir testi kebabı yapılışı ve özellikleri hakkında bilgi. Kozaklı Belediyesi. (Kişisel görüşme, 20.06.2024).

- Madenci, A.B., Kafadar, A.M.H. ve Sormaz, Ü. (2020). Yöresel yemeklere konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yer verme durumu: Konya ilinde bir araştırma. *Journal of International Social Research*, 13(69), 1201.
- Oğan, Y. (2022). Kırşehir yöre mutfağına özgü bir lezzet: besmeç. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel (Online)*, 5(1), 16-23.
- Öztük Merdin, A. (2022). Ahilik kültüründe şenlik ve kutlama geleneğinin işlevsel halkbilimi kuramı açısından incelenmesi. *TÜRKBİTİĞ Kültür Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 10-21.
- Sabur, D. G., ve Güneş, S. G. (2023). Kayseri örneğinde sürdürülebilir gastronomi turizmi ve coğrafi işaretli ürünler. *Tourism and Recreation*, 5(2), 138-152.
- Şahin, A. ve Meral, Y. (2012). Türkiye’de coğrafi işaretleme ve yöresel ürünler. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 2, 88-92.
- Şahin Perçin, N., Keskin, E., Örgün, E., ve Erol, G. (2019). Gastronomik bir değer olarak Nevşehir mutfağı. *IV. Uluslar arası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi*, 469-478.
- Uygun, A. İ., Demiral, Y. M., ve Uslu, N. (2021). Antalya ilinin coğrafi işaret almış gastronomik ürünlerinin değerlendirilmesi. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 3(2), 91-104.
- Ünsal, C. (2024). Derinkuyu kuru fasulyesi hakkında bilgi. Derinkuyu Belediyesi. (Kişisel görüşme, 11.07.2024).
- Ünsal, H. (2024). Kayseri halkı temel geçim kaynakları ve beslenme alışkanlıkları hakkında bilgi. Kayseri Büyükşehir Belediyesi. (Kişisel görüşme, 16.07.2024).
- Yiğit, Y., & Ay, E. (2016). Fonksiyonel gıda özelliğiyle ceviz ve Kaman cevizi. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)*, 1(2), 142-153.
- Yiğit, Y., ve Ay Yiğit, E. (2019). Kırşehir mutfağı yöresel yemekleri. *TURAN-SAM Uluslararası Bilimsel Hakemli Dergisi*, 43(11), 440-447.
- Yönet Eren, F. ve Ceyhun Sezgin, A. (2021). Coğrafi işaretli yöresel ürünlerin destinasyonlar açısından önemi: Kapadokya Bölgesi örneği. *Journal of Tourism Research Institute*, 2(1), 61-78.